



La transformation digitale dans le tourisme : une évolution exponentielle

CYCLE DE CONFÉRENCES - Quel tourisme pour demain ?
UNIL – site de Sion, Institut de géographie et durabilité
Bramois, 22 Octobre 2019

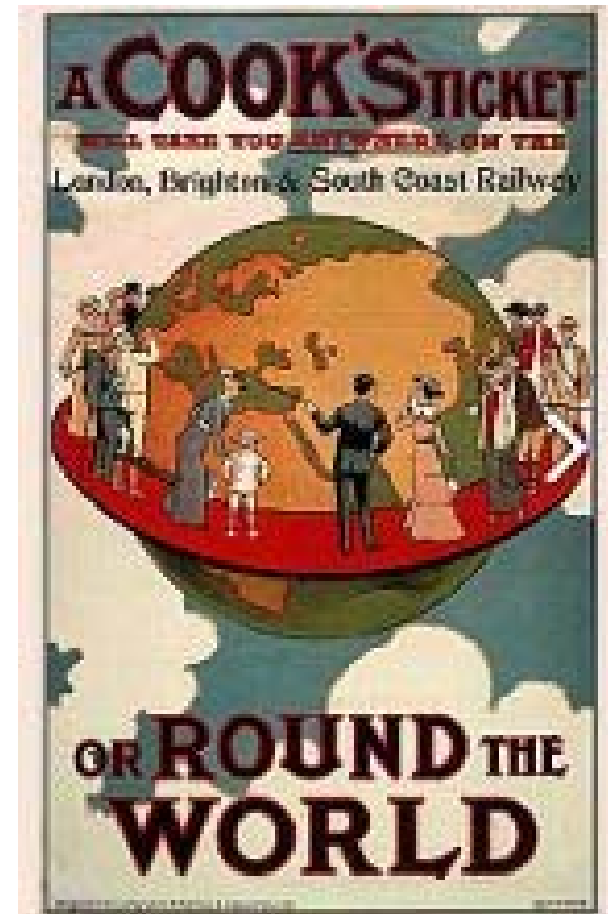
Roland Schegg
Institute of Tourism, HES-SO Valais/Wallis
roland.schegg@hevs.ch

AGENDA

- **Intro**
 - **Tourisme = «victime» idéale de la numérisation**
 - Cycles d'innovation accélérés
- Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- Conclusions



Le tourisme du 19ième siècle



Source: <https://www.phocuswire.com/A-brief-history-of-travel-technology-from-its-evolution-to-looking-at-the-future> & <https://reviews.history.ac.uk/review/2114>

Le tourisme du 19ième siècle: manque d'information et de communication efficace

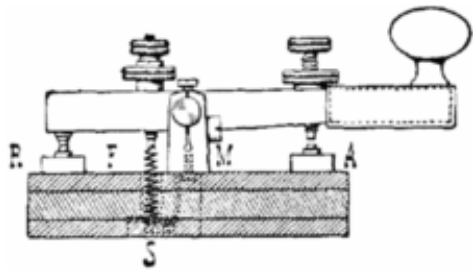


Fig. 6.

«Samuel Morse fait construire en 1843 la première ligne télégraphique entre Baltimore et Washington, puis contribue à fonder la « Western Union Telegraph ». De son côté Charles Wheatstone produit un télégraphe automatique (ancêtre du Télec) qui transmet jusqu'à 190 mots par minute.»



«Le téléphone a été exploité commercialement aux États-Unis dès 1877 et, en France dès 1879. En 1912, on compte 12 millions de postes téléphoniques dans le monde dont 8 millions aux États-Unis. Il y avait en cette même année un abonné pour 12 habitants aux États-Unis, 1 pour 71 en Grande-Bretagne et dans l'Empire allemand et 1 pour 183 en France.»

Source: <https://fr.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9l%C3%A9phone> & <https://fr.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9l%C3%A9graphe>

Le tourisme du 21ème siècle: « information overload » et explosions des canaux de communications



Source: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338?ref=https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Changement de comportement ... ?



Avant

Maintenant



Changement de comportement ... ?



Avant

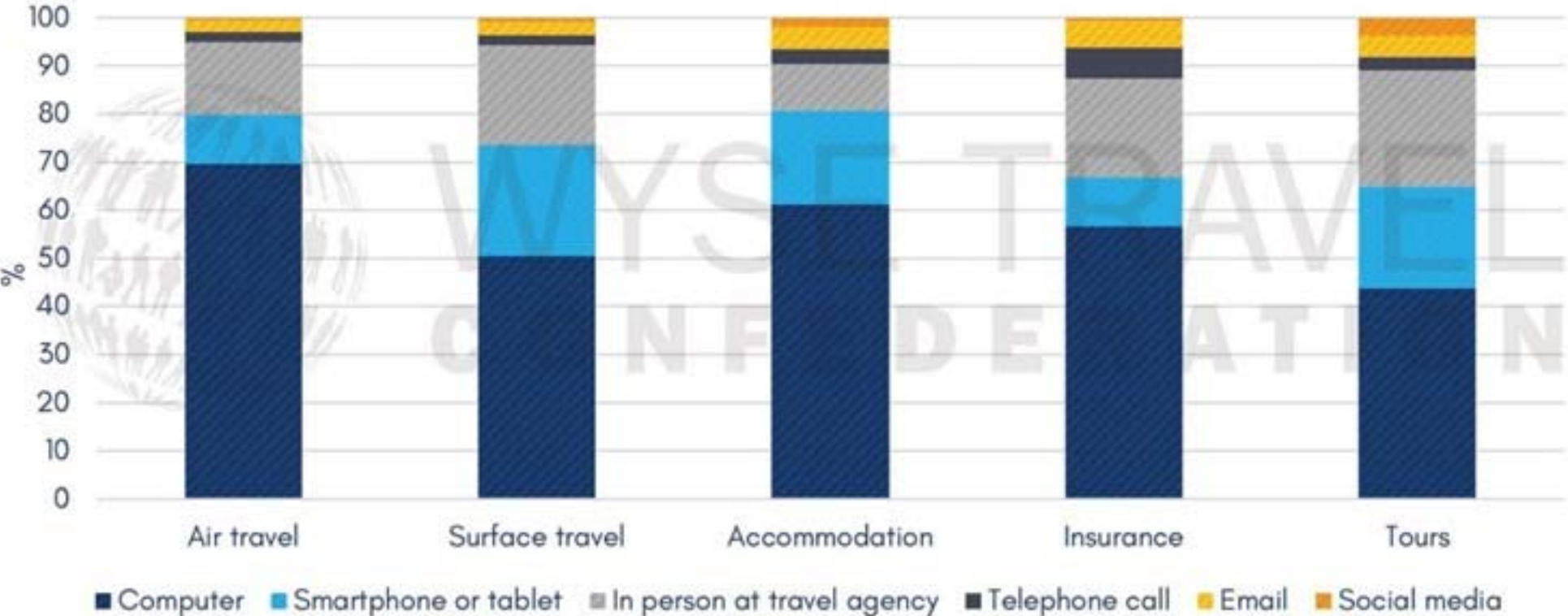
Maintenant



Source: <https://derinternaut.ch/do-you-speak-overtourism-follow-me-ins-sprachlabor/> & <https://www.washingtonpost.com/local/remembering-that-time-in-1963-when-the-mona-lisa-went-on-a-us-road-trip/>

Moyen de réservation des voyageurs de moins de 30 ans dans le monde entier (2018): le digital - outil de choix

Booking medium

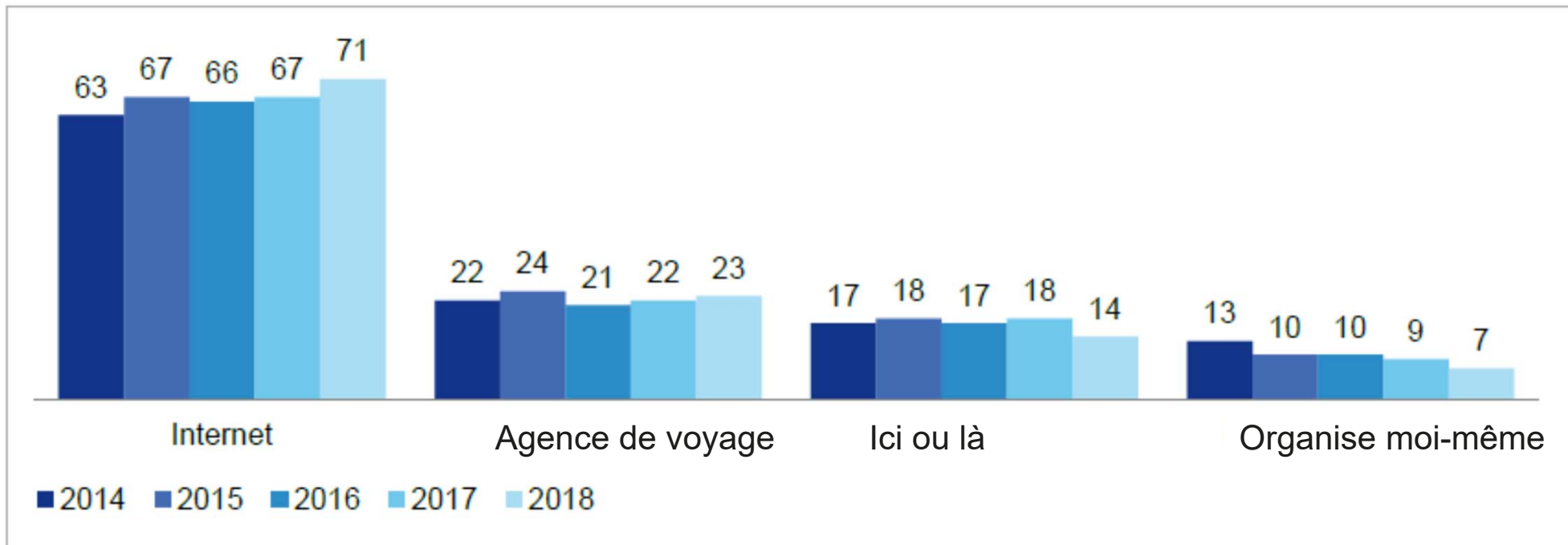


Source: <https://www.phocuswire.com/Online-accounts-for-80-of-under-30s-travel-bookings-OTAs-dominate-for-now>



Réservation de voyages de la population suisse 2014-2018: le digital - outil de choix aussi en Suisse

Où réservez-vous habituellement vos voyages, excursions et vacances ?



Source: *Buchungs- und Reiseverhalten* © Copyright Allianz Global Assistance

Gestion touristique = gestion de l'information

- **Late 30s: American Airline central office – inventory control by flight index cards**



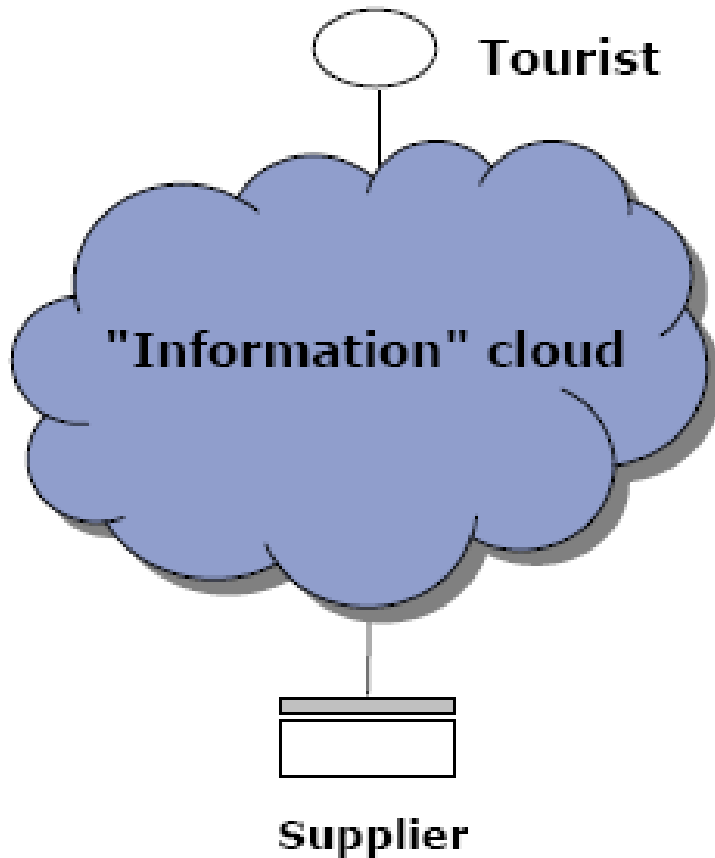
Source: Lufthansa Systems Groups (2006): Changes And Impact In Airline Distribution

Gestion touristique = gestion de l'information

- Mid 50s: BOAC Main Reservation office – Flight availability on the electromechanical board



Le tourisme est fait pour la transformation digitale parce que...



- How do they come together?
- Information needed from **both sides** about
 - products
 - market and its segments

Le tourisme est fait pour la transformation digitale parce que...

- Tourisme = Vente à **distance** (le consommateur doit voyager pour consommer) , pas de produit tangible
- Ne peut **pas être "testé" à l'avance** -> une affaire de **confiance** (réputation / e-réputation essentiel!)
- Les **clients participent au processus** (co-création) - l'information circule dans les deux sens -> besoins d'information des deux côtés
- Produit touristique est un ensemble de «produits» -> **produit complexe** -> incertitude -> besoin d'information tout le temps
- Produit extrêmement **périssable**

➤ **Les TIC sont l'outil idéal pour gérer les points listés ci-dessus!**

AGENDA

- **Intro**
 - Tourisme = «victime» idéale de la numérisation
 - **Cycles d'innovation accélérés**
- Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- Conclusions



Le tourisme digital: vision d'il y a 40 ans

Auf grosses, **allerdings skeptisches Interesse** stiess beim Fachpublikum von den Reisebüros eine provisorisch eingerichtete **Videotextanlage**. Mit diesem Gerät wird in nicht allzuferner Zukunft (Bonauer: «In 5-10 Jahren») **jeder Reiselustige** auf seinem **Fernseher** alle Reiseangebote, Fahr- und Flugpläne sowie Unterkunftsmöglichkeiten **selber abrufen** und von seinem Fauteuil aus direkt reservieren, buchen und auch gleich bezahlen können.

Un système de télétexte provisoire des agences de voyages a suscité un grand intérêt, mais sceptique, de la part du public spécialisé. Dans un avenir pas si lointain (Bonauer : "Dans 5-10 ans"), chaque passionné de voyages pourra, à l'aide de cet appareil, consulter toutes les offres de voyages, les horaires, les plans de vol et les possibilités d'hébergement sur son propre téléviseur et réserver, réserver et payer directement depuis son fauteuil.

Basler Zeitung 15. Januar 1981

Reisen von daheim aus per Computer buchen?

Für vier Tage ist Bern auch Schweizer Hauptstadt für den Tourismus. Noch bis Freitag findet in der Bundesstadt die 2. Oeffentliche Reismesse statt, die einzige Veranstaltung dieser Art in der Deutschschweiz. Die Fachmesse im Berner Kursaal ist dem Publikum täglich von 16 bis 21 Uhr zugänglich und wird vom schweizerischen Reisegrossisten Airtour Suisse organisiert.

Unnormen und exotisch...
ditionellen Gewändern ihrer Heimat offerieren den Besuchern Wein, Kaffee oder auch stärkere Drinks, an einigen Ständen bekommt der Reiselustige sogar einen Vorgeschmack auf die kulinarischen Genüsse, die ihn an seinem künftigen Ferientziel erwarten. Ehrliche Information geht durch den Magen.

Auf grosses, allerdings skeptisches Interesse stiess beim Fachpublikum von den Reisebüros eine provisorisch eingerichtete Videotextanlage. Mit diesem Gerät wird in nicht allzuferner Zukunft (Bonauer: «In fünf bis zehn Jahren») jeder Reiselustige auf seinem Fernseher alle Reiseangebote,

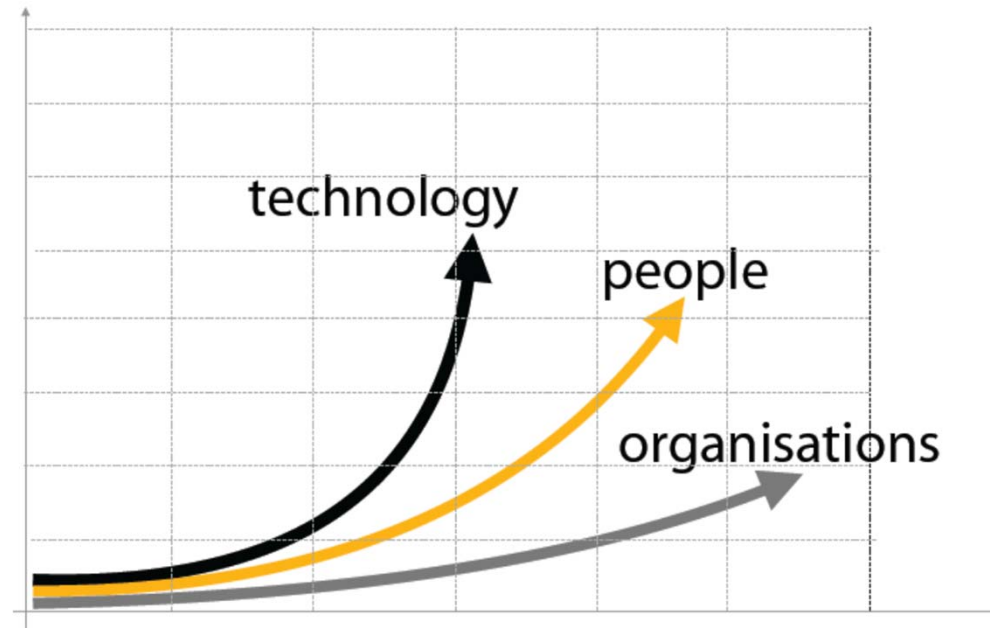
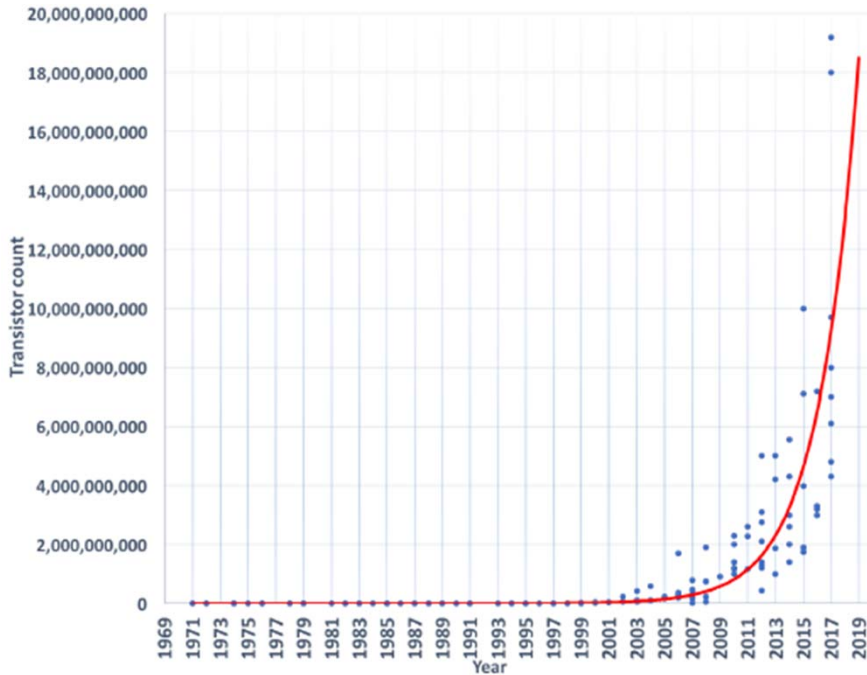
Die weite Welt ist an der Berner Ferienmesse zu Gast und lockt mit Reiseangeboten.
Photo Ursula Ritter

Fahr- und Flugpläne sowie Unterkunftsmöglichkeiten selber abrufen und von seinem Fauteuil aus direkt reservieren, buchen und auch gleich bezahlen können. Als Fred Bonauer, Generaldirektor der Airtour Suisse, in seinem kurzen Referat die Möglichkeiten der neuen Technik beschrieb, kamen sich die perplexen Reise-Profis plötzlich überflüssig vor: Einmal mehr könnte hier moderne Elektronik Arbeitsplätze zum Verschwinden bringen.

Cycles d'innovation accélérés



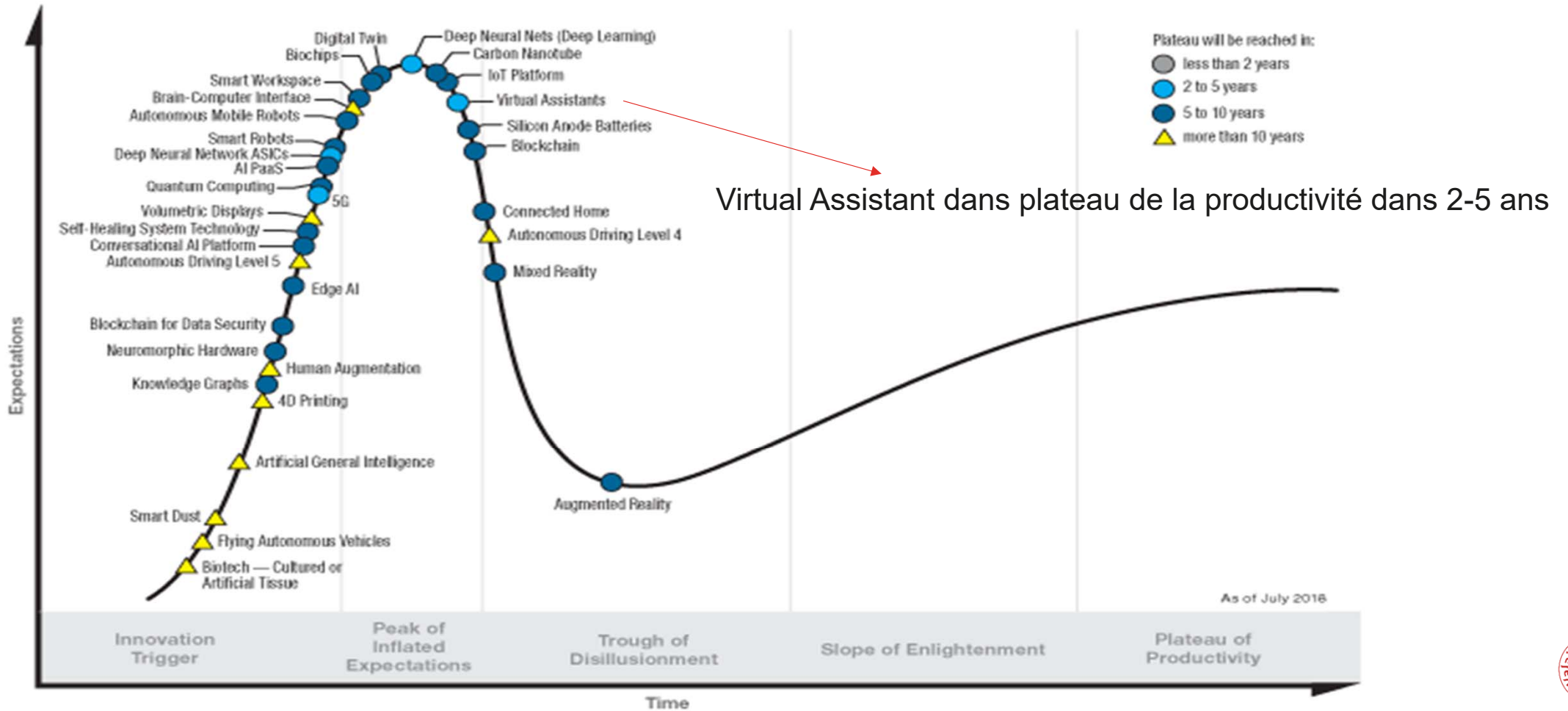
Croissance exponentielle - mais les organisations / personnes ne parviennent plus à suivre le rythme effréné de la révolution technologique



La **loi de Moore** est l'observation faite par Gordon Moore, cofondateur d'Intel, que le **nombre de transistors sur une puce double** tous les 12 à 18 mois alors que les **coûts sont réduits de moitié**.

Gartner Hype Cycle: beaucoup de nouvelles technologies dans le « pipeline »

Hype Cycle for Emerging Technologies, 2018



«The future of jobs» dans une économie digitale



Source: The future of jobs: The onrushing wave | The Economist

L'automatisation des tâches menace des emplois mais en crée aussi en Suisse d'ici 2030

Digital, automation, and AI can revive Swiss productivity growth

0.5%

average productivity growth in Switzerland since 2010

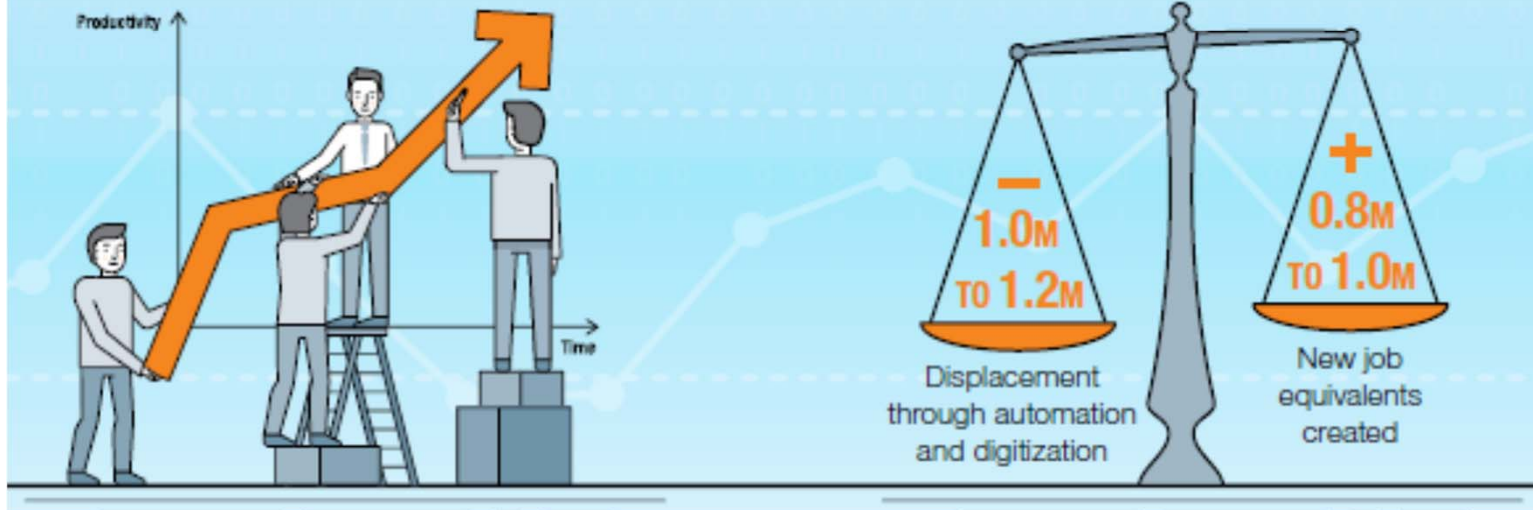
>1%

could be added to productivity growth through digital opportunities in 2015–25

There will be disruption — but new jobs can replace old jobs

~1/5–1/4

of all tasks in Switzerland may be automated by 2030, but a roughly equal number of new tasks may also be created



MEGATREND-MAP 2.0

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.

Le digital à la base de différentes mégatendances :

- Connectivité
- Mobilité
- Globalisation
- «New work»



Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.



eTourism @ Megatrends Big Data

Konnektivität

SOLOMO
E-COMMERCE
INTERNET DER DINGE
FEEDBACKGESELLSCHAFT
BIG DATA
OPEN INNOVATION
COLLABORATION
FLEXIBILISIERUNG
SOCIAL NETWORKS
SMART DEVICES
DIGITAL LIFESTYLE
CROWD SOURCING



Priceline: “I certainly think ‘big data’ is playing an important role in enabling us to not only **understand** who our **audience** is, but when and **how to interact with them**”

Booking.datascience

The Data Science, Machine Learning and Analytics behind Booking.com

eTourism @ Megatrends Co-Working

Mobilität

THIRD PLACES
M-COMMERCE
CO-WORKING
E-MOBILITÄT
FLEXIBILISIERUNG
UNTERWEGSMÄRKTE
24/7-GESELLSCHAFT
CAR-SHARING



COWORKING SPACES

Coworking holiday: Coworking Spaces on Small Islands



Cocovico Coworking in Bocas del Toro, Panama



- Laax propose un espace de travail hi-tech à 2252 mètres d'altitude en plein cœur de son domaine skiable..

[BLOG] Mountain Hub - A remarkably relaxed coworking space!

Coworking spaces are flourishing, both in Switzerland and abroad. The presence of Mountain Hub on Rue de Médran means that Verbier is no stranger to this phenomenon either. We went for a guided tour.

20-09-2018 14:16

Source: <http://www.agefi.com/home/entreprises/detail/edition/online/article/travailler-avec-une-vue-sur-les-montagnes-entre-deux-descentes-a-ski-les-espaces-de-coworking-a-la-montagne-seduisent-de-plus-en-plus-les-adeptes-du-travail-mobile-485145.html>

AGENDA

- Intro
- **Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme**
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- Future trends



Moteurs de la numérisation: concrètement c'est 4 facteurs-clés...

- Mise en réseau grâce à l'omniprésence de l'internet
 - Fibre optique, 4G -> bientôt 5G, dans les transports publics (train, avion), etc.
- Miniaturisation et applications mobiles -> connectivité stationnaire et mobile
 - Internet des objets (IoT), Smart City/Destination
- Réduction massive du coût (stockage et processeurs) →
- Augmentation considérable de la puissance de calcul et de l'intelligence artificielle (AI)
 - Traduction, Chatbots, Marketing Automation, etc.

Storage and memory costs through the years

BY THE NUMBERS | Source: John C. McCallum, IDC

[Price per gigabyte]

Year	Disk Drives	DRAM	NAND flash
1965	n/a	\$2.64B	–
1966	\$1.05M	n/a	–
1970	\$185,000	\$734M	–
1975	\$180,000	\$180M	–
1980	\$202,000	\$6.48M	–
1985	\$40,000	\$477,500	–
1990	\$4,400	\$78,400	–
1995	\$277	\$31,633	–
2000	\$7.70	\$1,031	\$1,255
2005	\$0.79	\$158	\$42
2010	\$0.11	\$18.87	\$1.76
2015	\$0.05	\$5.22	\$0.38
2017	\$0.02	\$4.90	\$0.32

Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

5 effets majeurs de la digitalisation dans le tourisme

- I. Modification de la production.** Mots-clés : Service 4.0 avec processus régis par l'informatique, objets connectés (internet des objets, smart destination), optimisation de la maintenance et de l'exploitation des installations: robotique/machines/processus automatisés remplaçant l'interaction humaine
- II. Rupture des chaînes de valeur traditionnelles:** Mots-clés : externalisation de prestations partielles (économie de plateformes), usage efficace de biens d'investissement décentralisés, économie peer-to-peer, meilleure qualité et prix moindres, économie du coût marginal zéro
- III. La disruption** comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur. Mots-clés : nouveaux processus, dilution de la propriété, propriété et utilisation (Airbnb, Uber), redéfinition des règles de transaction (blockchain)
- IV. Émancipation / autonomisation des clients.** Mots-clés : accès individuel à des prestations partielles, possibilité constante de s'informer et de faire des réservations n'importe où dans le monde (n'importe où, n'importe comment, n'importe quand)
- V. Importance des effets de réseau et des plateformes.** Mots-clés : baisse des coûts marginaux du fournisseur, hausse de l'utilité marginale du demandeur; «The winner takes it all»

[//] La numérisation est source de nouvelles options, moins chères et plus utiles, à de nombreuses étapes de divers processus d'affaires.

L'assistance à distance pour décharger les hôteliers ?



**Conduite (responsabilité)
Fourniture de prestations**

Faire soi-même ('Make')
Principaux processus et activités

Externalisation ('Buy')

Soi-même

Client

Personnel

Machines
Infrastructure



September 2019

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
22	23	24	25	26	27	28
29	30	OCT 1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	NOV 1	2

CHECKIN 1 Tue - October 2019
 CHECKOUT 2 Wed - October 2019
 Room #1

Select dates and accommodation required

To make your reservation, please enter the desired dates and number of guests on the left then press the "Check availability" button.

Why should I book with you?

- ✓ Best Rate G
- ✓ Direct Rese
- ✓ Exclusive O

Otherwise

Select one of our Special Offers

One more night
 Stay 3 nights and pay 2 Including Overnig to pool and wellness area Transfer with charge and VAT

Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017



// Le self-service pour optimiser les processus et les coûts

Dans un pays cher, comme la Suisse, on peut par exemple déléguer au client tout ce qui lui fournit un gain d'utilité et génère de faibles coûts pour le fournisseur.



Contrôle automatisé des passeports



Automates pour le check-in



Check-in mobile



Smartgate Immigration



Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

5 effets majeurs de la digitalisation dans le tourisme

- I. **Modification de la production.**
- II. **Rupture des chaînes de valeur traditionnelles**
- III. La **disruption** comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur.
- IV. **Émancipation / autonomisation des clients.**
- V. **Importance des effets de réseau et des plateformes.**

[[[Le micro-entrepreneuriat et les relations de particulier à particulier (P2P) rompent les structures et les processus traditionnels.

- Autres notions:
 - **Consommation:** économie de partage/consommation collaborative
 - **Production:** Gig Economy
- En principe: «Partage» de (l'excédent de) ressources à des fins lucratives ou non



Freelance services for the lean entrepreneur



Exemple d'une plateforme régionale ancrée dans le territoire



Des activités uniques,
authentiques et étonnantes
proposées par des gens passionnés !

Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

[[[Rupture: Exit des acteurs traditionnels

Debt, Egos and Bad Decisions: How Thomas Cook Failed to Adapt to a New Era of Travel –



From [skift.com](https://www.skift.com) - 28 September, 08:22

“On the March 1, 2013, Thomas Cook announced the formation of a new digital advisory board to help management identify “the leading-edge trends for online”



Instagram influencing 'half of holidaymakers' choices'



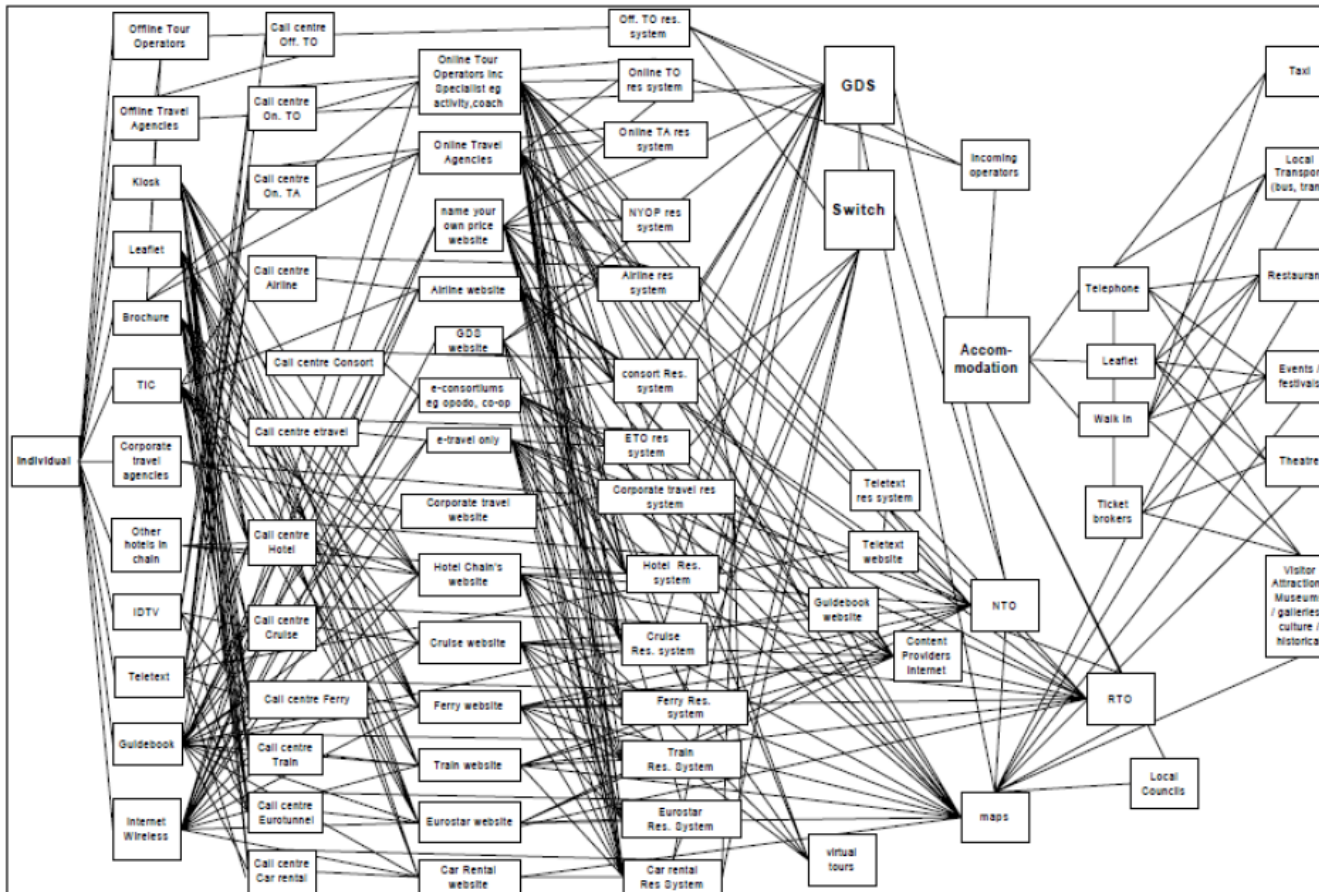
From www.hotelmarketing.com - 30 April, 11:28

“More than half of 18-65-year-olds booked their holidays based on Instagram posts, new research has found.”

- Steve Sasson, the **Kodak** engineer, actually **invented the first digital camera back in 1975**. “But it was filmless photography, so management’s reaction was, ‘that’s cute—but don’t tell anyone about it,’” says Sasson. The leaders of Kodak **failed to see digital photography as a disruptive technology**.
- As of June 2018, Instagram has reached the **1 billion monthly active user** mark (TechCrunch, 2018). That’s a big milestone for the mainly mobile photo sharing network! More than 500 million active users are using the platform daily.

Source: <https://inquentia.com/50-examples-of-companies-that-failed-to-innovate/> & <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>

[[I]] Le paysage de la distribution / commercialisation dans le tourisme: arrivée d'Internet -> explosion des canaux & acteurs



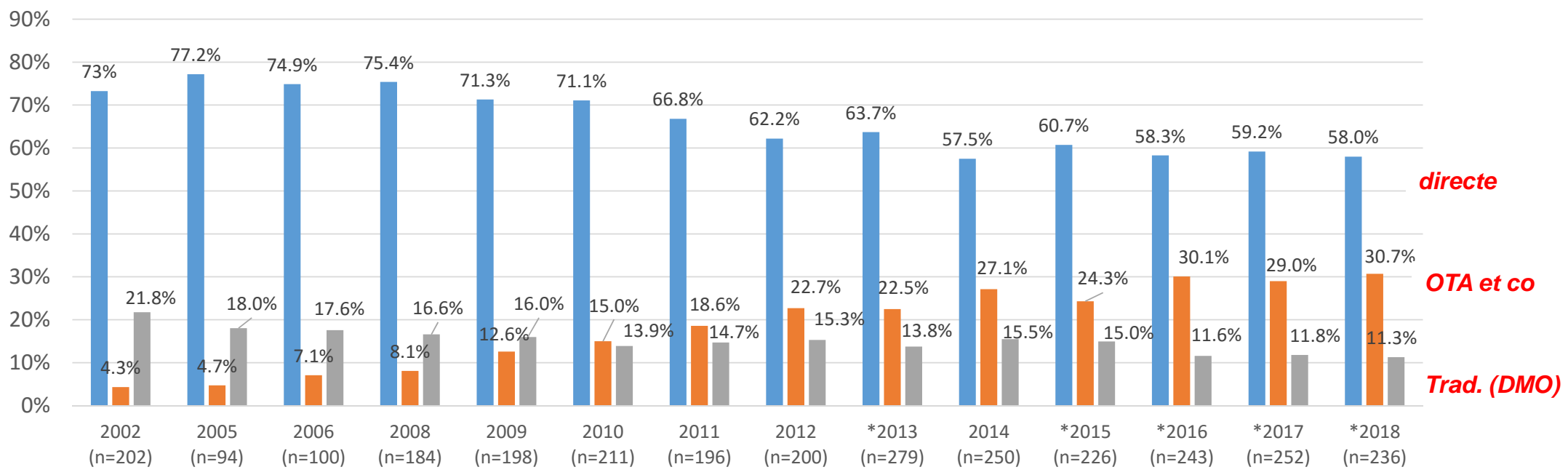
Source: Buhalis D., and O'Connor, P., 2005, Information Communication Technology - Revolutionising Tourism, Tourism Recreation Research, Vol. 30(3), pp.7-16

[[[La montée des nouveaux acteurs du tourisme: le paysage de la distribution hôtelière en Suisse 2018 (nuitées vendues par canal en %)

	Part de marché (nuitées)		Intervalle de confiance	
Directe - Téléphone	16.8	58	15.1	18.5
Directe - Courrier / Fax	1.3		0.8	1.8
Directe - Walk-In (personnes sans réservation)	4.6		3.8	5.4
Directe – Formulaire sur site web (sans vérification de la disponibilité)	6		4.3	7.7
Directe – E-mail	20.9		18.8	23.0
Directe – Réservation en temps réel sur site web avec vérification des disponibilités (IBE=Internet Booking Engine)	8.5		7.2	9.8
Offices de tourisme (DMO)	1.2	2.3	0.9	1.5
Suisse Tourisme (STC - swisshotels.com)	1.2		0.9	1.5
Tour-opérateurs / agences de voyages	3.3	7.5	2.4	4.2
Chaînes d'hôtels et coopérations avec CRS	1.1		0.5	1.7
Grossistes - wholesaler (p. ex.. Hotelbeds, Tourico, Gulliver, Transhotel, etc.)	1.4		0.8	2.0
Organisateurs d'événements et congrès	1.8		1.2	2.4
Plateformes de réservation en ligne (OTA)	28	30.7	25.2	30.8
Systèmes de distribution globale (GDS)	2.2		1.5	2.9
Réseaux sociaux	0.3		0.1	0.5
Airbnb et autres canaux P2P	0.2		0.0	0.4
Autres canaux de distribution	1.7		0.8	2.6



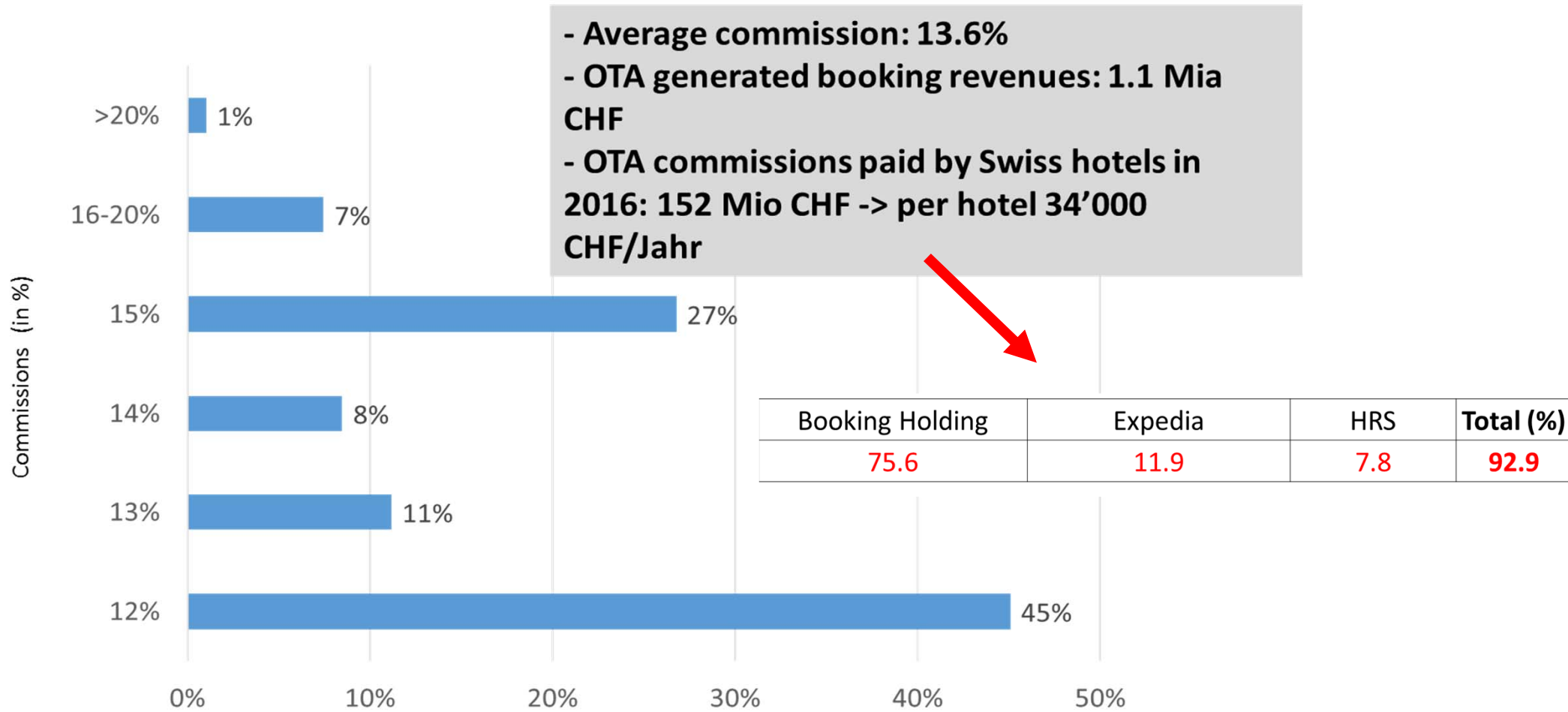
[[[La montée des nouveaux acteurs du tourisme et l'exit des acteurs traditionnels dans la distribution hôtelière en Suisse (nuitées vendues par canal)



- Réservation directe (hôtel-client)
- Réservation en ligne via intermédiaire (OTA, GDS, réseaux sociaux) **Booking.com**
- Partenaires touristiques (tour operator, agence de voyage, grossiste, DMO, STC, organisateurs d'événements et congrès, chaîne d'hôtels et coopérations avec CRS, autres)



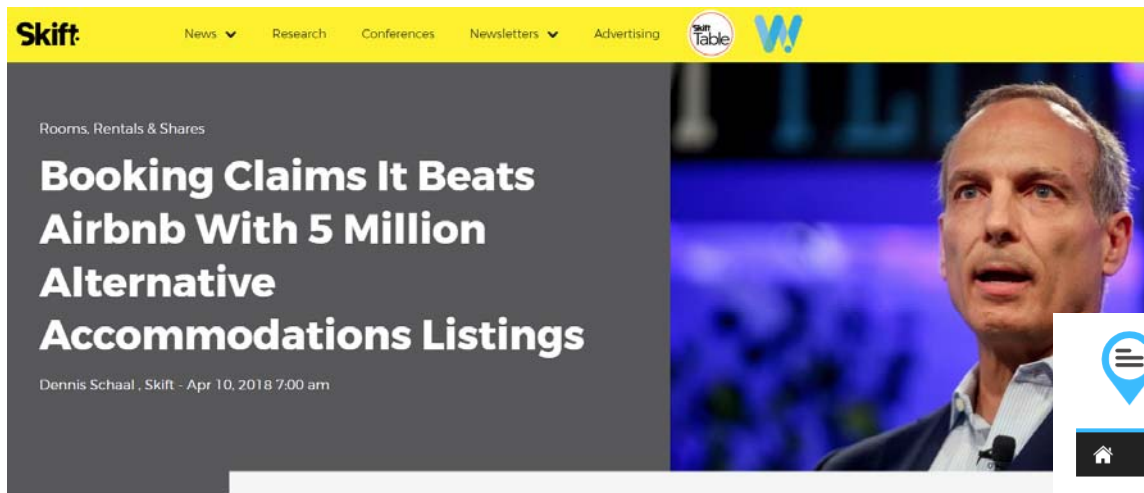
[[[La montée des nouveaux acteurs du tourisme: les coûts des OTA pour les hôtels suisses



[[[[La montée de la location à court terme: «short-term rental (STR) and P2P accomodation platforms»



[[[La montée de la location à court terme: Airbnb versus booking.com



Skift: News Research Conferences Newsletters Advertising

Rooms, Rentals & Shares

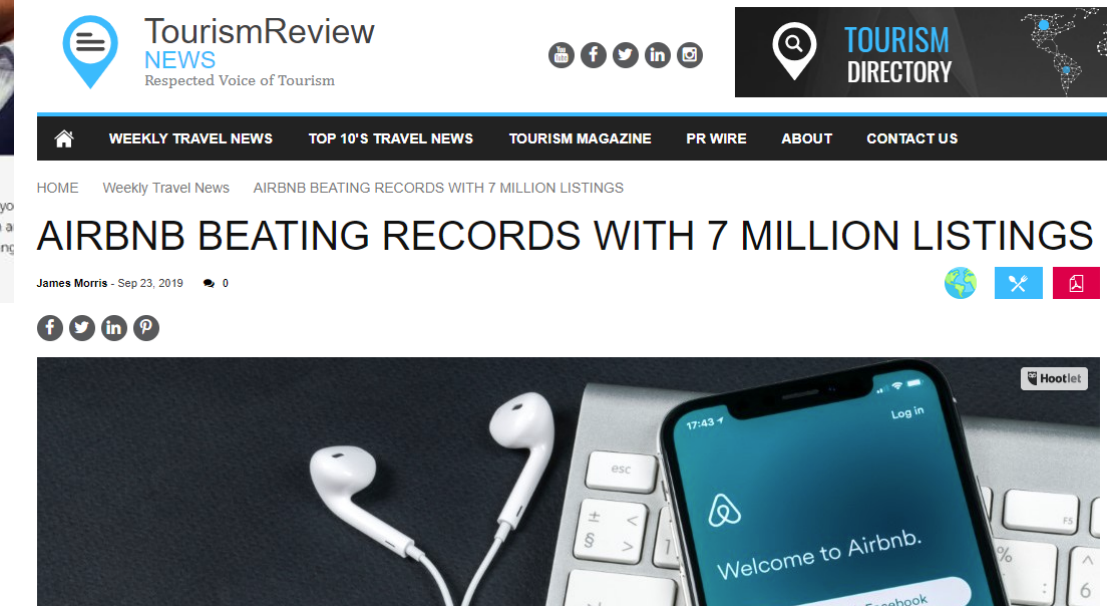
Booking Claims It Beats Airbnb With 5 Million Alternative Accommodations Listings

Dennis Schaal, Skift - Apr 10, 2018 7:00 am

Skift Take

Booking.com may be marginally ahead of Airbnb in the listings race, but for practical purposes you can call it a draw. It's game on, though, pitting Booking.com's renowned demand aggregation and marketing resources versus Airbnb's brand advantages, and the resources it would gain by doing an IPO and becoming more comprehensive.

— Dennis Schaal




TourismReview NEWS
Respected Voice of Tourism

WEEKLY TRAVEL NEWS TOP 10'S TRAVEL NEWS TOURISM MAGAZINE PR WIRE ABOUT CONTACT US

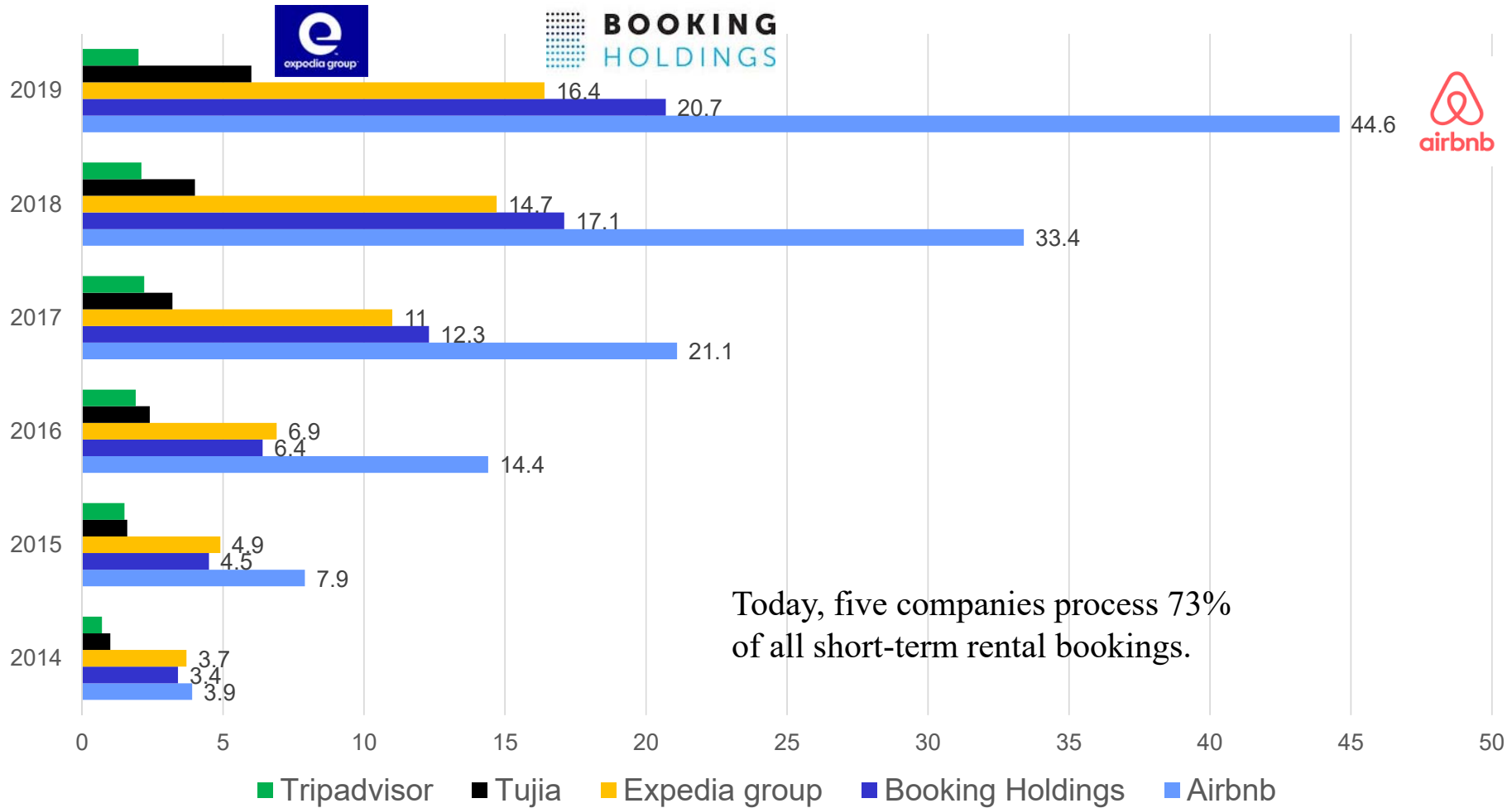
HOME Weekly Travel News AIRBNB BEATING RECORDS WITH 7 MILLION LISTINGS

AIRBNB BEATING RECORDS WITH 7 MILLION LISTINGS

James Morris - Sep 23, 2019



[[[[Chiffres d'affaire et acteurs de la location à court terme au niveau mondial



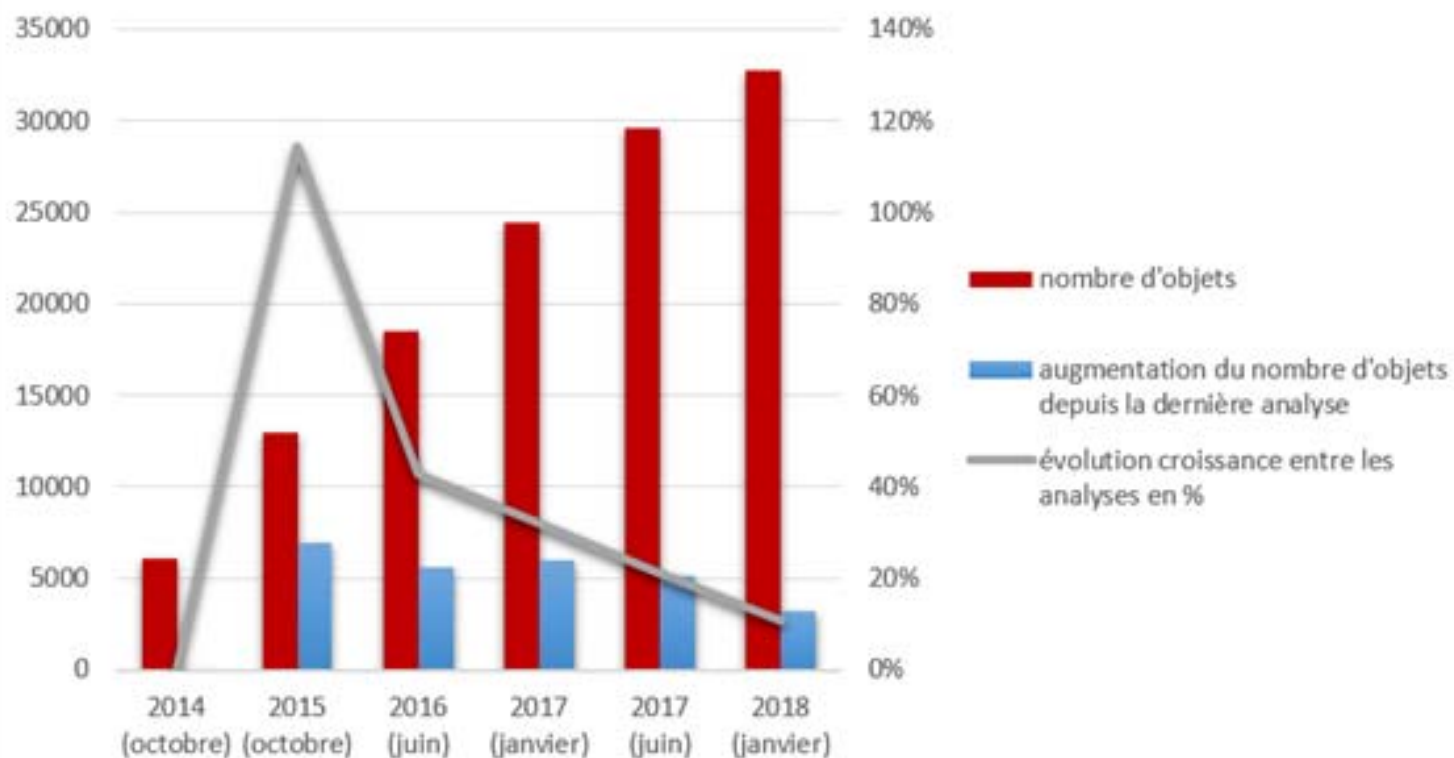
Today, five companies process 73% of all short-term rental bookings.

[////] Evolution d'Airbnb en Suisse (2018)



Observatoire Valaisan
du Tourisme

Croissance du nombre d'objets Airbnb



En Suisse, pour l'ensemble de l'année 2018, 49'207 objets ont été recensés sur la plateforme Airbnb. De ce total, 44'034 unités ont fait l'objet d'au moins une réservation dans le courant de l'année 2018.

Source: <https://www.touobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-6683-airbnb-co-l-engouement-des-acteurs-globaux-de-la-location-entre-particuliers-pour-le-marche-suisse/> & <https://www.touobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-7556-monitoring-des-locations-a-court-terme-en-suisse/>

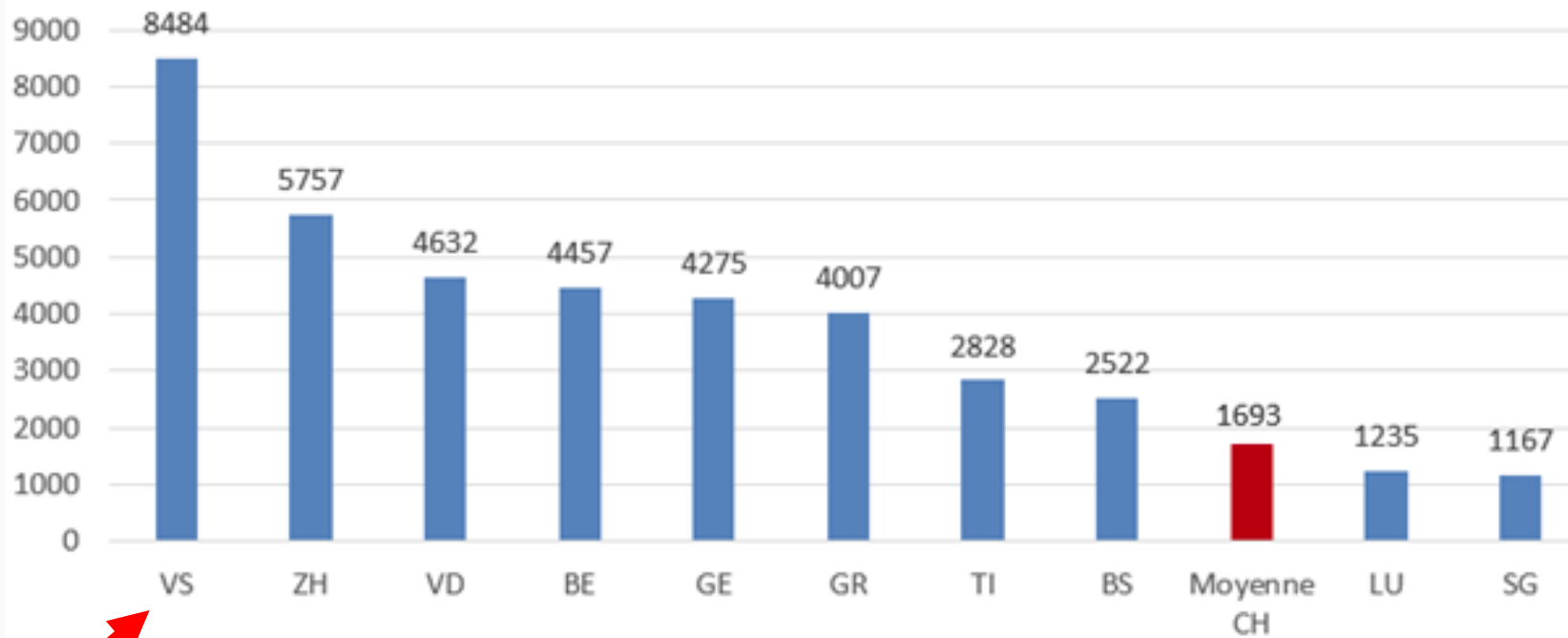


[III] Airbnb en Suisse (2018)



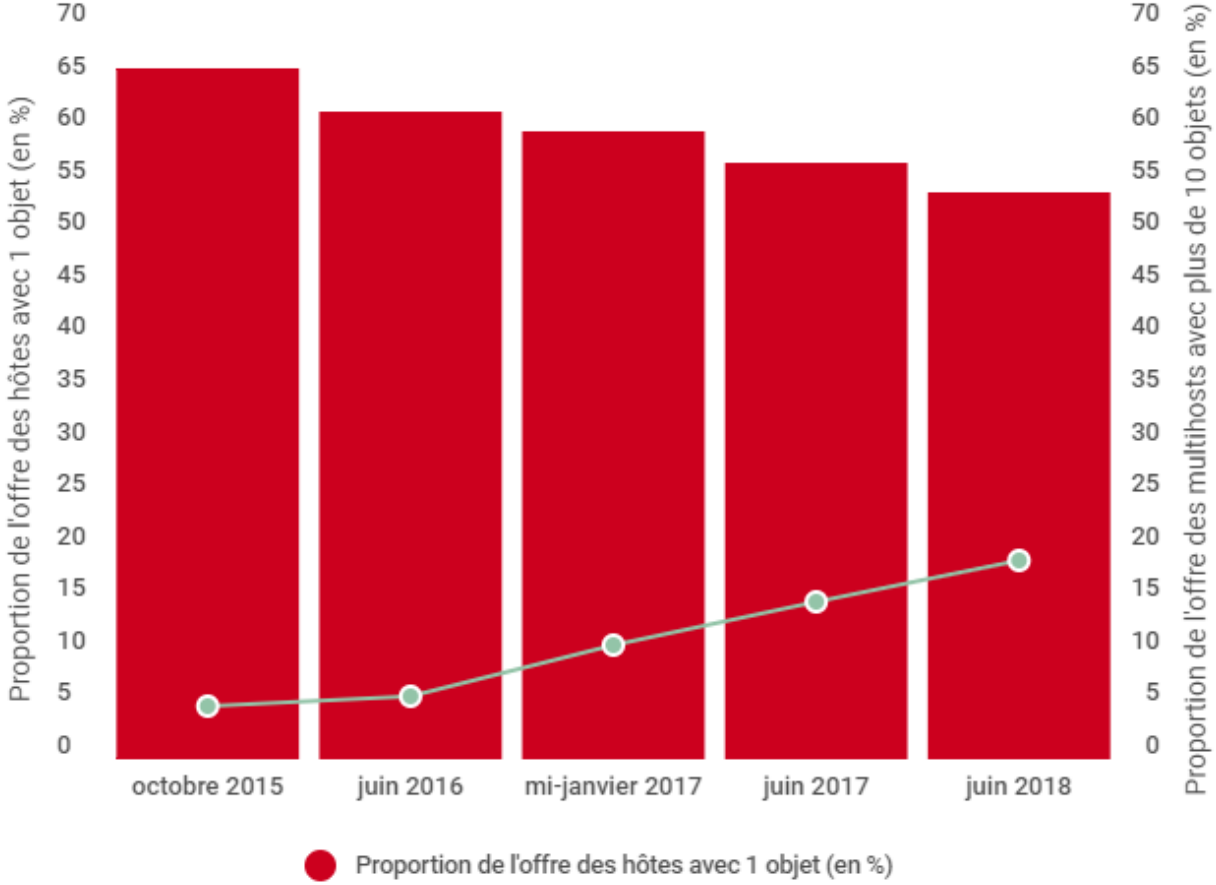
Observatoire Valaisan
du Tourisme

Classement des 10 premiers cantons suisses en termes de nombre d'objets réservés sur AirBnb en 2018



Source: <https://www.touobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-7556-monitoring-des-locations-a-court-terme-en-suisse/>

[III] Airbnb: Catégorisation de l'offre en Suisse: amateur versus pro



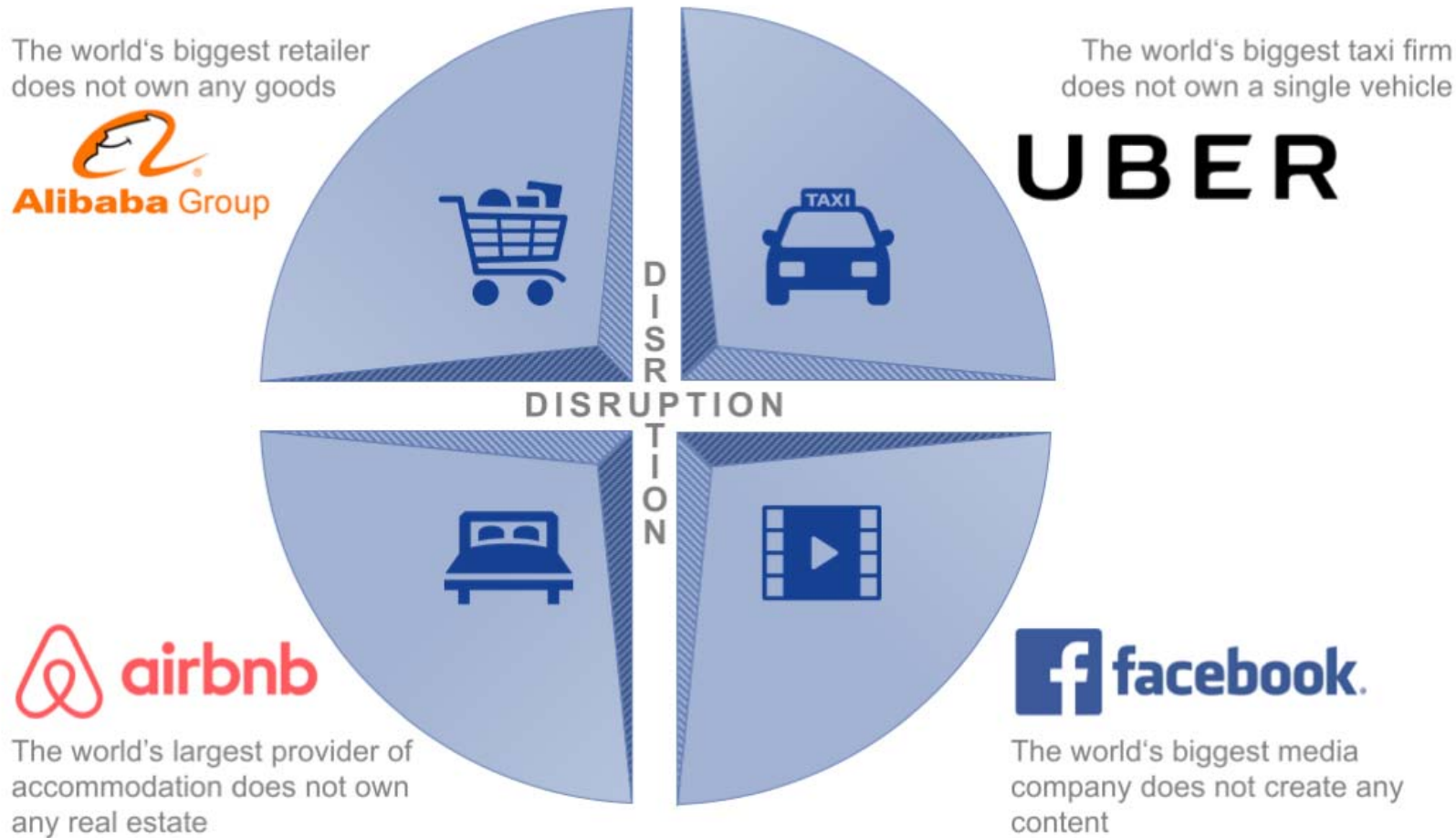
Source: <https://www.touobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-7556-monitoring-des-locations-a-court-terme-en-suisse/> & <https://www.touobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-6683-airbnb-co-l-engouement-des-acteurs-globaux-de-la-location-entre-particuliers-pour-le-marche-suisse/>



5 effets majeurs de la digitalisation dans le tourisme

- I. **Modification de la production.**
- II. **Rupture des chaînes de valeur traditionnelles**
- III. La **disruption** comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur.
- IV. **Émancipation / autonomisation des clients.**
- V. **Importance des effets de réseau et des plateformes.**

[[[[(Disruptive) «Asset-free» Business Models



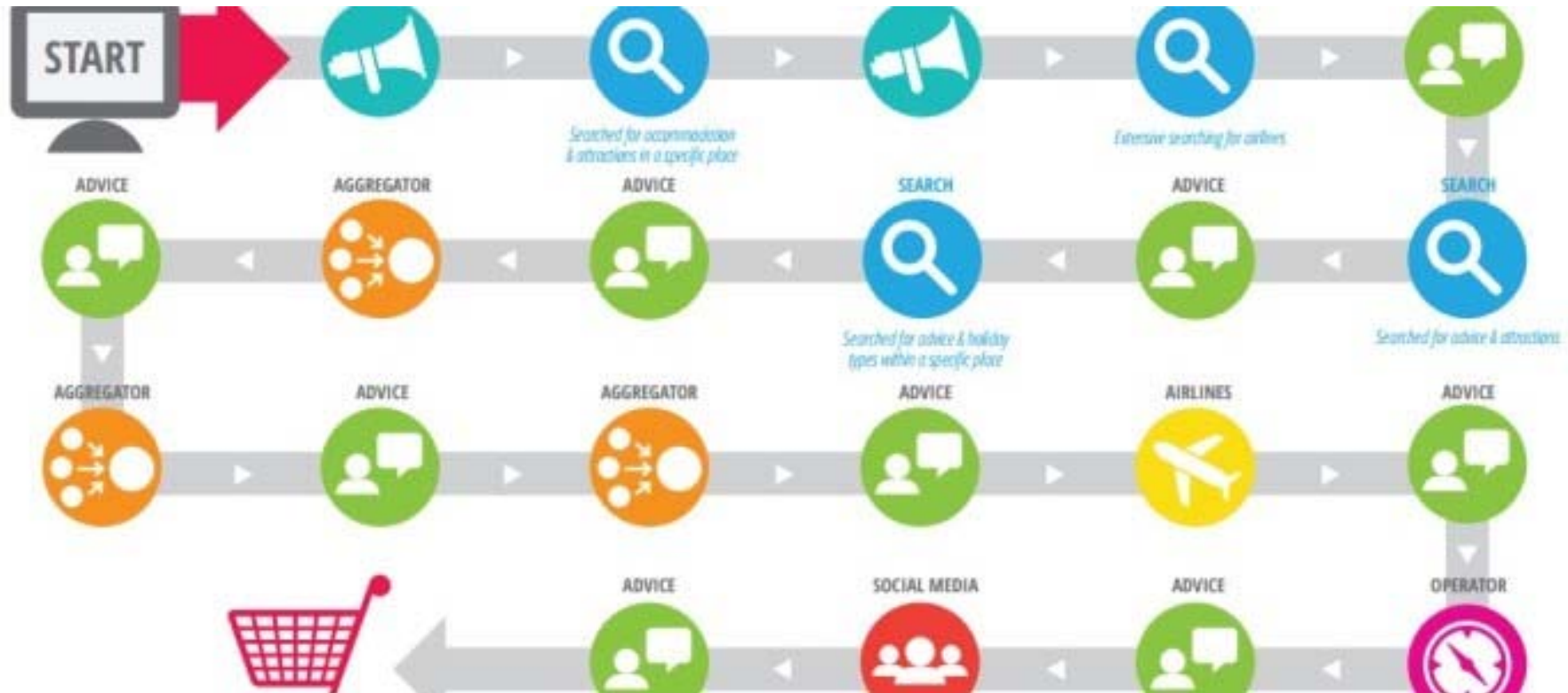
Source: <https://www.fostec.com/en/competences/strategy/disruptive-business-model-development/>



5 effets majeurs de la digitalisation dans le tourisme

- I. **Modification de la production.**
- II. **Rupture des chaînes de valeur traditionnelles**
- III. La **disruption** comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur.
- IV. **Émancipation / autonomisation des clients.**
- V. **Importance des effets de réseau et des plateformes.**

[IV] Le chemin complexe de la recherche à la réservation -> mais client qui s'auto-organise!



Source: <http://www.tnooz.com/article/travel-research-google-online-activity>. The data (and subsequent interpretation by Google) comes from two studies carried out last year with 5,000 consumers via GfK and a Nielsen study of 1,700 mobile users, both with UK respondents

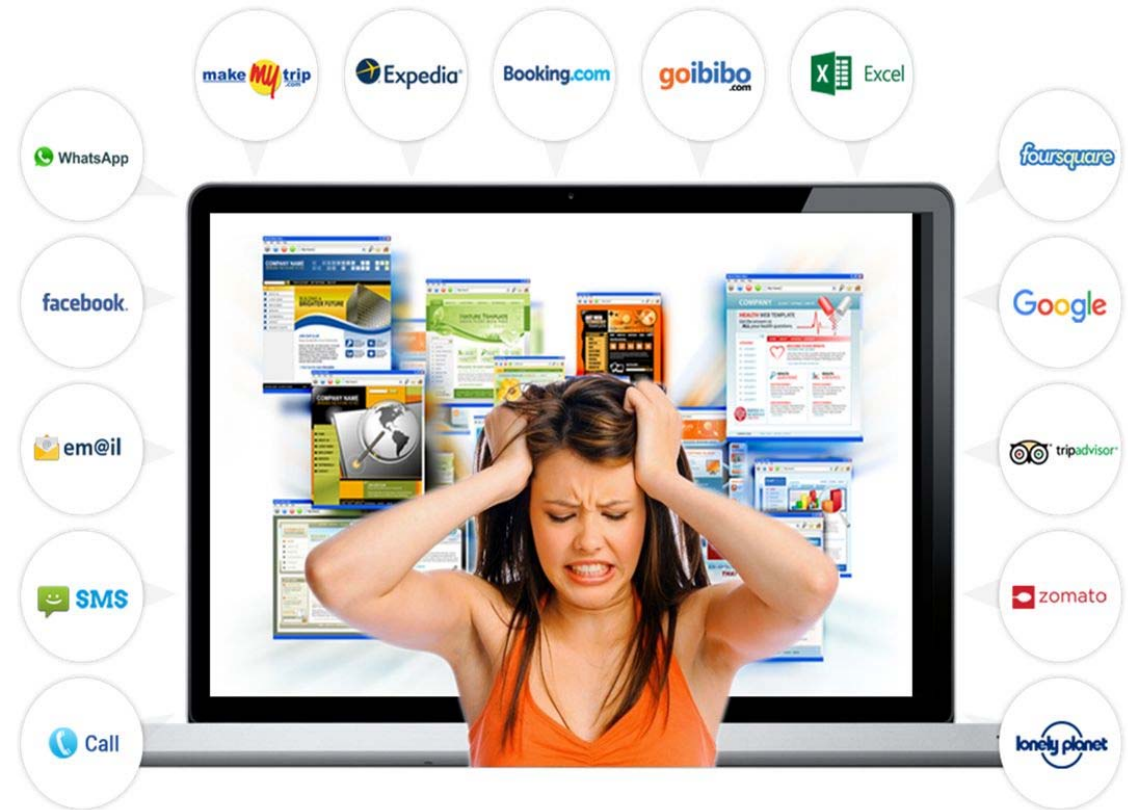
[[IV]] Le chemin complexe de la recherche à la réservation > mais client qui s'auto-organise!

Online buyers:

- Number of search sessions – 16.7
- Overall time spent – 129 minutes
- Number of sites visited – 32.5
- Days of activity over a 73-day period – 13.8 days

Offline buyers (but online searchers -> ROPO):

- Number of search sessions – 11.9
- Overall time spent – 94 minutes
- Number of sites visited – 22.5
- Days of activity over a 66-day period – 10.1 days



Source: <http://www.tnooz.com/article/travel-research-google-online-activity>. The data (and subsequent interpretation by Google) comes from two studies carried out last year with 5,000 consumers via GFK and a Nielsen study of 1,700 mobile users, both with UK respondents

[IV] La réservation de voyage selon Google: Les micro-moments au cœur du parcours client mobile

Liam's I-want-to-get-away moments included over 7,000 digital travel touchpoints* over 4 months.



534
Google Searches



1,400
Images (Including Google Street View, Maps, and other image views)

Types of sites visited:



49% Online travel agency (OTA)



3% Transportation



20% Maps



2% Air



12% Metasearch travel sites



2% Accommodation



8% Searches



2% Social

*Touchpoints = searches, website visits, video views, clicks

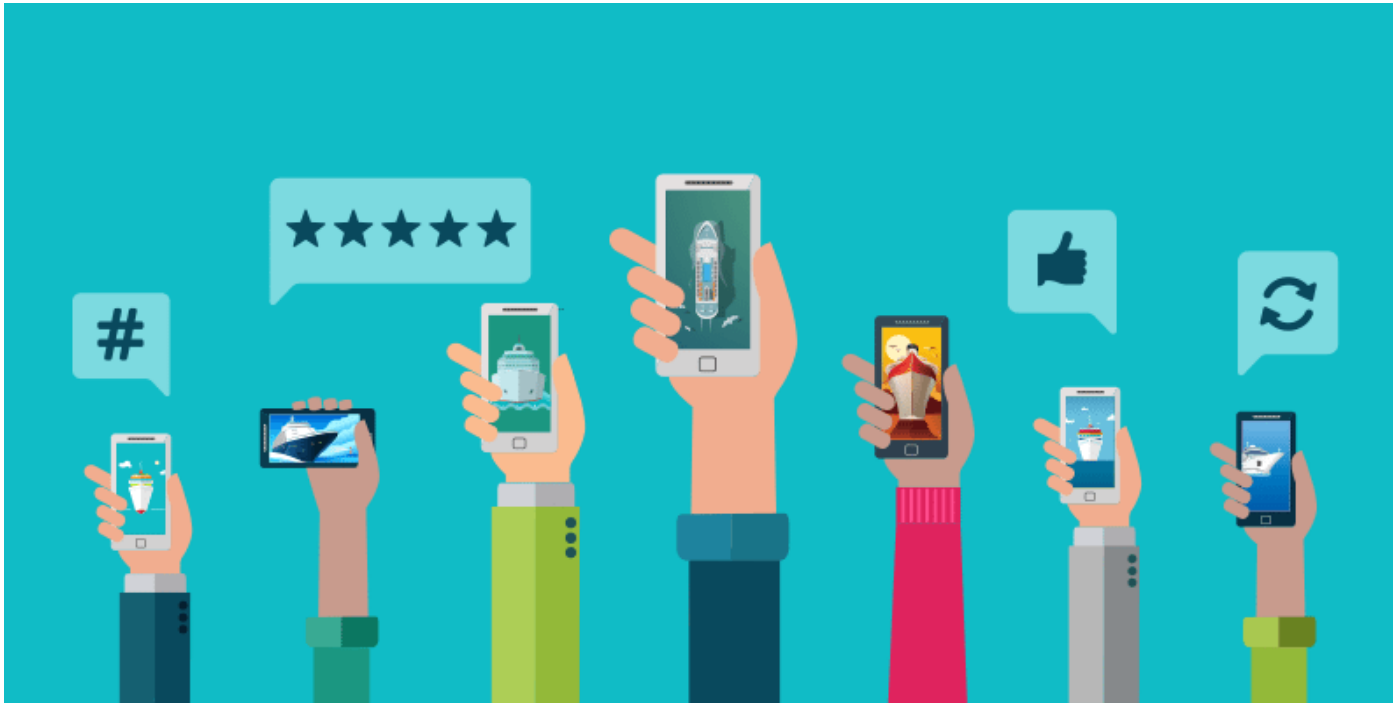
Source: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>

[IV] Le changement de paradigme dans le marketing: le client comme pilote du processus



Source: <http://www.clatterchatter.com/traditional-marketing-vs-social-media-marketing/>

[IV] Les voyageurs produisent et distribuent le contenu (User-Generated Content), ce qui en fait des personnes d'influence



5 effets majeurs de la digitalisation dans le tourisme

- I. **Modification de la production.**
- II. **Rupture des chaînes de valeur traditionnelles**
- III. La **disruption** comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur.
- IV. **Émancipation / autonomisation des clients.**
- V. **Importance des effets de réseau et des plateformes.**

[V] Economie de plateforme dans le tourisme



Creation: 2001 (Microsoft)
 Valuation : 20 Mia \$



Creation : 2000
 Valuation : 5.4 Mia \$



Creation : 1997 (booking 2000)
 Valuation : 85.6 Mia \$



Creation : 2005
 Bought by Expedia for 4 Mia \$



Creation : 2009
 Market Cap: 55 Mia \$



Creation : 2008
 Valuation: 31 - 35 Mia \$

Comparison



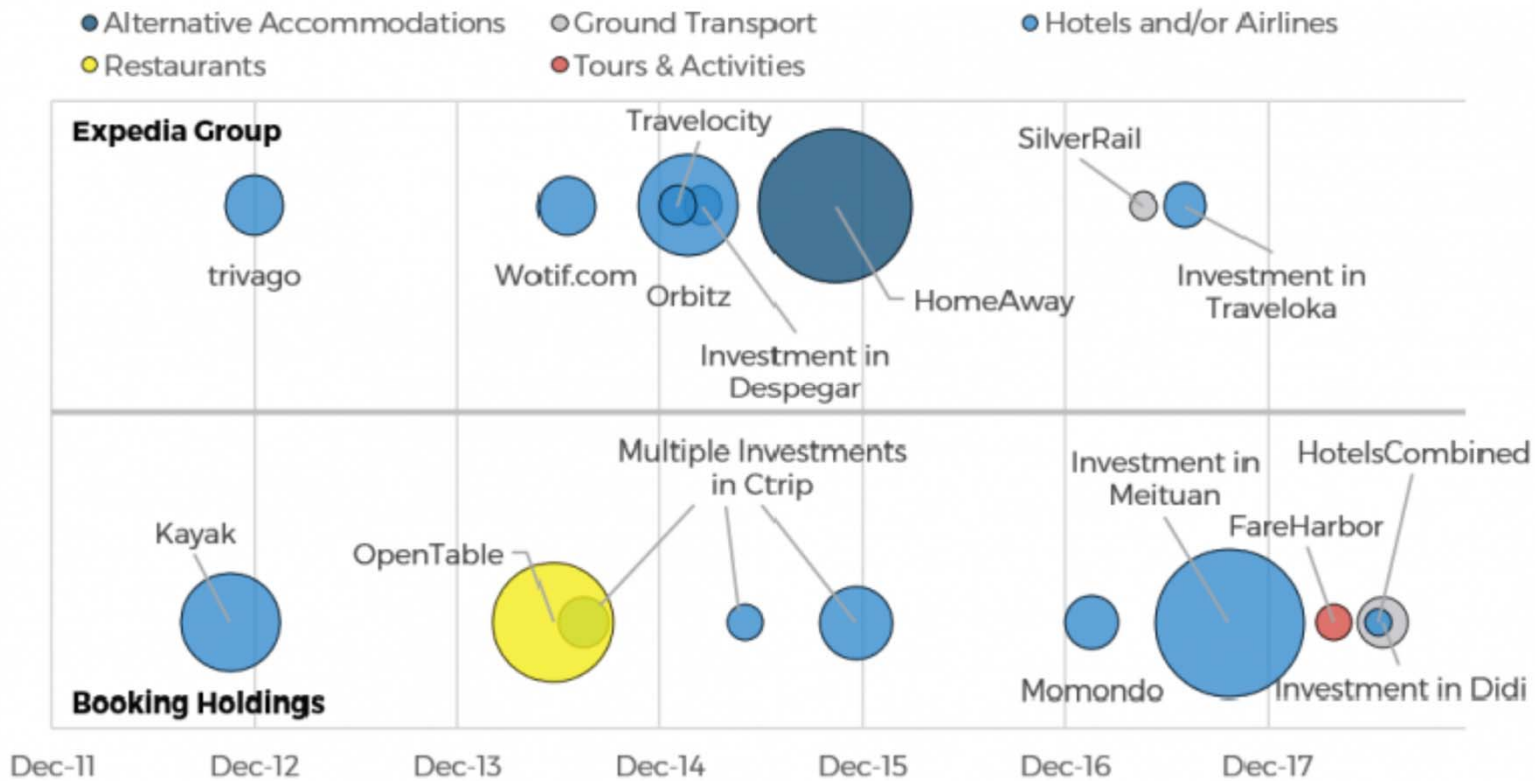
Creation : 1957
 Valuation : 7.15 Mia \$
 Revenue: 1.1 Mia \$



Source: trefis.com / techcrunch.com / Reuters / Piper Jaffray & wikipedia.org

[V] Calendrier des principales acquisitions et des principaux investissements chez Expedia et Booking

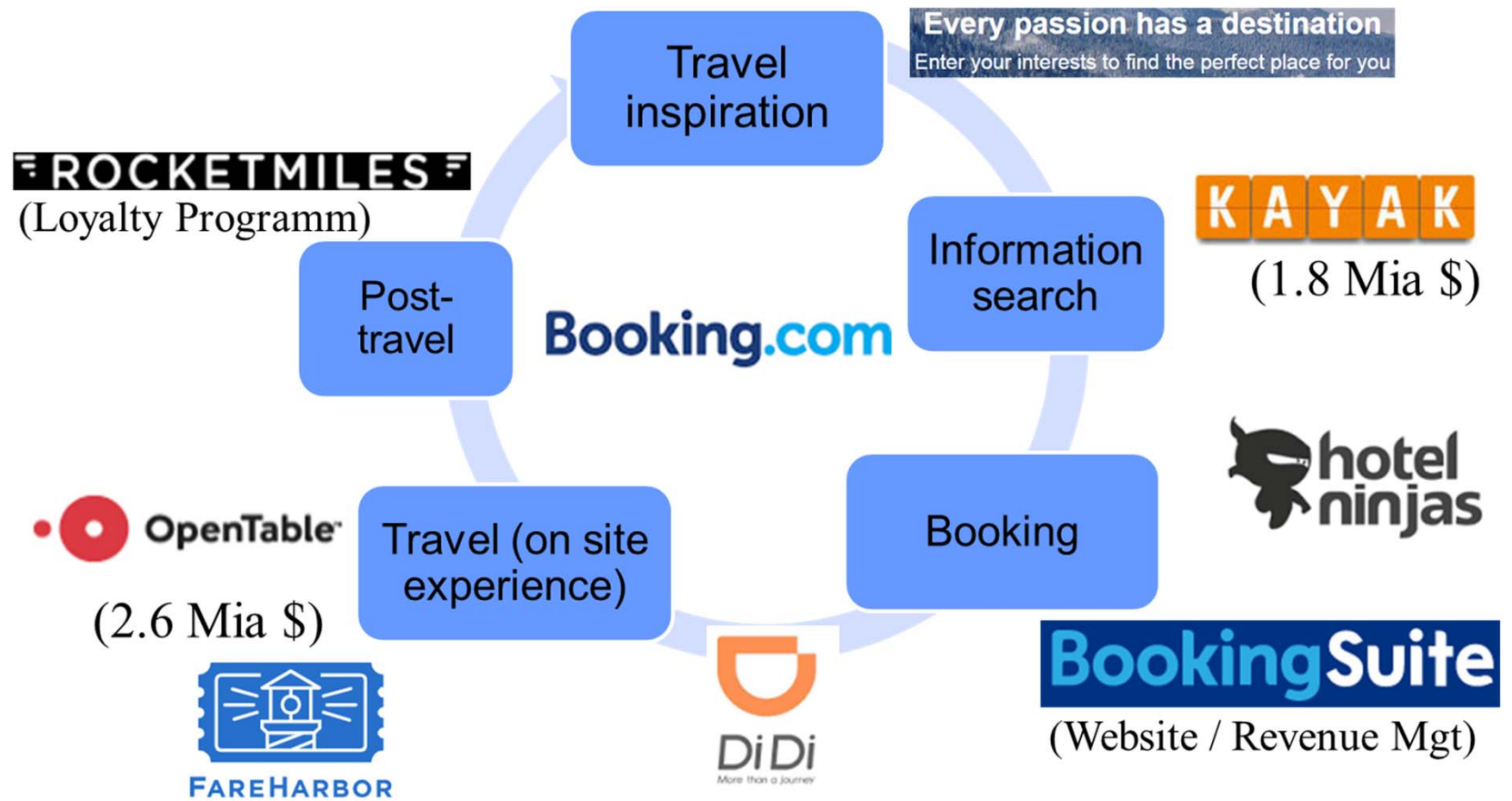
Timeline of Acquisitions and Investments >\$100M



Source: Skift Research, Capital IQ.



[V] Stratégie de Booking Holding: Customer Ownership – One-Stop Shop



Booking.com Launches Flights Through Partnership Across Europe
Dennis Schaal, Skift - Oct 14, 2019 3:00 pm

DiDi – ride sharing / FareHarbor - Booking software and services for tours and activities



AGENDA

- Intro
 - Tourisme = «victime» idéale de la numérisation
 - Cycles d'innovation accélérés
- Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau et des plateformes
- **Conclusions**



- Il n'est pas évident de saisir les opportunités qu'offre la numérisation !



Laurent Sciboz
@laurentsciboz



Amazon a décidé d'engager 50'000
informaticiens supplémentaires en 2018 -
[#waroftalents](#) [#DigitalTransformation](#)

Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

Pour conclure.... 8 thèses (I)

1. La **complexité** de l'utilisation de la numérisation est en augmentation (blockchain, AI, etc.)
2. Les **données** (la **data**) deviennent une ressource centrale
 - meilleure **personnalisation des services touristiques**, créer de la valeur ajoutée pour les hôtes
 - **RGPD**, l'accès aux données en tant que ressource
3. Parallèlement aux compétences numériques, **l'infrastructure du réseau (fixe et mobile)** est une base importante pour la numérisation du tourisme suisse (connexion des régions périphériques)
4. La numérisation véhicule le **potentiel de nouveaux processus et business models**

Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

Pour conclure.... 8 thèses (II)

5. La **numérisation accélère l'effacement des frontières entre les branches**; de nouveaux acteurs arrivent sur le marché (Airbnb, etc.)
6. Les **plateformes** contribuent considérablement à l'intermédiation touristique et à la vente
7. Le commerce et le **marketing touristique devient globalement plus dynamique et moins contrôlable** (rôle client, UGC)
8. La révolution numérique entraîne de **profonds changements sur le marché de travail et de la formation** du tourisme

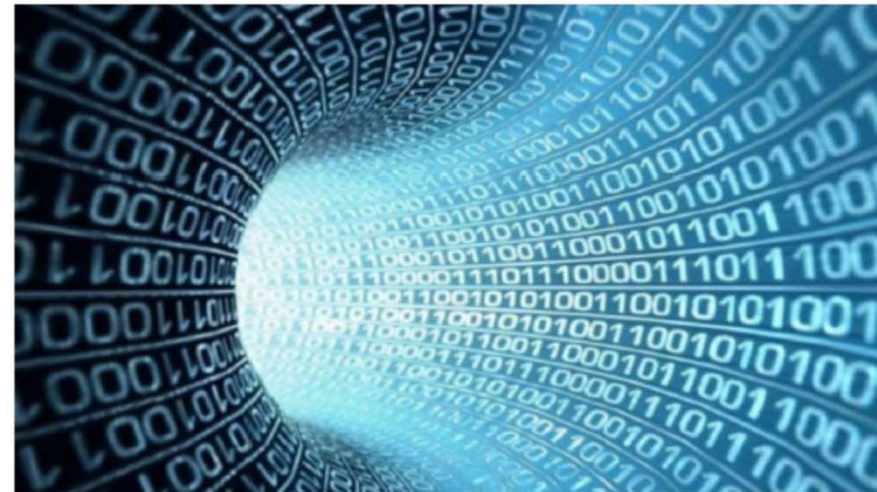
Source: Laesser & Schegg (2017): Numérisation: opportunités et défis, Tourismus Forum Schweiz 2017

Deux facteurs de production importants promeuvent la transformation digitale: les femmes/hommes (travail) et les données (ressources)



Processus de travail (conception)
Compétences (analytiques, créatives, sociales)
Management (souplesse)

-> **Formation et perfectionnement**



Données = ressources importantes
Intérêt de leur utilisation
Intérêt de leur protection

-> **Cadre réglementaire**

Implications

- Avec la numérisation, **il ne s'agit pas seulement de technologie, mais avant tout de savoir ce que l'on peut (encore) améliorer à l'aide de celle-ci à l'avenir.** À l'avenir, nous ne devons pas seulement nous contenter de voir les arbres, pour symboliser les technologies, mais toute la forêt, composée par les arbres.

En fin de compte, il s'agit

- (1) de développer les **infrastructures, compétences et capacités** tout autour de la numérisation dans le tourisme et de **les rendre accessibles,**
- (2) de **renforcer les innovations** concernant les **processus et modèles opérationnels** du tourisme (**business model innovation**), ainsi que
- (3) de **développer l'aptitude à penser aux clients** de manière plus conséquente et par conséquent de manière plus globale au niveau des exploitations et entreprises et ainsi profiter des avantages de la numérisation.

Transformation digitale dans le tourisme:

L'innovation numérique au coeur de la culture et du patrimoine



6 décembre 2019



TpM Sierre @tpmsierre · 17 oct.

"Les moyens digitaux sont-ils toujours utiles à une expérience de visite culturelle et touristique réussie?"

Cette question vous intrigue? Michel Etter, Fondateur et Directeur chez THEMATIS SA, répondra à cette question au #tpmsierre! Réservez vos billets: etourism-monitor.ch/tpm/fr/content...



TpM Sierre @tpmsierre · 3 oct.

SAVE THE DATE ! Le 6 décembre 2019 le #TpM2019 sera de retour sur le thème "L'innovation numérique au coeur de la culture et du patrimoine" et aura lieu à la HES-SO de Sierre.

Plus d'informations sur le thème et le programme ici: etourism-monitor.ch/tpm/fr



TRANSFORMATION DIGITALE DANS LE TOURISME :
L'INNOVATION NUMÉRIQUE AU COEUR DE LA CULTURE ET DU PATRIMOINE

HES-SO Valais/Wallis Sierre
TpM 2019
Vendredi 6 Décembre 2019

Pour plus d'informations et pour une pré-inscription :
<http://etourism-monitor.ch/tpm/fr/content/inscription>

f in twitter
Hes-SO VALAIS WALLIS

TOURISM
PROFESSIONAL MEETING
GET THE LATEST TRENDS ON E-TOURISM!

La révolution digitale bouleverse les modes de consommation de la culture, des loisirs et du voyage. La **transformation numérique** c'est bien sûr une évolution rapide des technologies mais c'est surtout une **transformation profonde des comportements et des attentes des publics**. Elle impose aux acteurs de la culture et du tourisme d'interroger leur stratégie, leurs actions et leurs outils.

La **réalité virtuelle** et la **réalité augmentée**, techniques venues du jeu vidéo, ont largement fait leur entrée dans le réel des destinations et des sites culturels, qui comptent nombre de dispositifs de réalité virtuelle ou d'applications de visite en réalité augmentée. La « **gamification** » est aujourd'hui une vraie tendance de la visite culturelle et touristique.

Cette évolution vers la transformation numérique du tourisme et de la culture sera abordée lors de la 20ème Rencontre des Professionnels du Tourisme (TpM) organisée par la filière tourisme de la HES-SO Valais-Wallis à Sierre.

AU PROGRAMME :

10.00 à 12.40 : **Conférences**

- Le digital dans le tourisme culturel
- Les moyens digitaux sont-ils toujours utiles à une expérience de visite culturelle et touristique réussie ?
- The Playable Tourism
- Le Parc archéologique de Mendrisio : nouvelles technologies pour soutenir l'offre de tourisme culturel
- The role of ICTs in cultural tourism

13.00 à 15.00 : **...**

<http://etourism-monitor.ch/tpm/>

EMBA en innovation touristique

**EMBA EN INNOVATION
TOURISTIQUE FRANCO-SUISSE**



CAS 2: e-Tourisme - l'innovation par la technologie

Maîtriser la transformation digitale

Du 24 avril au 16 juin 2020, HES-SO Valais-Wallis, Sierre.

<http://innovation-touristique.com/>

Prof. Roland Schegg

University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais (HES-SO Valais)

School of Management & Tourism

Institute of Tourism (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Switzerland

Tel: +41 (0)27 606 90 83

Mail: roland.schegg@hevs.ch

Twitter: [@RolandSchegg](https://twitter.com/RolandSchegg)

LinkedIn: ch.linkedin.com/in/rolandschegg/



School/Institute: www.hevs.ch

eTourism news: www.etourism-monitor.ch

Tourism Observatory: www.tourobs.ch

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English

<http://tourism.hevs.ch>

EMBA en innovation touristique: www.innovation-touristique.com

