

# Comment l'intelligence artificielle transforme les offices de tourisme suisses

## Auteurs:

Roland Schegg, Institut Tourisme (ITO) HES-SO Valais-Wallis

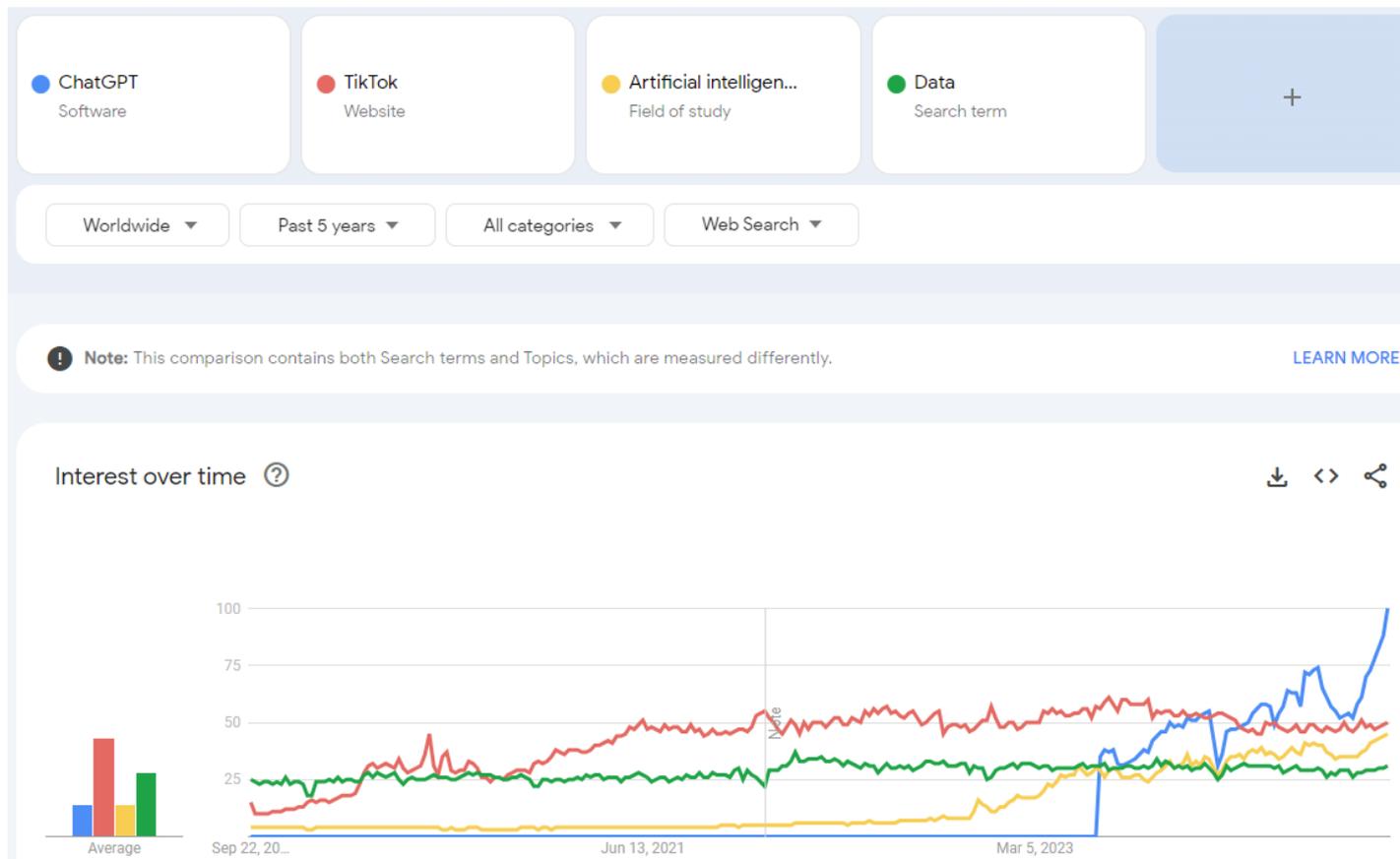
Léa Dupuis, Bachelor, HES-SO Valais-Wallis

*Novembre 2024*



Source image: <https://rezdy.com/blog/use-cases-of-ai-in-travel-tourism/>

# IA et données : une tendance globale et durable



# Sondage DMOs suisse - échantillon

- En **janvier 2024**, l'Institut du tourisme (ITO) de la HES-SO Valais-Wallis a mené pour la sixième fois depuis 2015 une enquête en ligne auprès des offices de tourisme (OT) suisses.
- Au total 476 personnes de 332 OT ont été contactées et **94 organisations ont répondu à l'enquête.**



**Étude:** <https://www.tourob.ch/fr/articles/digital-marketing/intelligence-artificielle-marketing-digital-et-gestion-des-donnees-situation-et-perspectives-pour-les-offices-de-tourisme-suisse/>

# Méthode – Questionnaire DMOs suisses

Le sondage s'articule autour de grands axes

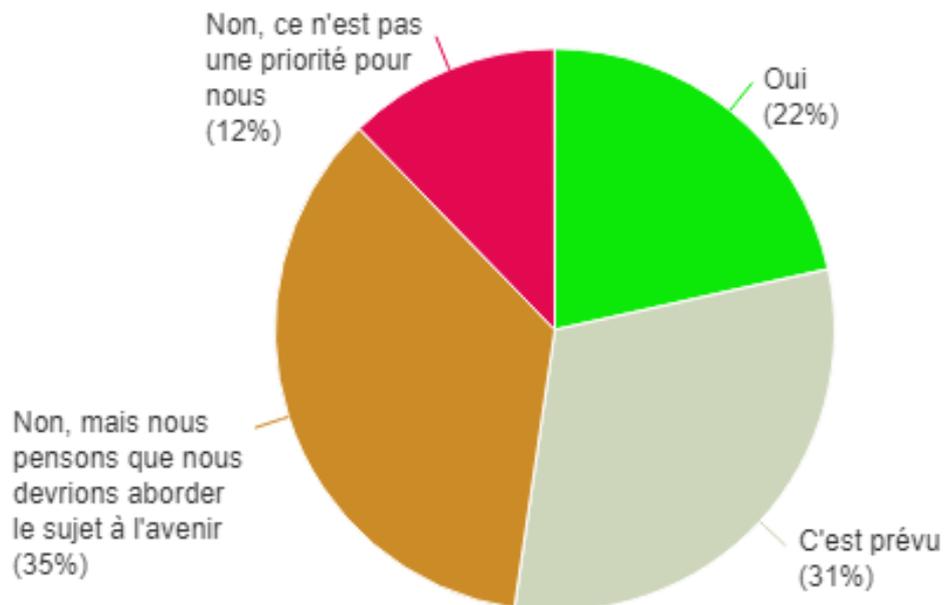
- I. La **présence des OT sur les réseaux sociaux** évalue quelles plateformes sont activement utilisées et l'effet sur le trafic web. Sous objectifs marketing, on examine buts poursuivis par les OT (par exemple, l'utilisation des réseaux sociaux pour améliorer la réputation ou l'engagement, ainsi que pour générer du trafic).
- II. La partie **ressources marketing** porte sur le budget et le personnel affecté au marketing digital.
- III. La section **«data»** questionne les objectifs et défis associés à la collecte et l'analyse des données.
- IV. Enfin, la section sur **l'utilisation de l'intelligence artificielle** explore l'intégration de l'IA dans les OT et son impact sur le secteur du tourisme.

# Stratégie en matière de données

Votre organisation a-t-elle une stratégie en matière de données?

Réponses effectives : 65

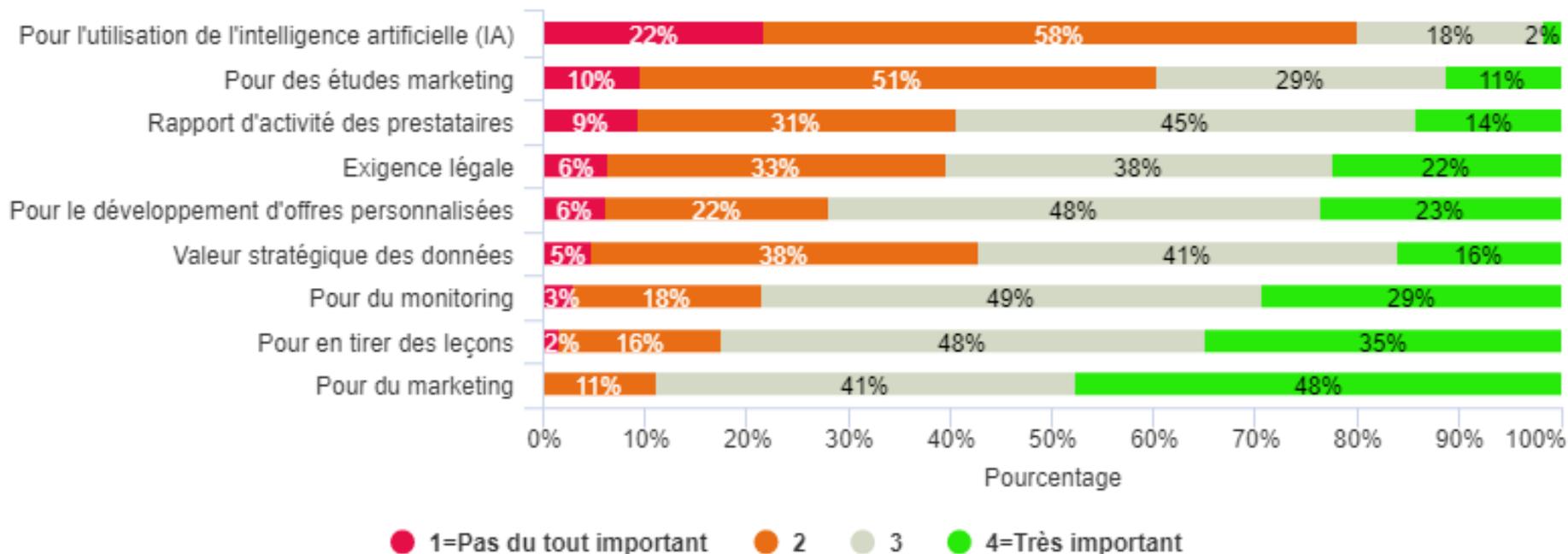
Taux de réponse : 69%



Les résultats indiquent une prise de conscience croissante de l'importance des données, mais aussi un retard potentiel dans leur utilisation stratégique effective.

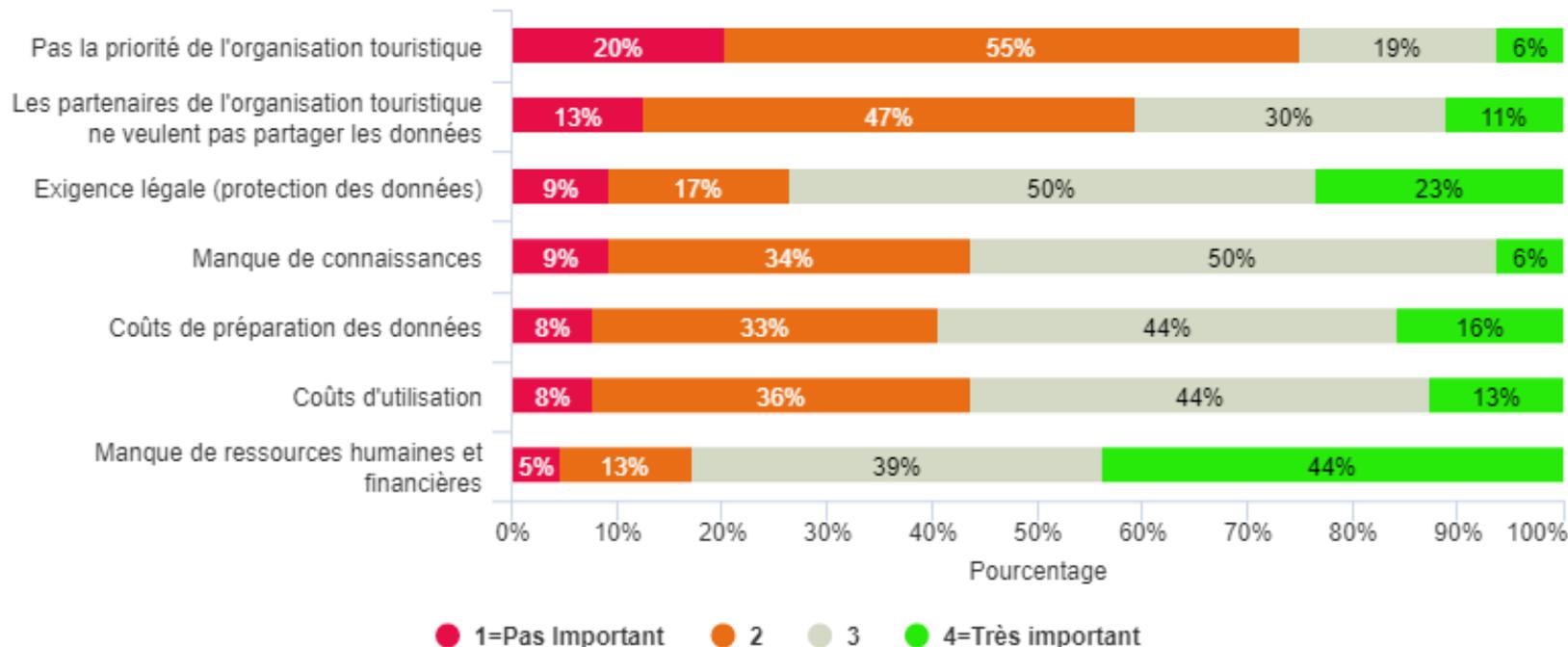
# Pourquoi les OT récoltent des données

Quels éléments vous incitent (ou poussent) à récolter les données ?



# Obstacles liés à l'utilisation des données en 2023

Quelles sont les obstacles liés à l'utilisation des données dans votre organisation?

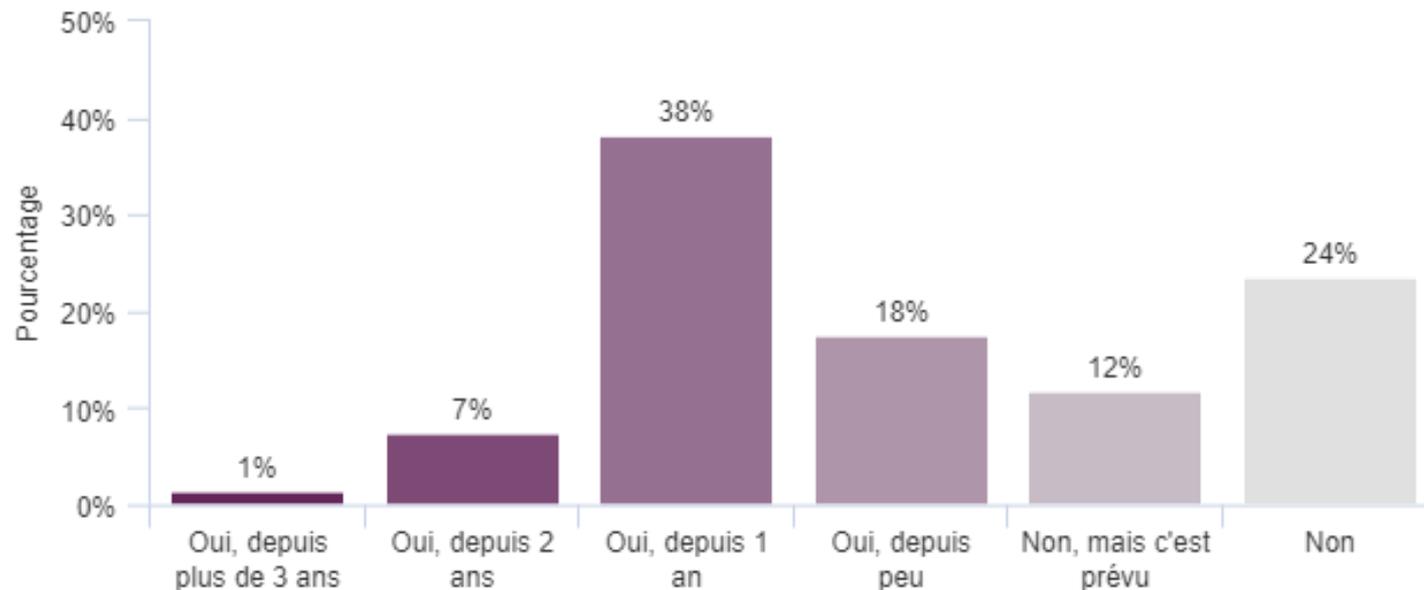


# Intelligence artificielle (IA): Utilisation

Votre office de tourisme utilise-t-il l'intelligence artificielle ?

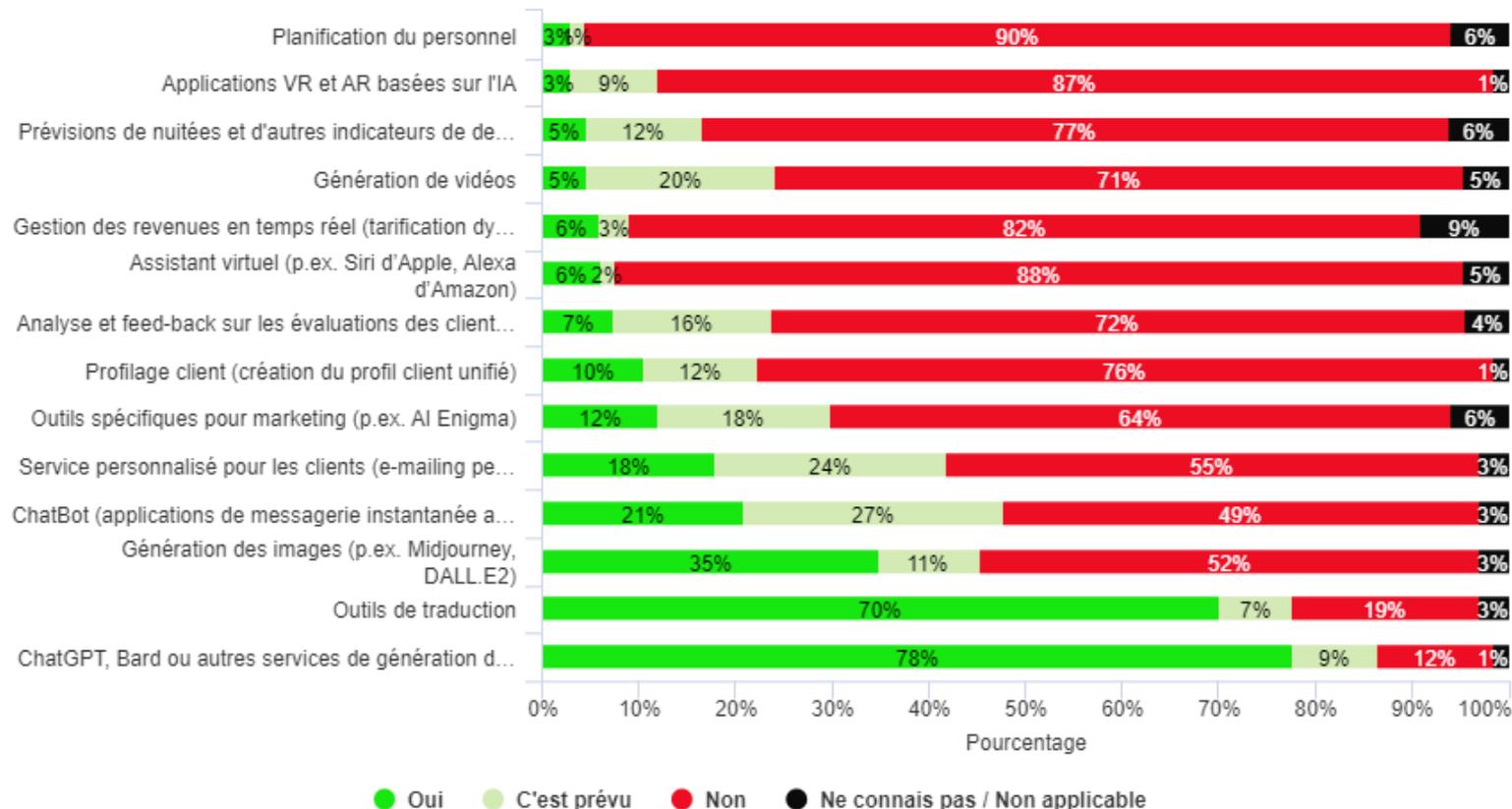
Réponses effectives : 68

Taux de réponse : 72%



# Intelligence artificielle (IA): Technologies utilisées

Votre office de tourisme utilise-t-il des technologies intégrant ou basées sur l'intelligence artificielle (IA) ?

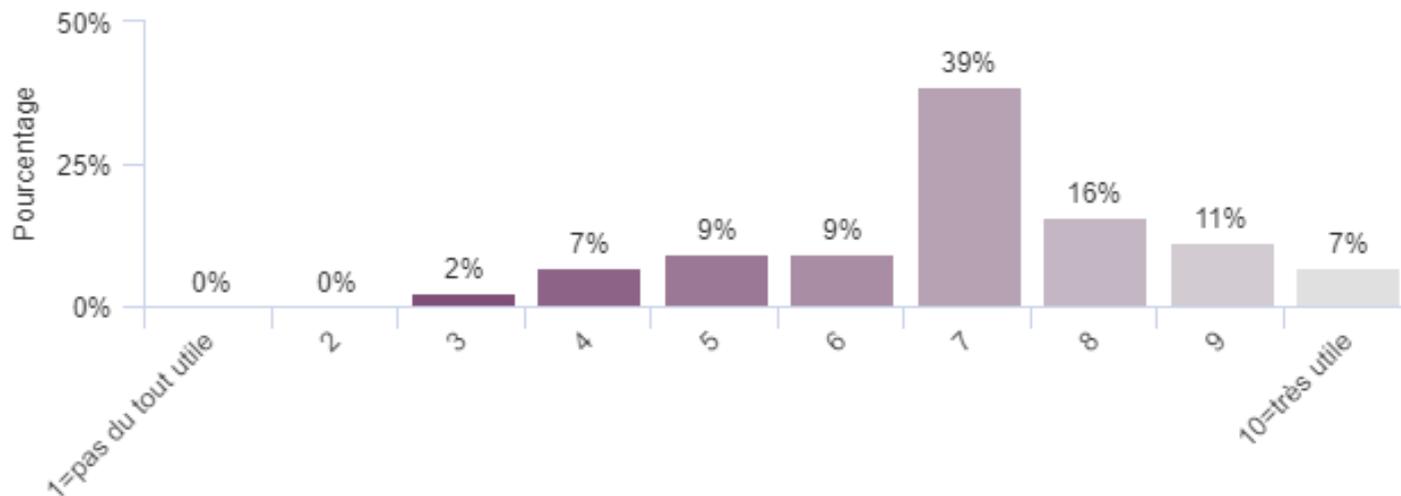


# Intelligence artificielle (IA): L'utilité actuelle perçue

Si vous utilisez l'IA, sur une échelle de 1 à 10, comment jugez vous l'utilité de l'IA pour votre organisation

Réponses effectives : 44  
Médiane : 7,0

Moyenne : 7,0  
Min - Max : 3,0 - 10,0

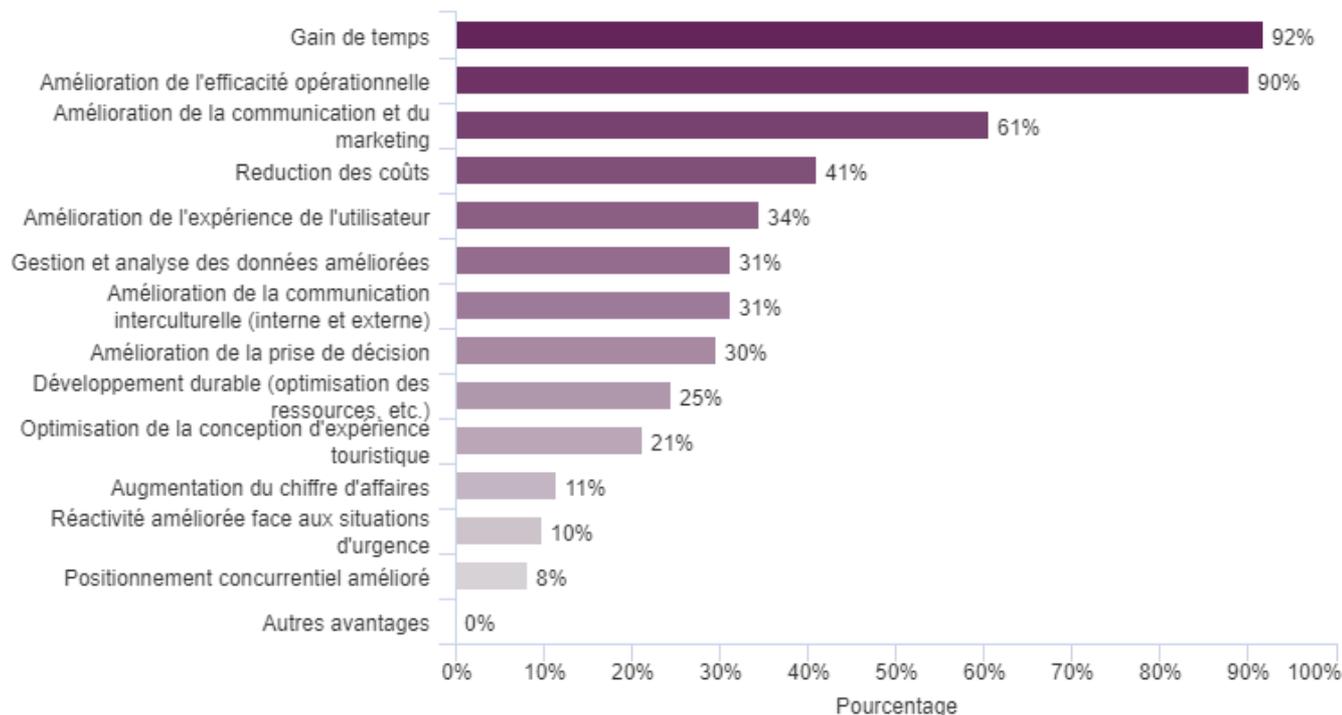


# Intelligence artificielle (IA): Avantages

Quels sont les avantages vécus ou perçus de l'adoption de ces technologies pour un office de tourisme ?  
(plusieurs choix possibles)

Réponses effectives : 61

Taux de réponse : 65%

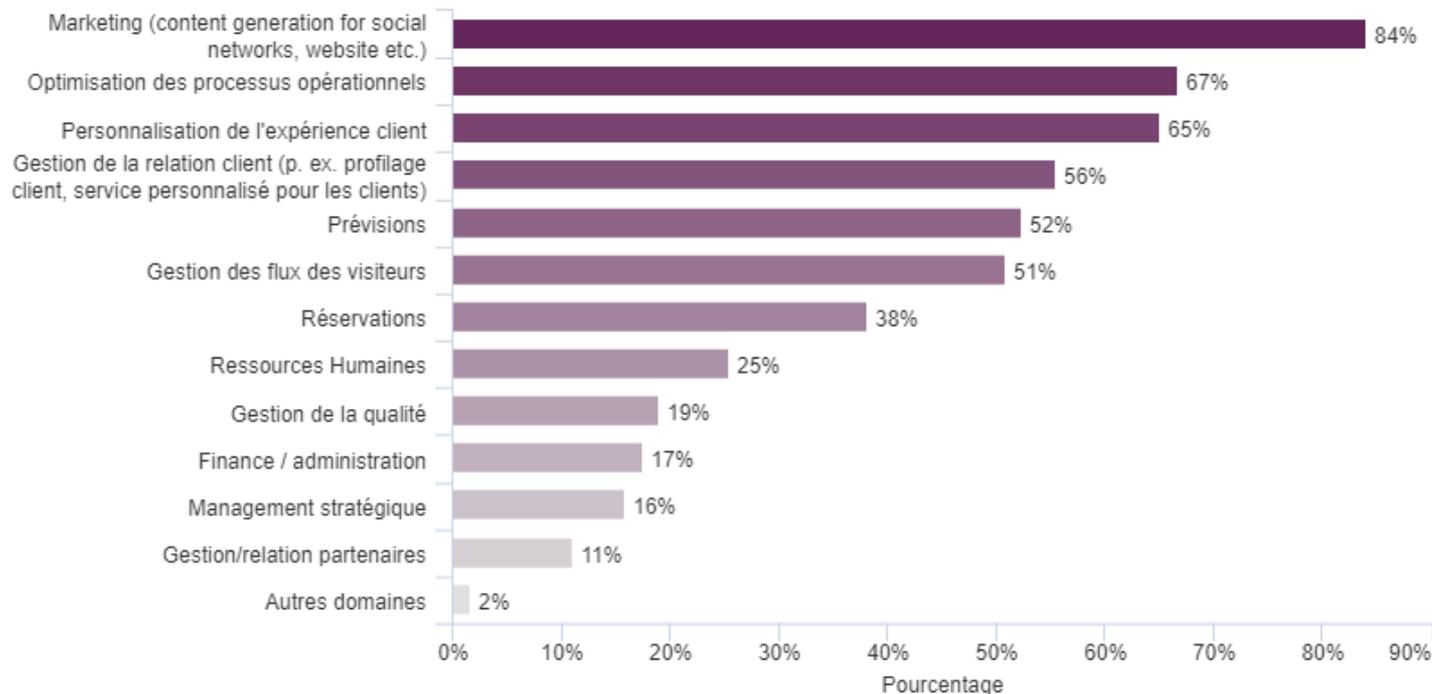


# Intelligence artificielle (IA): Domaines d'utilisation

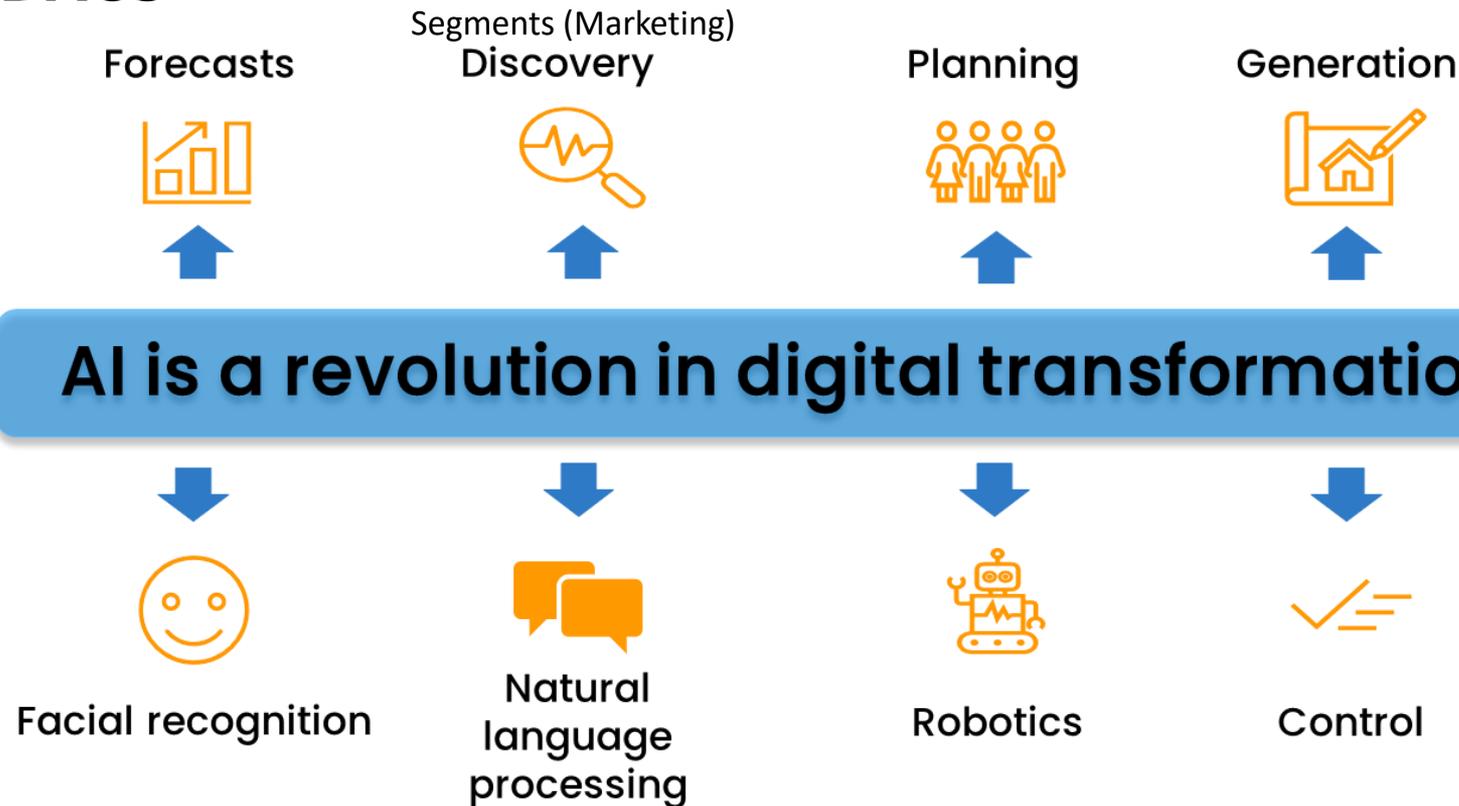
Dans quels domaines pensez-vous que l'IA sera le plus utile pour les offices de tourisme? (plusieurs choix possible)

Réponses effectives : 63

Taux de réponse : 67%

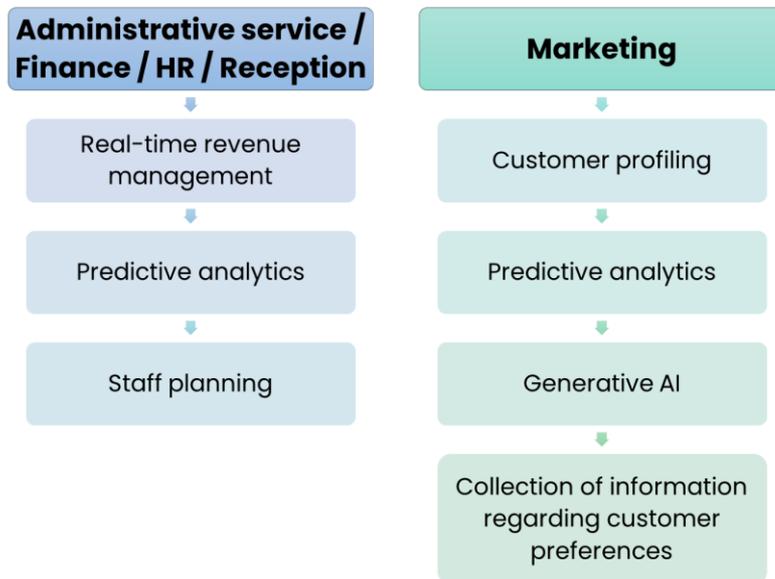


# Comment l'intelligence artificielle transforme les DMOs



IA générative -> texte, photo, vidéo (ChatGPT et co)

# Comment l'intelligence artificielle transforme les DMOs



- ✓ **Reservations**
- ✓ **Marketing**
- ✓ **Administrative services**
- ✓ **Personnel planning**
- ✓ **Finance**
- ✓ **Operational processes**

# Marketing 4.0 with AI Tools: Showcase for MITF

## Unlock Your Marketing Potential with Enigma's AI Assistant

Discover ai.enigma - your secret weapon for standout ads and ideas. Born from our own tried-and-true methodologies, our smart AI creates catchy phrases and keywords that make your product shine. No marketing jargon, just simple tools that work. With ai.enigma, making your business stand out is no longer a mystery. It's our way of working, now available for you!

What is the name of your product or your service?

Montreux International Tourism Forum

36/40

Describe your product or service

Le congrès de Montreux sur les évolutions de transition recueille actuellement les réponses des divers secteurs du tourisme et de l'accueil doivent se réunir et débattre des évolutions possibles et des mutations à venir des modèles connus, afin de rechercher ensemble les meilleures solutions. Venez donc avec vos connaissances, vos questions et vos projets afin d'échanger avec les divers intervenants pour développer de manière interactive les réflexions indispensables et les échanges de bonnes pratiques pour faire face et répondre à tous ces défis, nouveaux ou renouvelés.

1283/1500

GENERATE

EN ▾

<https://ai.enigma.swiss/>

# Marketing 4.0 with AI Tools: Showcase for MITF

## Results for Montreux International Tourism Forum

ADVERTISING

NEUROMARKETING ADS

STORYTELLING

STRATEGY

MARKETING ACTIVITIES &amp; PR

Everything you need to create stunning ads, right at your fingertips. Choose which type of ad you need and let us do the rest.

SOCIAL ADS

GOOGLE ADS

DISPLAY ADS

NEED-SPECIFIC ADS

BARRIER-SPECIFIC ADS

VIDEO AD SCRIPT

### Social Ads

This prompt creates catchy headlines, convincing descriptions, and cool image ideas for your Facebook and Instagram ads. It crafts ads that work for your business: considering your industry, your audience, and your preferences. The goal? To make your ads as effective as possible.

#### Explore the Future of Tourism at MITF!



🌐 Curious about how AI shapes tourism? Join us at Montreux International Tourism Forum and dive into the future! Engage in vital discussions, understand AI's role, and network with industry pioneers. Don't miss out on shaping tomorrow! 🚀🌱

🖼️ Image: [object Object]

#### AI in Tourism: Boon or Bane? Discover at MITF



🗣️💡 Is AI a friend or foe to the tourism industry? Debate and learn at the Montreux International Tourism Forum. Explore the impact, innovations, and future possibilities in Franco-Swiss tourism! Engage, express, and evolve!

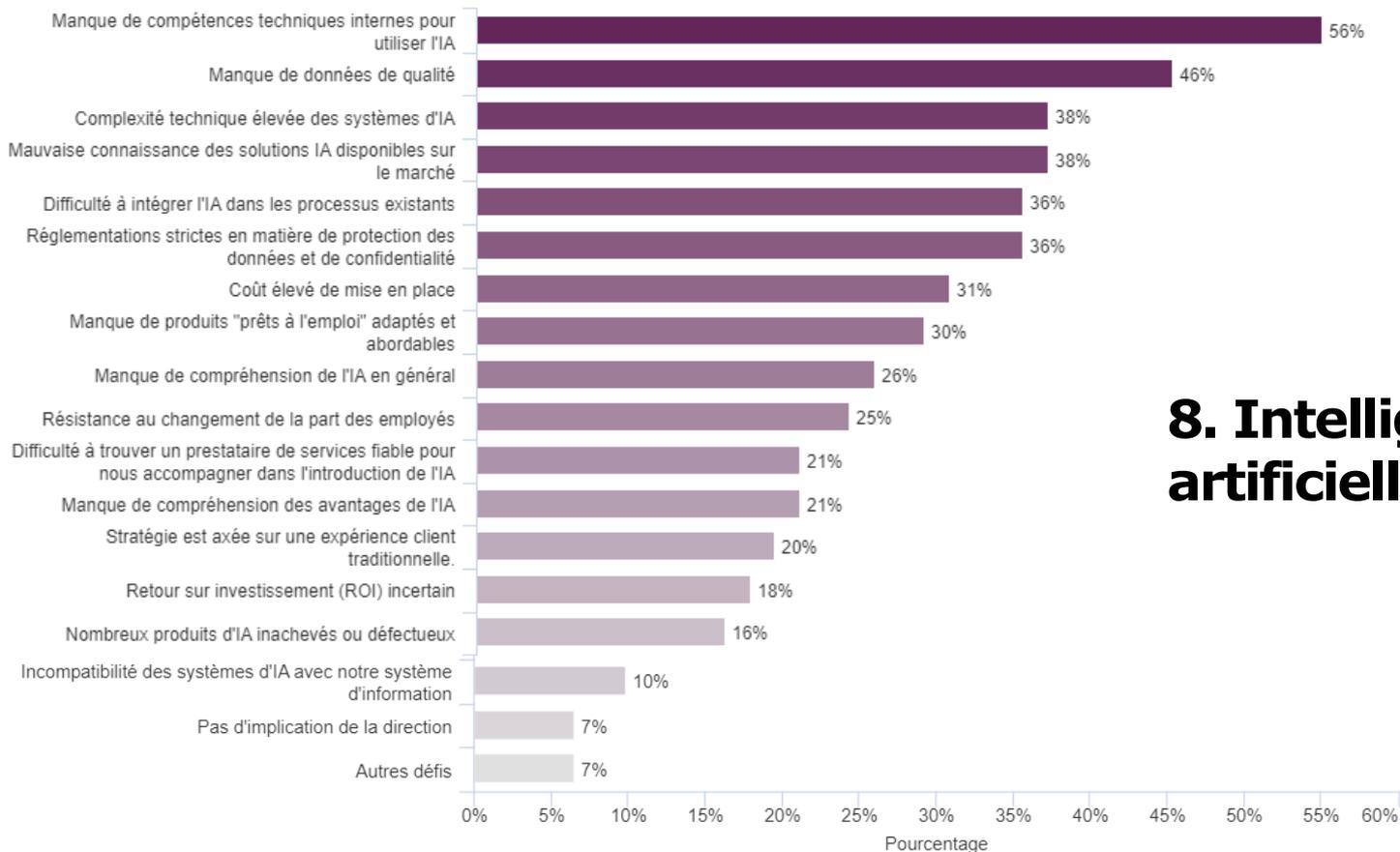
🖼️ Image: [object Object]

<https://ai.enigma.swiss/>

## Quels sont les défis spécifiques ou obstacles que vous avez rencontrés respectivement que vous percevez lors de l'intégration de l'intelligence artificielle pour un office de tourisme ? (plusieurs choix possible)

Réponses effectives : 61

Taux de réponse : 65%



## 8. Intelligence artificielle (IA): Défis

# AI & DMO: recommandations stratégiques

- **Mise en commun des données** : Encourager le partage sécurisé des données dans le respect des réglementations sur la protection des données.
- **Sécurité et confidentialité des données** : Adopter des modèles internes et renforcer la cybersécurité avec des audits et des formations continues.
- **Formation et sensibilisation** : Former le personnel sur les applications pratiques de l'IA.
- **Optimisation des prompts** : Créer des guides standardisés pour améliorer la précision et l'efficacité des requêtes IA.
- **Développement et support technique** : Mettre en place un support technique interne pour accompagner et maintenir les systèmes IA.
- **Collaboration et benchmarking** : Favoriser le partage des meilleures pratiques via une plateforme commune et des ateliers collaboratifs.
  
- Source: TB Léa Dupuis - <https://www.tourops.ch/fr/articles/digital-marketing/adoption-de-l-intelligence-artificielle-dans-les-offices-de-tourisme-suissees-opportunités-defis-et-recommandations-strategiques/>

# Thank you!

## **Prof. Roland Schegg**

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

School of Management

Institute of Tourism (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Switzerland

*Tel: +41 (0)58 606 90 83*

*Mail: [roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)*

*Twitter: @RolandSchegg*

*LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://ch.linkedin.com/in/rolandschegg/)*

Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.touobs.ch](http://www.touobs.ch)

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

