

La transformation digitale et le tourisme

Le rôle du digital pour sortir le tourisme du choc pandémique

Convention d'affaires franco-suisse de l'ULCC
7 octobre 2021, Mövenpick Hotel, Genève

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



CONSEIL DU LEMAN
AIN HAUTE-SAVOIE
VAUD VALAIS GENEVE

Union Lémanique
des Chambres de Commerce

ULCC

Ain, Genève, Haute-Savoie
Valais, Vaud

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
- La pandémie et le digital
- Conclusions

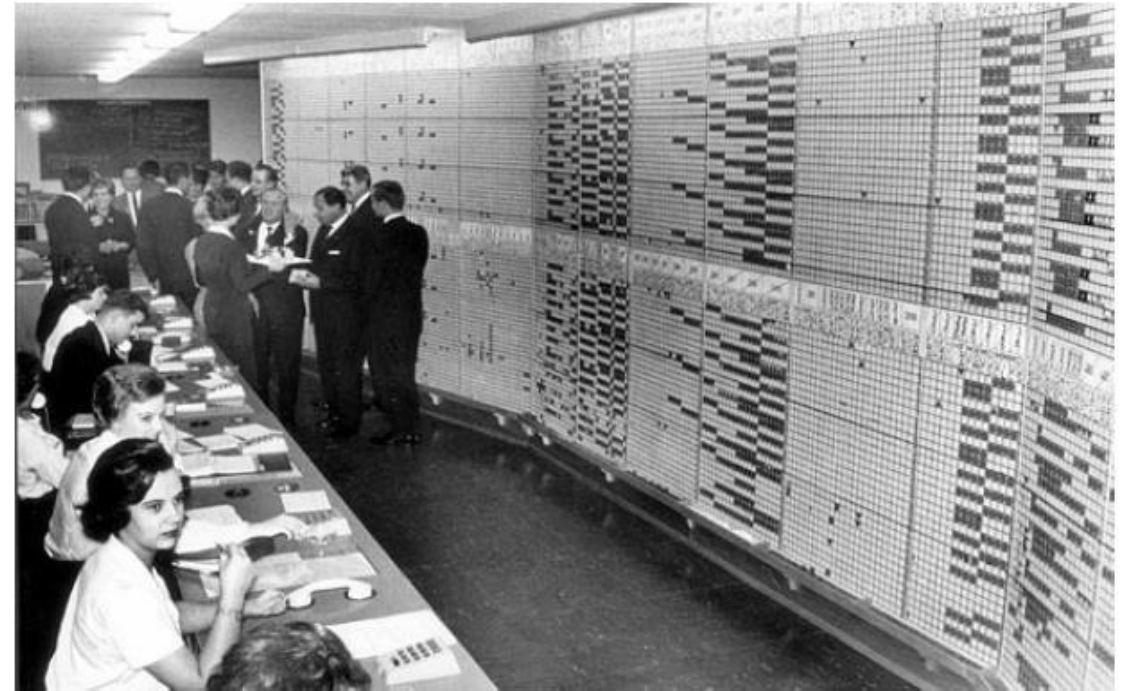


Histoire de la distribution touristique: industrialisation des processus déjà à l'époque

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



- 1960s: Lufthansa Reservation Center



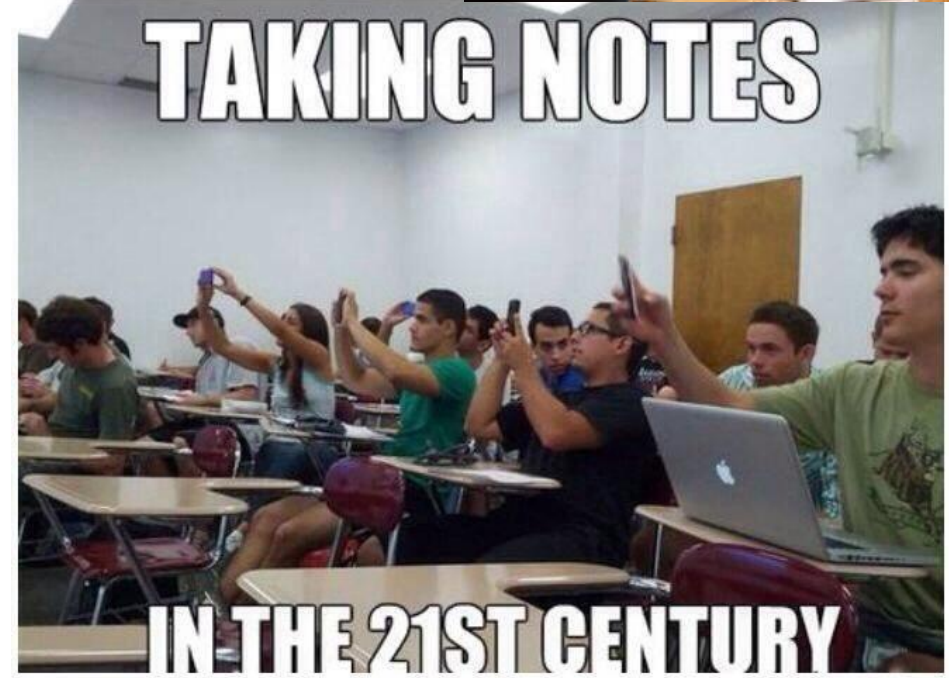
Comment le digital change les comportements



Avant



Maintenant



TAKING NOTES

IN THE 21ST CENTURY

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/>

Consommation des médias - Changement de comportement ... ?



Avant

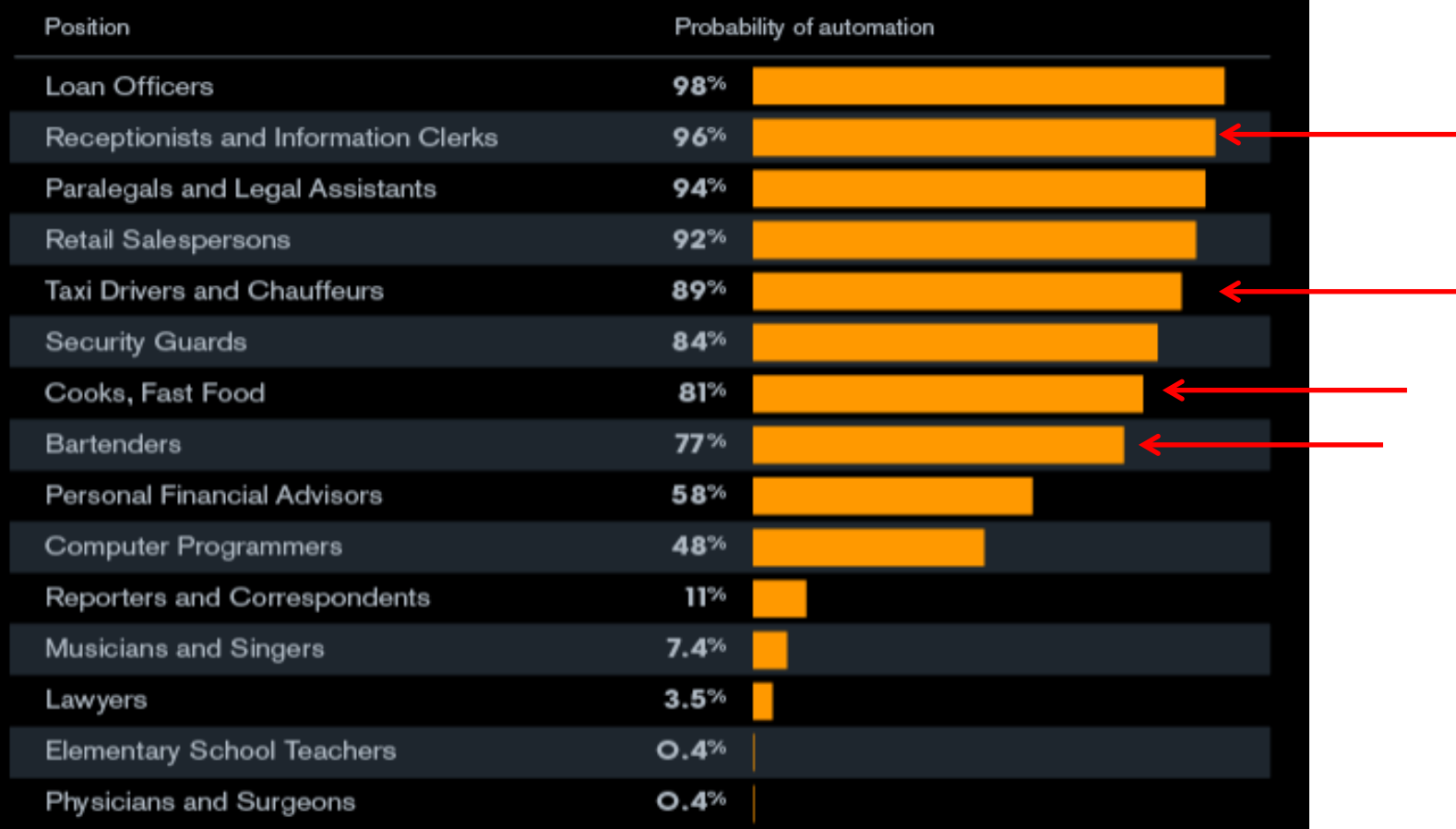
Maintenant



L'automatisation des tâches menace la moitié des emplois aux États-Unis en 20

Computerizable Jobs

Select occupations ranked according to their probability of becoming automatable.



«The future of jobs» dans une économie digitale



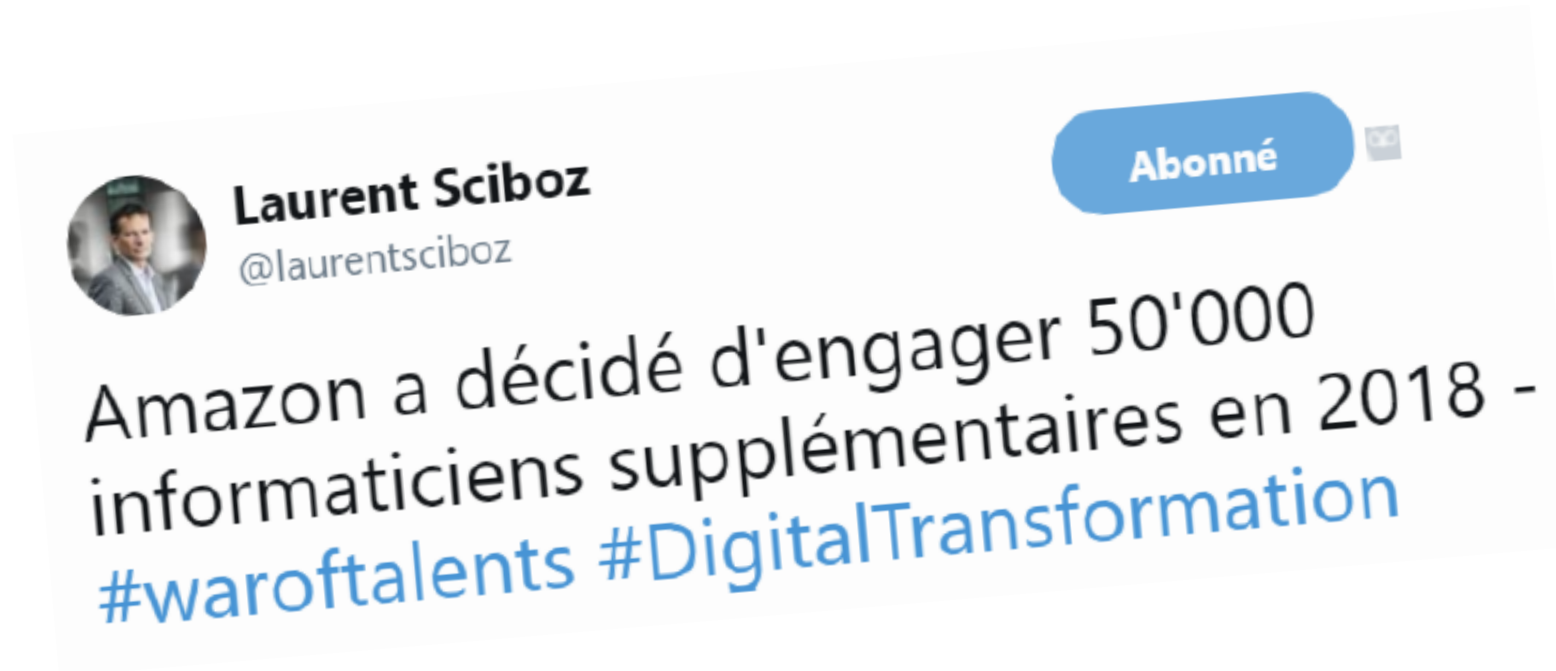
Source: The future of jobs: The onrushing wave | The Economist

AGENDA

- Intro
- **Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme et les conséquences**
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- La pandémie et le digital
- Conclusions



Il n'est pas évident de saisir les opportunités qu'offre la numérisation, surtout si on est en face des géants du numérique (GAFAM / OTA etc.)



La numérisation, concrètement, c'est:

4 facteurs-clés...



Google Pixel Buds: Personal Translator in Real Time

- Mise en réseau grâce à **l'omniprésence de l'internet**
 - Fibre optique, 4G -> bientôt 5G, dans les transports publics (train, avion), etc.
- **Miniaturisation & applications mobiles -> connectivité stationnaire et mobile**
 - Internet des objets (IoT), Smart City/Destination
- **Réduction massive du coût des microprocesseurs, dont la puissance a doublé tous les 18-24 mois depuis les années 1960**
- **Augmentation considérable de la puissance de calcul et de l'intelligence artificielle (AI)**
 - Traduction (DeepL), Chatbots, Marketing Automation, etc.

5 effets majeurs de la numérisation 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.

[I] La numérisation est source de nouvelles options, moins chères et plus utiles

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 < TODAY >

	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	22	23	24	25	26	27	28
OCT	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
NOV	27	28	29	30	31	NOV 1	2

CHECKIN 1 Tue October 2019 1 NIGHTS
 CHECKOUT 2 Wed October 2019

Room #1 + ADD ROOM

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.

Otherwise
 Select one of our Special Offers

Why should I book?
 ✓ Best Rate G
 ✓ Direct Rese
 ✓ Exclusive O

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



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



5 effets majeurs de la numérisation 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.

Exit des acteurs traditionnels

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



From 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”



- 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**.

Transformation des acteurs traditionnels et montée des nouveaux acteurs

Grève à la SNCF. Le covoiturage explose, et s'organise pour la suite

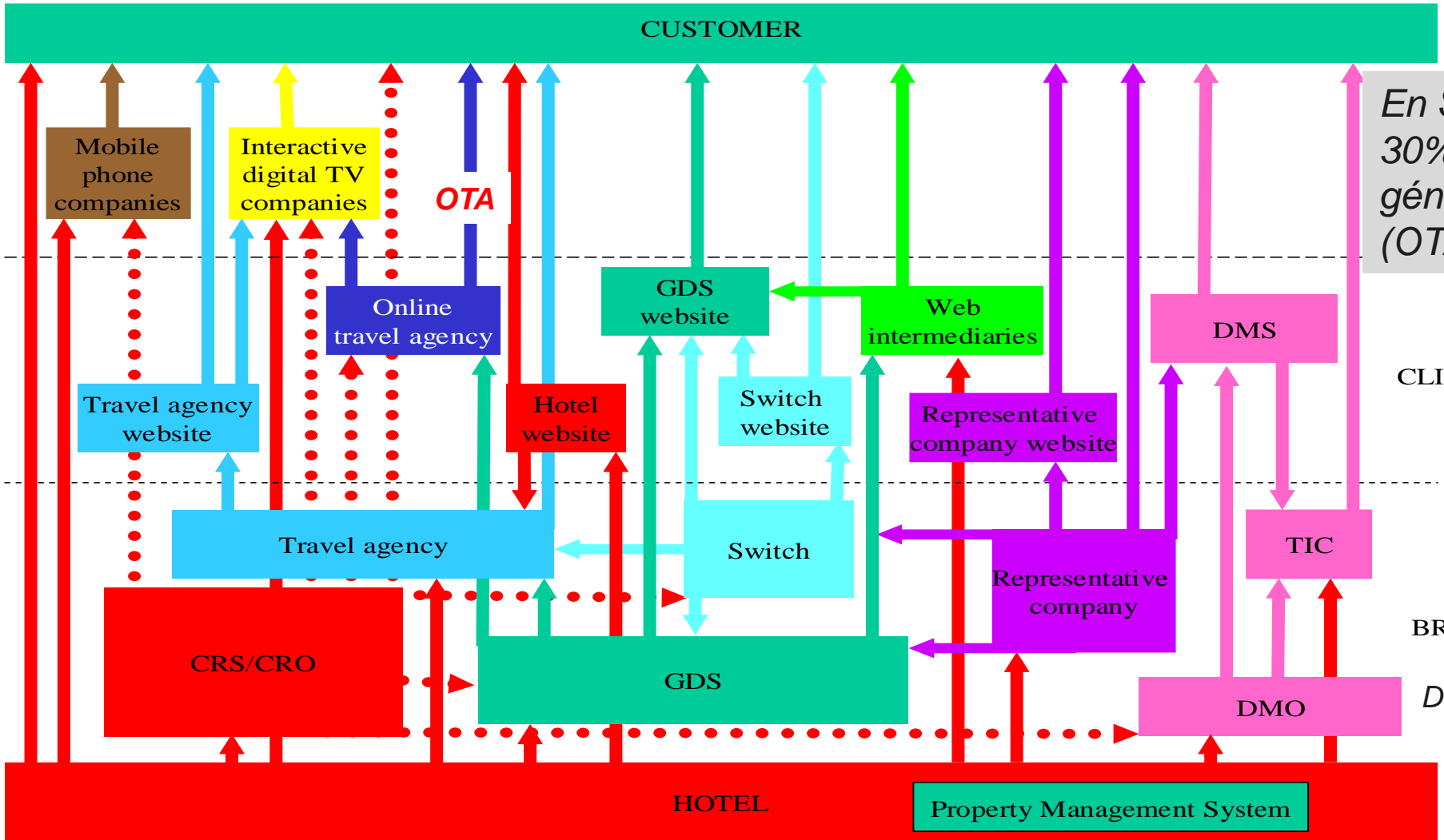


Expansion et développement

BlaBlaCar lève 101 millions d'euros et fait une offre d'acquisition à Ouibus

SNCF vend Ouibus à Blablacar et entre dans son capital

La montée des nouveaux acteurs du tourisme: arrivée d'Internet -> explosion des canaux de vente



En Suisse et en France presque 30% des nuitées hôtelières générées par Booking.com et co. (OTA)

CLICKS

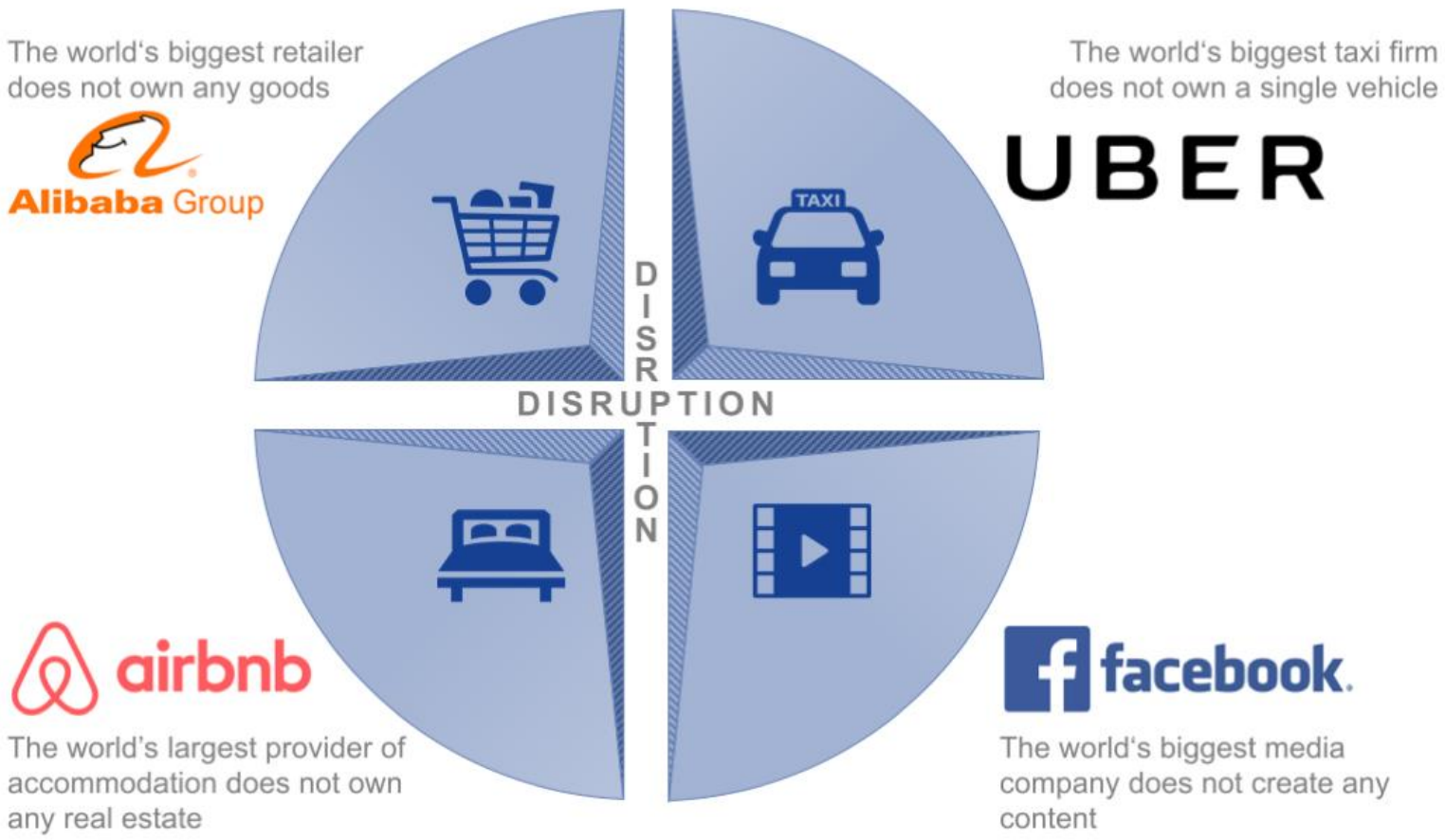
BRICKS

DMO -> Office de Tourisme

5 effets majeurs de la numérisation 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.

(Disruptive) «Asset-free» Business Models



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

5 effets majeurs de la numérisation dans le tourisme

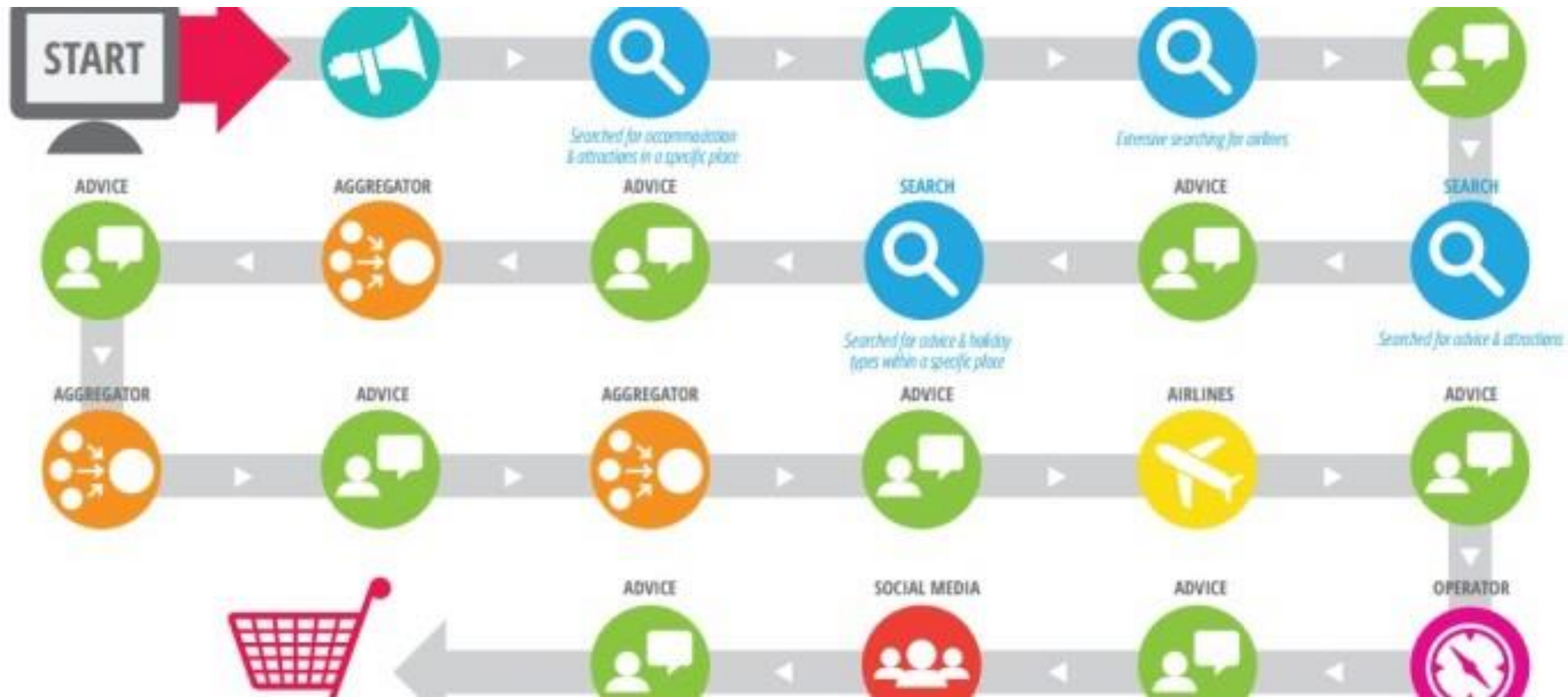
- I. Modification de la production.
- II. Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
- III. La disruption comme caractéristique des nouvelles chaînes de valeur.
- IV. Émancipation / autonomisation des clients.**
- V. Importance des effets de réseau.

Le changement de paradigme dans le marketing



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

Le chemin complexe de la recherche à la réservation



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

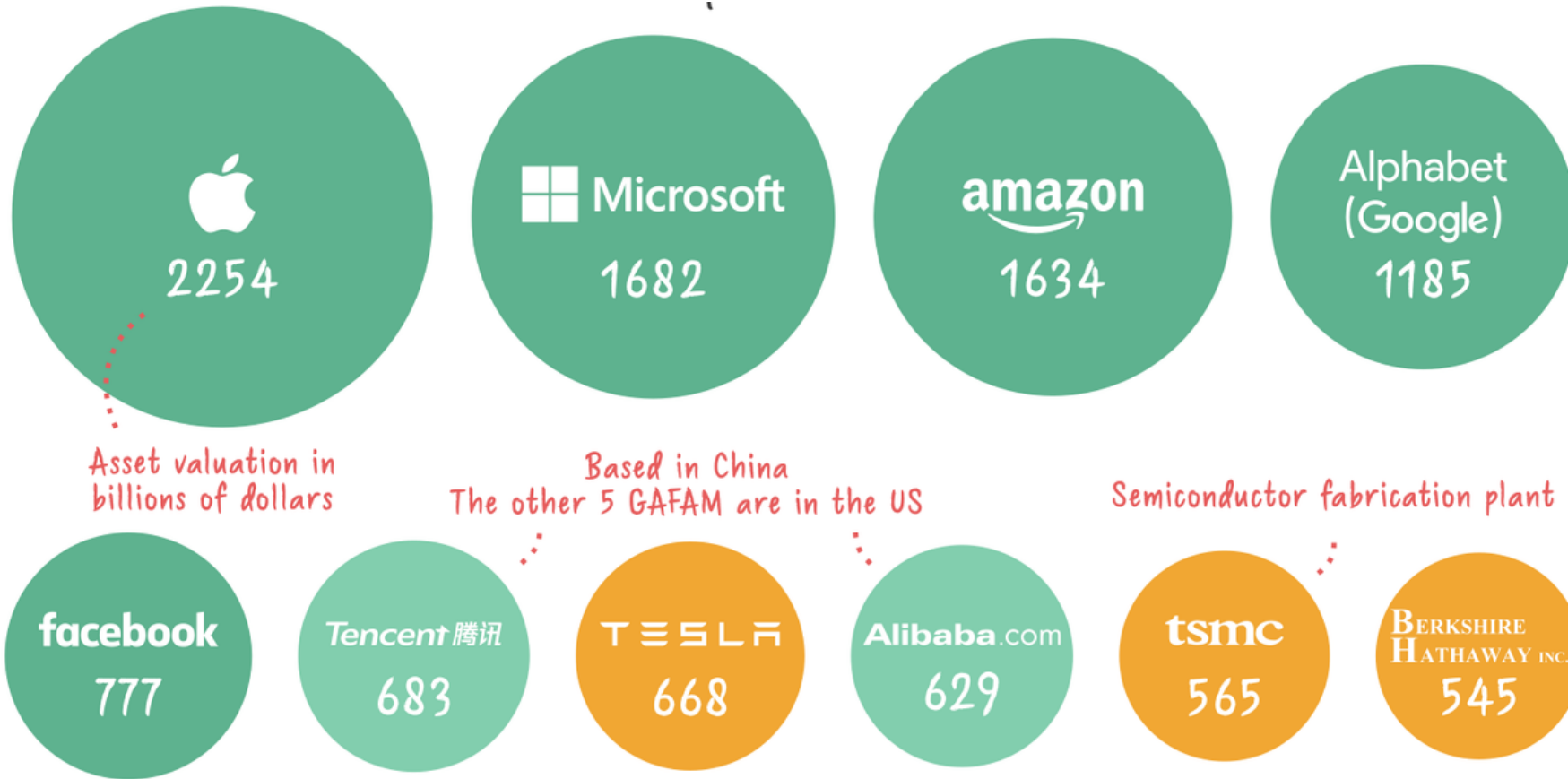
Le marketing touristique devient globalement plus dynamique et moins contrôlable.

- La **primauté du processus client** (customer journey comme orientation du marketing) place majoritairement le produit ainsi que les **expériences** et **activités des hôtes au coeur**.
- Les **histoires** (story) ainsi générées (racontées par les hôtes) créent la base d'un **lien émotionnel** des hôtes avec un lieu.
- **L'UGC (user generated content)** qui en est issu et qui est diffusé de manière virtuelle (réseaux sociaux) **vient contribuer aux efforts pour gagner de nouveaux hôtes**.
- Par voie de conséquence, il est nécessaire **que toutes les activités marketing soient axées sur la customer journey**.

5 effets majeurs de la numérisation 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.**

Les plus grandes plateformes fin 2020 (capitalisation boursière)



● GAFAM and other Big Tech

● Other business sectors (finance, automotive, etc.)

Elements of comparison:

- entire CAC 40: ~\$1800B
- GDP of France: ~\$2600B

Capitalisation OTA

Airbnb: env. 130 milliards \$

Booking.com: env. 100 milliards \$

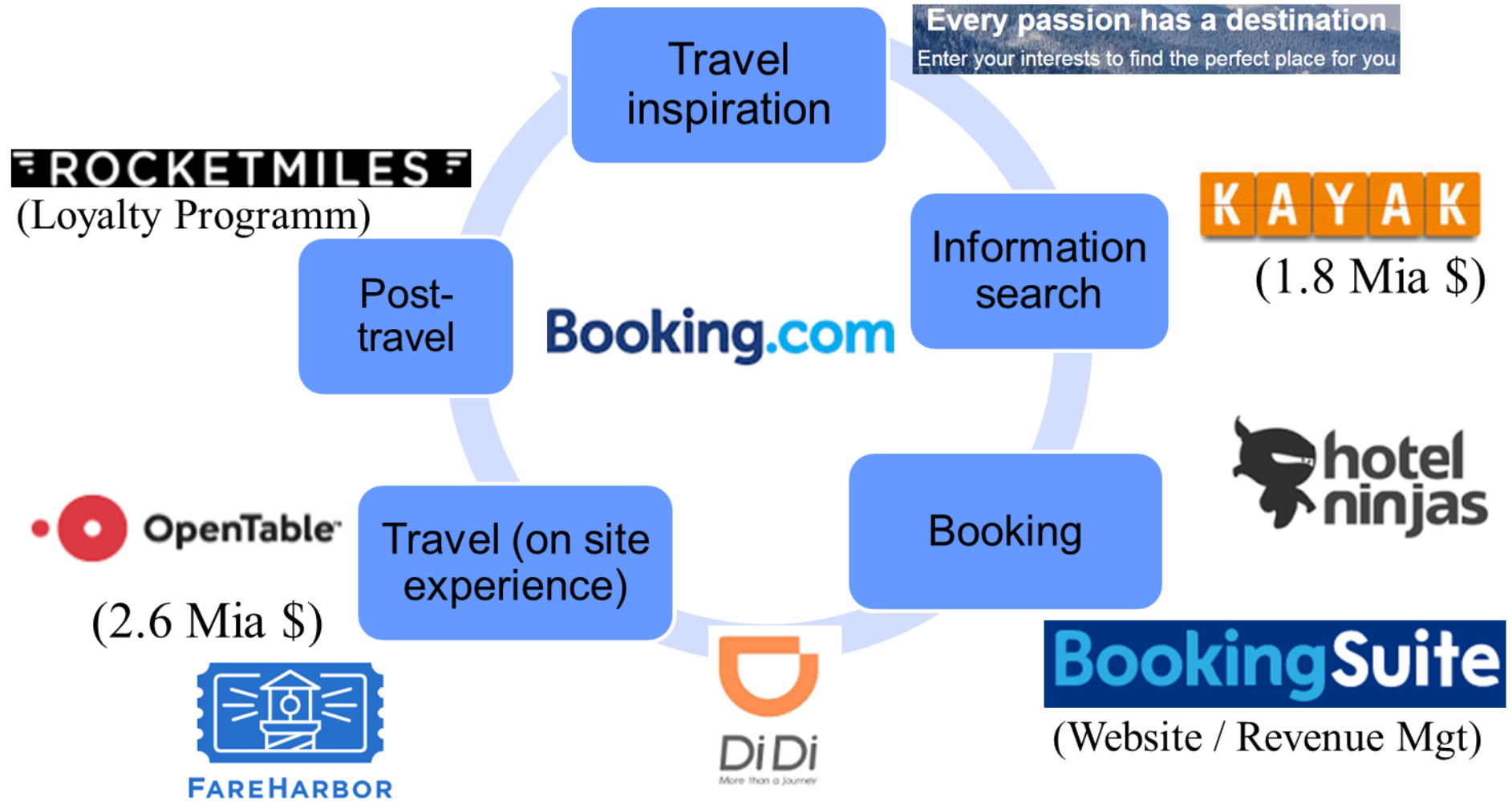
Expedia: env. 26 milliards \$

Source:

https://en.wikipedia.org/wiki/Big_Tech#/media/File:10_Largest_Corporations_by_Market_Capitalization.png

Stratégie de Booking Holding: Customer Ownership

– Connaissance clients via les Data



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

Booking.com Launches Flights Through Partnership Across Europe

Dennis Schaal, Skift - Oct 14, 2019 3:00 pm

Pour conclure.... 7 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. La numérisation véhicule le **potentiel de nouveaux processus et business models**
4. La **numérisation accélère l'effacement des frontières entre les branches**; de nouveaux acteurs arrivent sur le marché (Airbnb, Blabla Car, Uber etc.)

Pour conclure.... 7 thèses (II)

5. Les **plateformes** contribuent considérablement à l'intermédiation touristique et à la vente
6. Le commerce et le **marketing touristique devient globalement plus dynamique et moins contrôlable** (rôle client, UGC)
7. La révolution numérique entraîne de **profonds changements sur le marché de travail et de la formation** du tourisme

Au final: Deux facteurs de production importants promeuvent la transformation digitale: les femmes et 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

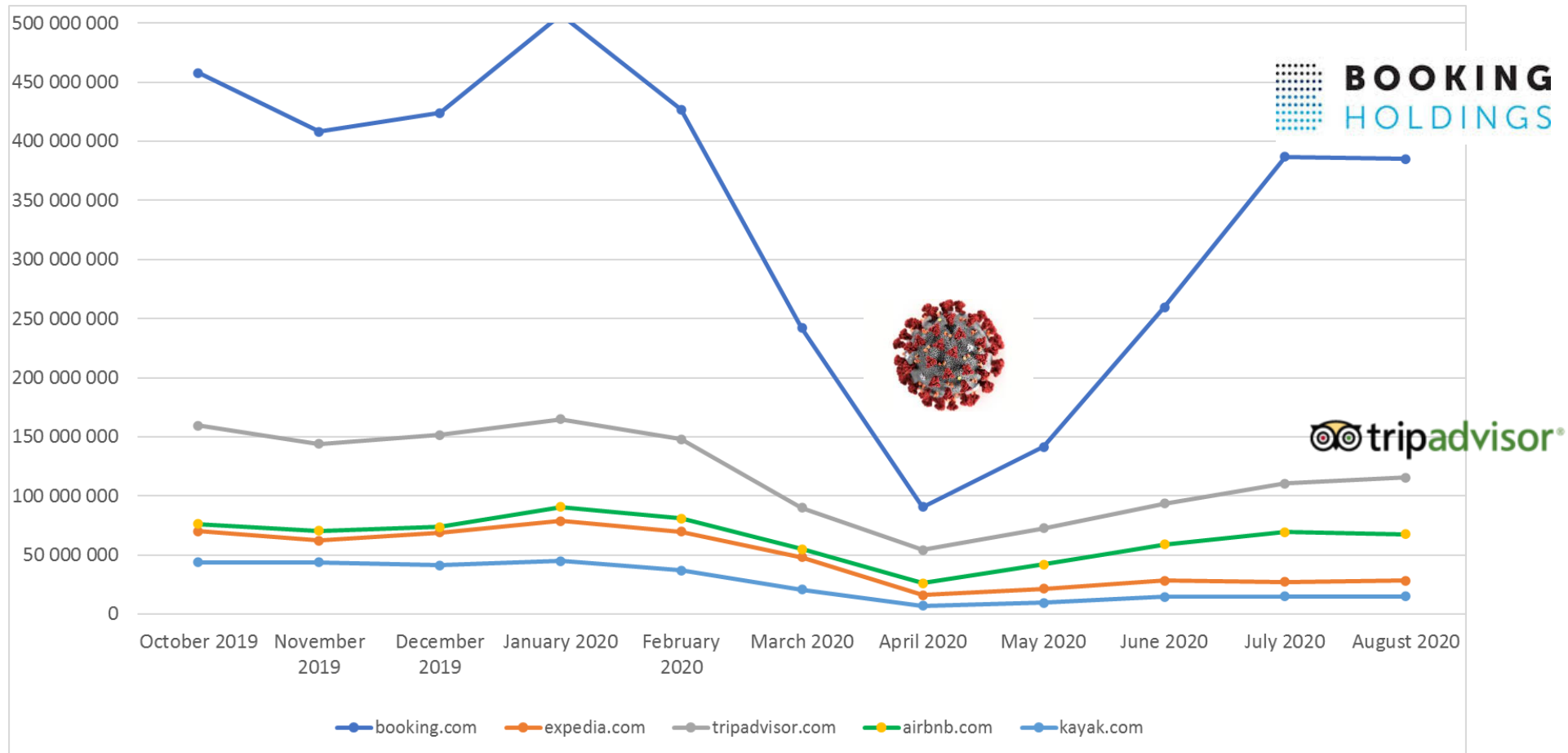
-> **Cadre réglementaire**

AGENDA

- Intro
- Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme et les conséquences
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- **La pandémie et le digital**
- Conclusions




Evolution du trafic mensuel sur les sites web pendant la crise : agences de voyage en ligne (OTA)






Source: Own analysis based on data by similarweb.com




La gestion de crise avec les outils numériques : Importance des données (en temps réel) et des tableaux de bord en Valais



VEILLE

-  Bilan de la semaine
-  Suivi Coronavirus
-  Documents et liens

ENQUÊTES

-  Baromètre
-  Acteurs touristiques >
-  Valais Excellence >

La HES-SO Valais-Wallis met à disposition de la Task Force cantonale son expérience en matière de données qualitatives aussi bien au niveau cantonal que national et international. Cette plateforme regroupe les développements réalisés dans le cadre de l'Observatoire Valaisan du Tourisme.

PANEL BOOKING VALAIS

Le panel Booking Valais / Seekda est composé des données de réservations sur le Chanel M. Les données sont transmises hebdomadairement à l'Observatoire Valaisan du Tourisme avec un délai de 7 jours. Les données équivalent à 10% du total de nuitées générées par l'hôtellerie dans le canton. Autre que la date d'arrivée dans l'établissement.

Etat des données au 27.09.2020

RÉSERVATIONS DE NOVEMBRE 2019 À CE JOUR

67 698

↓ -14.6%

vs. année précédente

NUITÉES RÉSERVÉES À UN HORIZON DE 6 MOIS

33'635

↓ -14.61%

vs. année précédente

Source: Observatoire Valaisan du Tourisme
(www.tourobs.ch)

Stimuler la demande intérieure avec une plateforme nationale de commerce électronique



QoQa et l'Etat de Vaud lancent welQome



Hébergement Lieux Activités Le Valais en bref Services 12° / 17°

Accueil > Bon 100 francs



Action promotionnelle – Bon 100 francs

Le numérique au service de la croissance durable : innovation / nouveaux modèles d'entreprise

Hotels Pivoting Toward More Hybrid Meetings



INNOVATION

PrivateDeal lance un service Day-Use

La start-up vaudoise réagit à la crise sanitaire et étoffe sa plateforme avec un service de location diurne à l'heure. Un système valable pour les chambres, mais pas seulement.

Le rôle du digital pendant la pandémie

- Le numérique n'est **pas le sauveur du Covid**, mais un **outil indispensable**.
- **Pouvoir de l'information / besoin d'information** -> tableaux de bord en temps réel
- Les médias numériques ne peuvent pas faire venir les touristes lorsque les frontières sont fermées ou lorsque les gens ont peur -> mais fournissent **des informations rapides, visuelles et correctes et optimisent les processus**.
- Le marketing numérique et les ventes en ligne sont essentiels pour attirer de **nouveaux clients (locaux)**.
- Les outils numériques peuvent **réduire les coûts** (par exemple, pour les hôtels) et **aider à réinventer les entreprises touristiques** (nouveaux modèles économiques).

AGENDA

- Intro
- Moteurs et conséquences de la numérisation dans le tourisme et les conséquences
 - Modification de la production
 - Rupture des chaînes de valeur traditionnelles
 - Disruption
 - Émancipation / autonomisation des clients
 - Importance des effets de réseau
- La pandémie et le digital
- **Conclusions**



Conclusions

- La numérisation crée des **potentiels de synergie et de coopération**.
- La numérisation dans le tourisme est plutôt un **défi d'ordre organisationnel-intellectuel que technique**.
- Les **données sont une ressource importante** (justement aussi en cas de crise).

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

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://www.hevs.ch>

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





Digitalisierung im Schweizer Tourismus

Progress Report

Mit französischer, italienischer und englischer Zusammenfassung.
Avec résumé en français. Con riassunto in italiano. With summary in English.

[Lien rapport SECO](#)

August 2021



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatsekretariat für Wirtschaft SECO
Direktion für Standortförderung

