

TABLE RONDE

Perspectives et impacts de l'intelligence artificielle
dans le secteur du tourisme



L'intelligence artificielle (IA), c'est quoi ?

« *L'intelligence artificielle n'est pas une technologie à proprement parler mais plutôt un domaine scientifique* »

La CNIL

L'intelligence artificielle représente tout outil utilisé par une machine afin de « *reproduire des comportements liés aux humains, tels que le raisonnement, la planification et la créativité* ».

Parlement Européen

➔ Selon la CNIL, on peut élargir cette définition. Ainsi « tout système mettant en œuvre des mécanismes proches de celui d'un raisonnement humain pourrait ainsi être qualifié d'intelligence artificielle ».

2 types de fonctionnement de l'IA

Les IA génératives (Chat GPT, Dall-e...)

Modèles de langages ou de génération d'images qui s'appuient sur des modèles statistiques pour générer la combinaison la plus probable en réponse à votre demande, ou prompt.

Les IA prédictives (analyses de commentaires clients, prix dynamiques...)

Permettent, à partir de l'analyse des données, de prédire un comportement ou un événement futur.

Fonctionnalité	IA générative	IA prédictive
Crée du nouveau contenu	✓	✗
Analyse les données	✗	✓
Utilise l'apprentissage automatique	✓	✓
Simule les résultats	✓	✗
Industries utilisées dans	Musique, mode, art	Finances, commercialisation, recherche, santé

© <https://geekflare.com/fr/predictive-ai-vs-generative-ai/>

Et maintenant ?

- ▶ Quelles sont les différentes utilisations de l'IA dans les métiers du tourisme ?
- ▶ Faut-il vraiment s'y intéresser et pourquoi ?
- ▶ Quel parcours suivre si l'on souhaite intégrer ce type de solutions dans son service ?
- ▶ Remplacer son service de communication par un robot sans âme, est-ce bien raisonnable ?





David Cuccolo
Directeur général, Bluecime



Alesia Khlusevich
Co-auteure de l'enquête sur l'adoption de l'IA
dans le secteur hôtelier européen



Nicolas Durochat
Directeur, Office de Tourisme Vallée de Chamonix
Mont Blanc



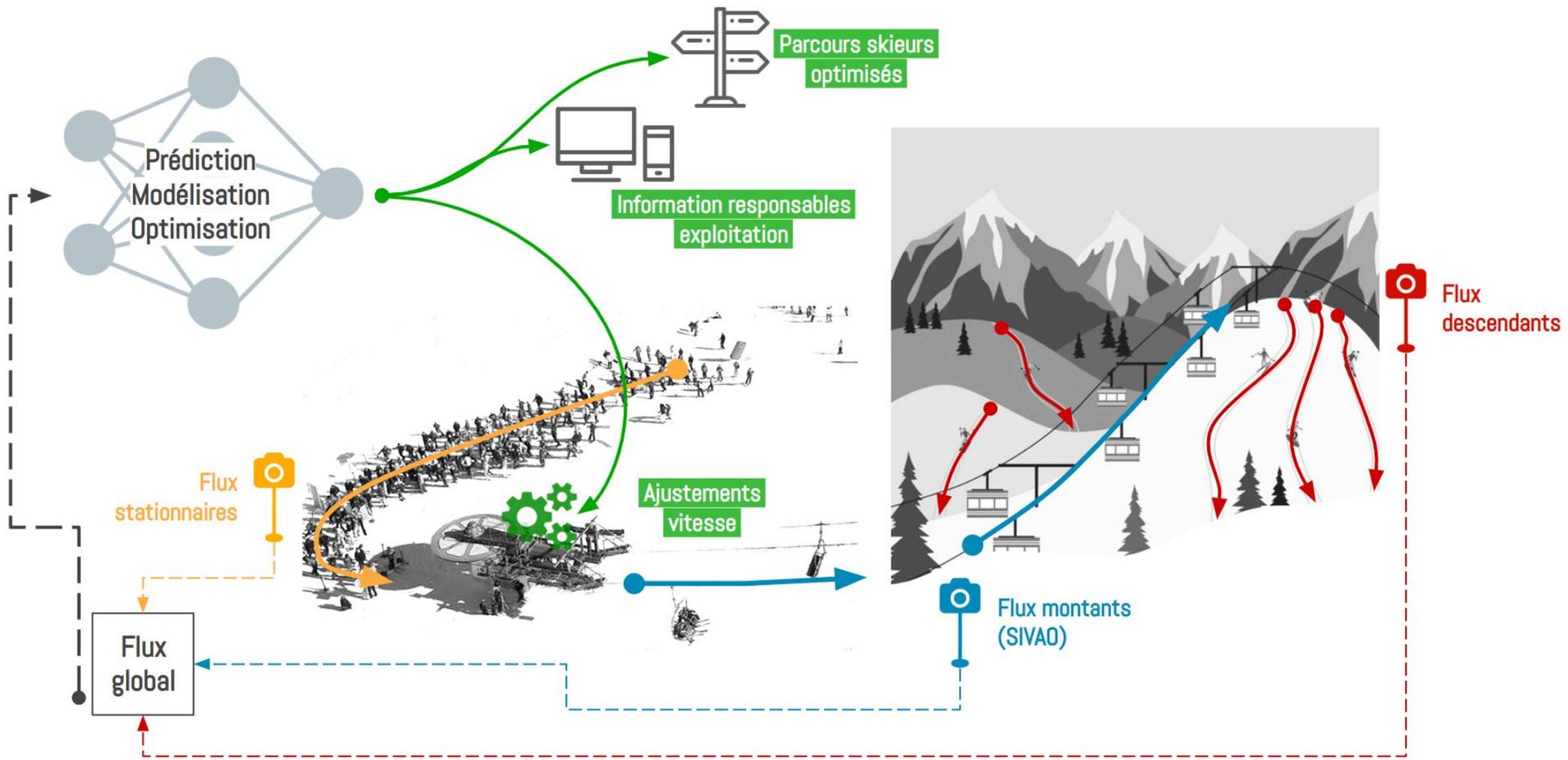
David Gal-Regniez
Directeur technique « Contenus & Usages »,
pôle de compétitivité Minalogic



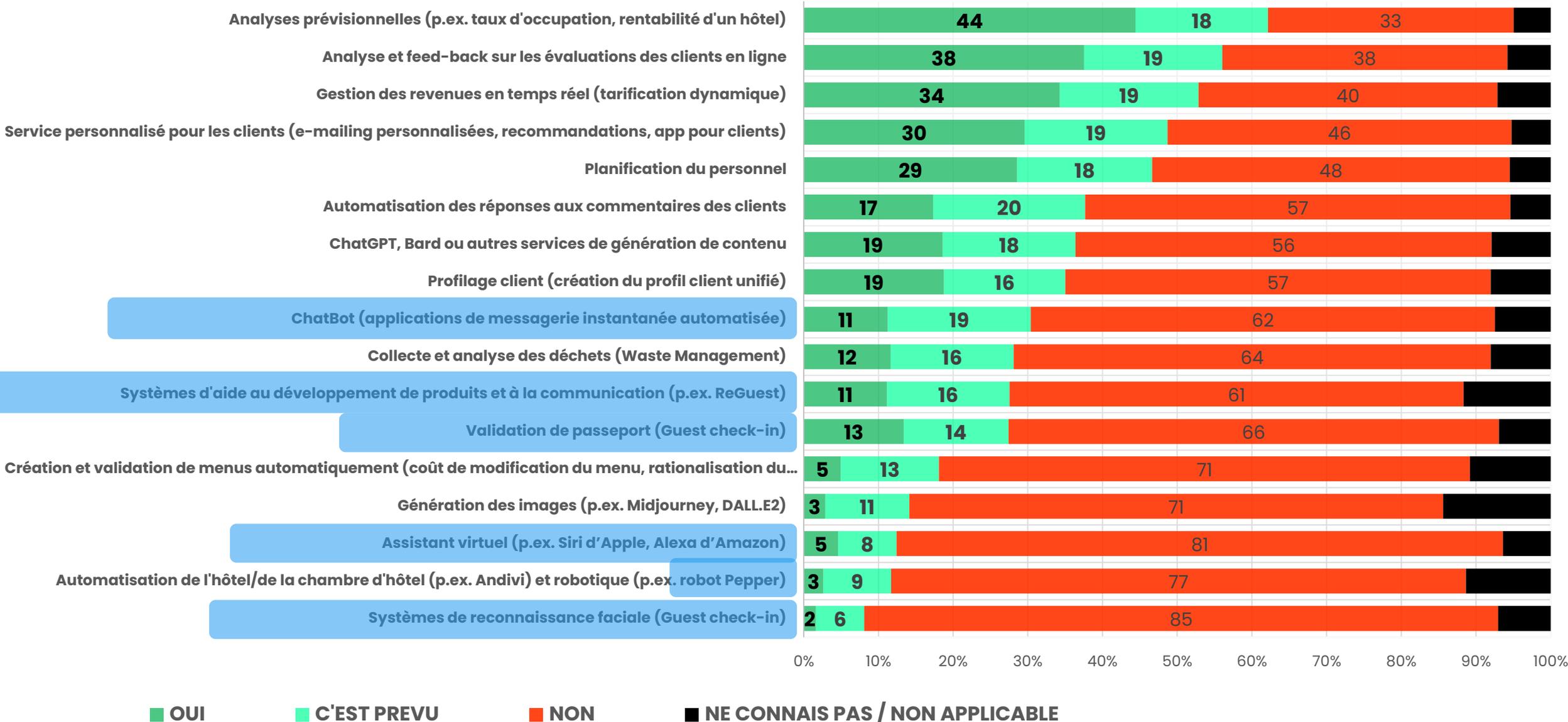
Elsa Ferreira
Journaliste L'ADN
et animatrice







> Adoption des technologies d'IA



■ OUI
 ■ C'EST PREVU
 ■ NON
 ■ NE CONNAIS PAS / NON APPLICABLE

> Bénéfices perçus des technologies d'IA

Analyses prévisionnelles (p.ex. taux d'occupation, rentabilité d'un hôtel)



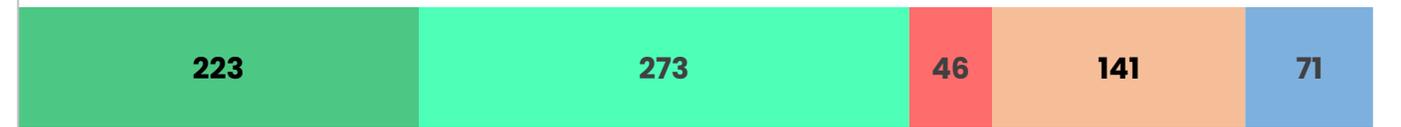
Analyse et feed-back sur les évaluations des clients en ligne



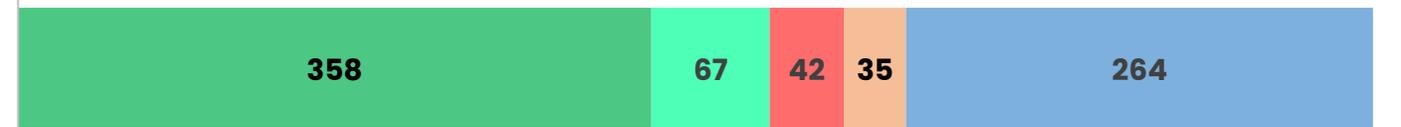
Gestion des revenus en temps réel (tarification dynamique)



Service personnalisé pour les clients (e-mailing personnalisées, recommandations, app pour clients)



Planification du personnel



Efficacité opérationnelle améliorée

Amélioration de l'expérience de l'utilisateur

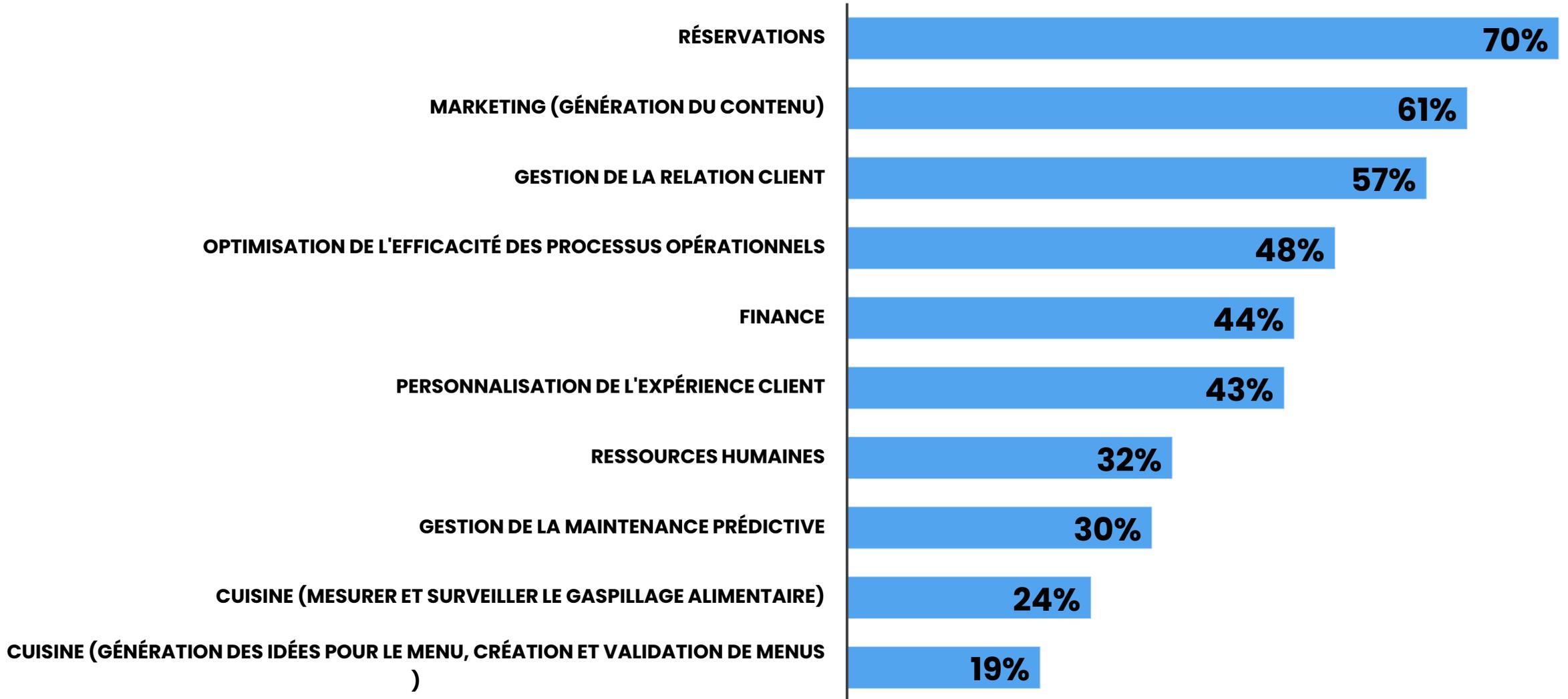
Chiffre d'affaires augmenté

Positionnement concurrentiel amélioré

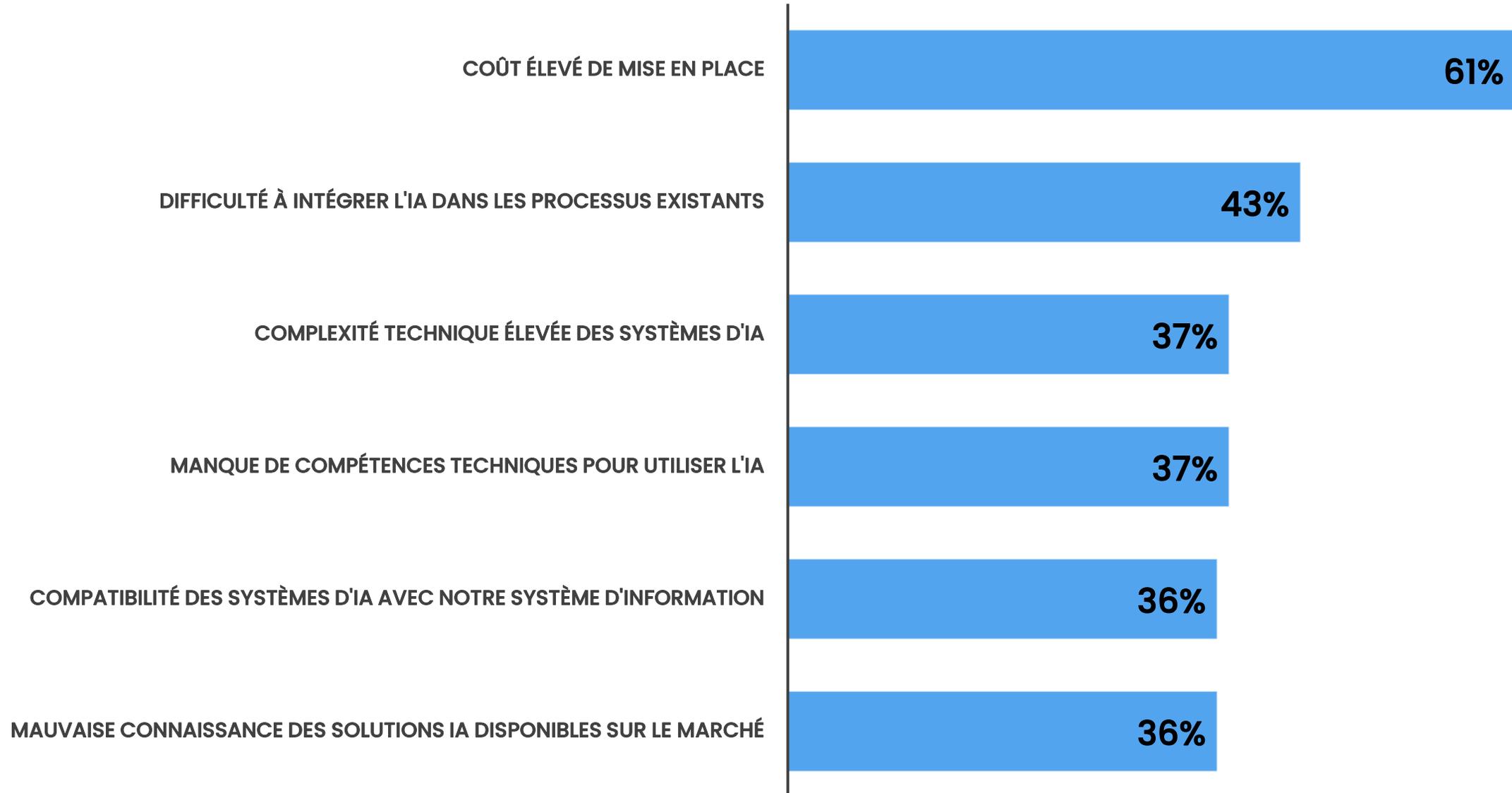
Reduction des coûts

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

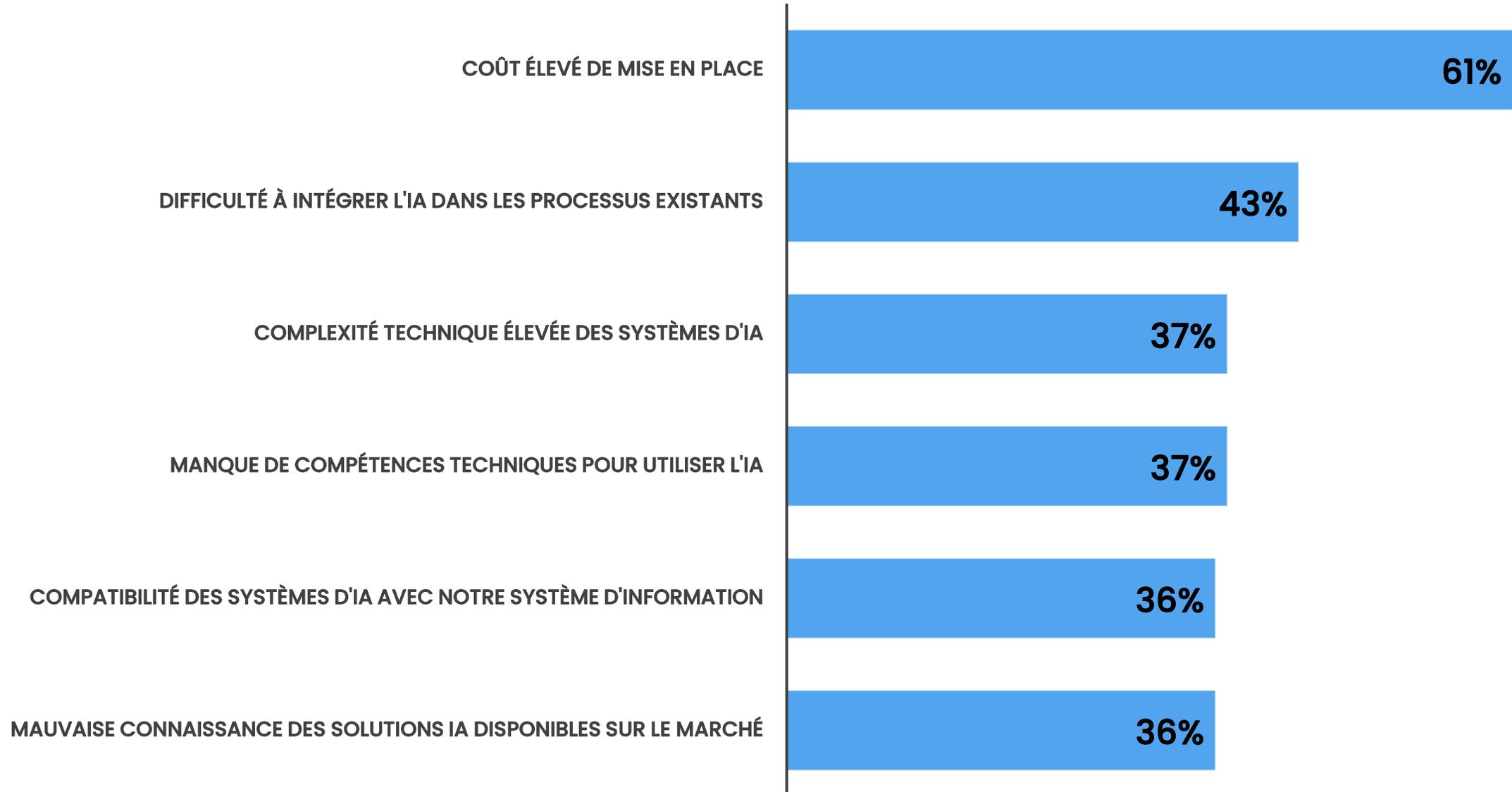
> Impact potentiel de l'IA pour les PME dans le Tourisme



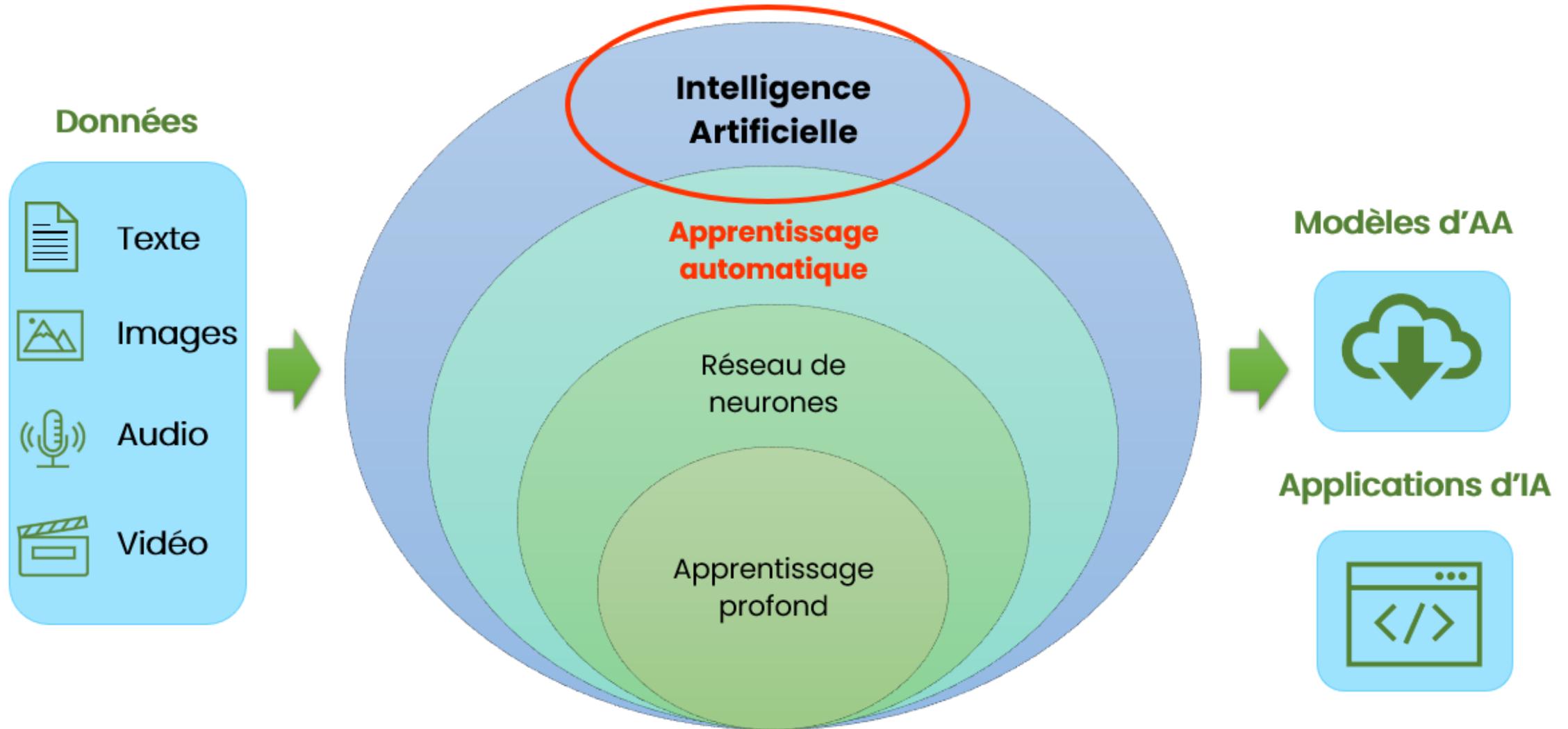
> Défis & Obstacles perçus (TOP 6)



> Défis & Obstacles perçus (TOP 6)



> Modèles d'IA



Source : (De Matteis, L., JANNY, S., NATHAN, S., SHU-QUARTIER, W., 2022)

Pour atteindre 100M d'utilisateurs il a fallut:

1800 jours à Twitter

1620 jours à Facebook

900 jours à Instagram

...60 jours à ChatGPT!!!



Comment ce tsunami transforme notre monde du travail?:

Gain de temps? Efficacité?

Prise de décision informée?

Montée en compétence?

Innovation et créativité?



« Finalement, aujourd'hui qui peut nous prendre notre travail? L'IA ou un professionnel qui maîtrise l'IA?!! »

A l'origine, un travail collectif et transversal pour mettre en œuvre l'IA dans notre contexte d'Office de Tourisme:

Une assistance pour nos référencements et nos plans de contenus?

Une « boîte à outils » pour nos besoins de dernière minute?

Un complément pour optimiser notre système d'information?

Une aide dans la méthodologie de lancement de projets, un conseiller technique?

Un potentiel de veille et d'étude de marché en temps réel?

Un nouvel outil pour illustrer nos idées?

Un assistant pour nos brainstorming?



MAIS AUSSI pour identifier les dangers et quelles limites on se donne:

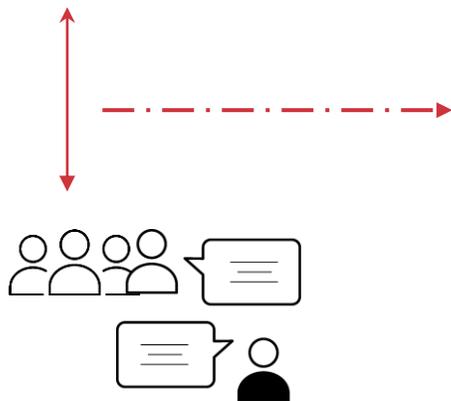
Pour défendre notre écosystème

Pour maintenir notre qualité de service

Le cahier des charges



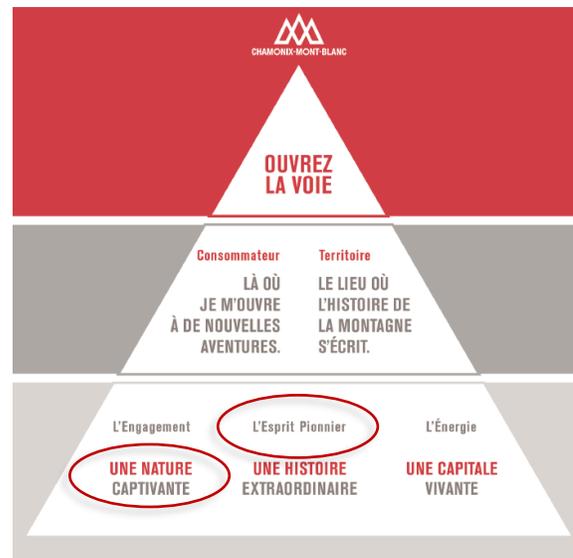
Interrogation d'Intelligences
Artificielles Génératives



Réunion avec les équipes
de l'Office de Tourisme de
Chamonix-Mont-Blanc
veille - échanges - expertise

- Adopter une stratégie différenciante
- Revendiquer un pilier et une valeur de notre plateforme de marque
- Conserver l'univers graphique de notre plateforme de marque
- Prendre une posture nouvelle de marketing touristique engagé

Une promesse de vente orientée « vacances à la montagne, reconnexion avec la nature » par opposition au « tout ski »



Être cohérent avec la promesse de vente et prendre partie en faveur de la défense de la biodiversité. L'idée est de générer une audience pour vendre mais aussi pour sensibiliser!

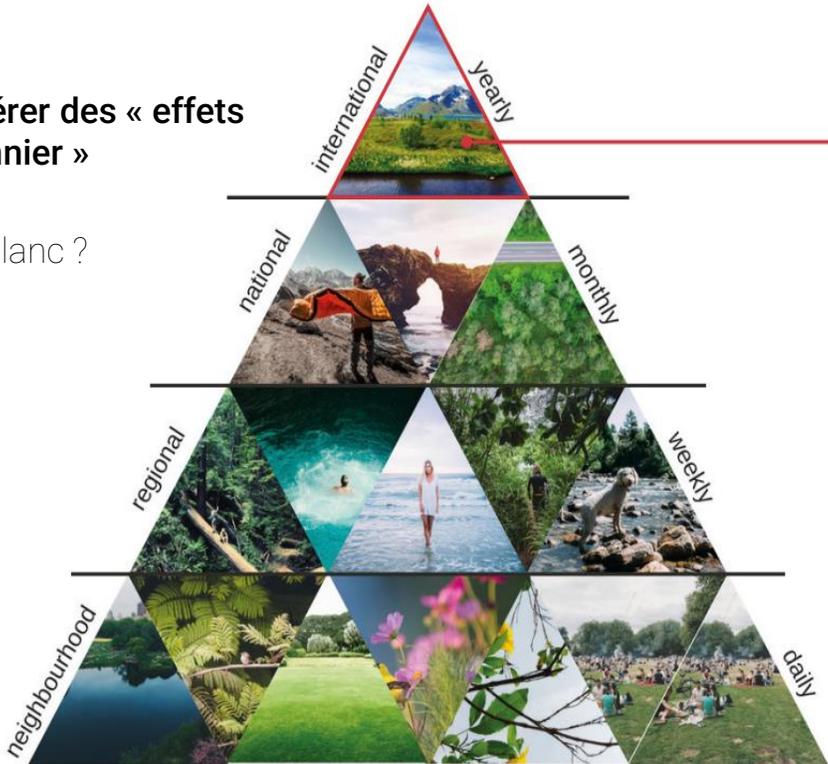
notre promesse
**UNE RECONNEXION
ULTIME À LA NATURE**

2^e PILIER
plateforme de marque

Quel enjeu stratégique opérationnel:
Profiter de l'actualité autour de l'IA pour générer des « effets d'écho » et revendiquer la valeur « esprit pionnier »

Quel enjeu pour la Vallée de Chamonix-Mont-Blanc ?
Préserver sa biodiversité en sensibilisant les publics: illustrer la biodiversité pour attirer l'attention et renvoyer sur une plateforme de contenus « bonnes pratiques »

Ce que le client veut ?
Lien plus fort avec la nature:



LA VALLÉE DE
CHAMONIX OFFRE
**UNE RECONNEXION
ULTIME À LA NATURE.**

**CETTE RECONNEXION
PERMET LE DÉBUT
D'UN NOUVEAU CYCLE.**

Un travail collectif d'intelligence humaine: RM, Compagnie des guides, services collectivité, O réserves naturelles

Proposition graphique

Intégrer de vraies panoramas de la vallée pour valoriser et crédibiliser la destination.

Intégrer une proximité "impossible" Homme-Animal dans les prompts de l'IA

Informer sur l'utilisation de l'IA

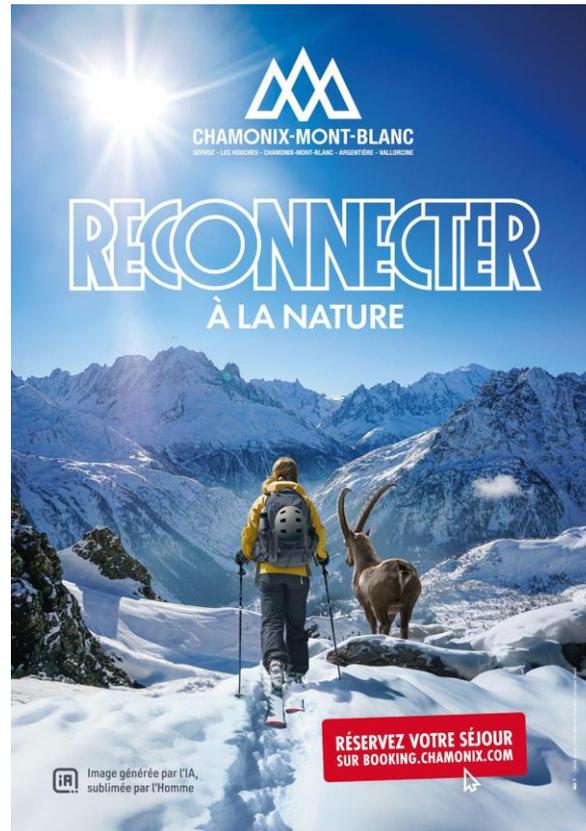
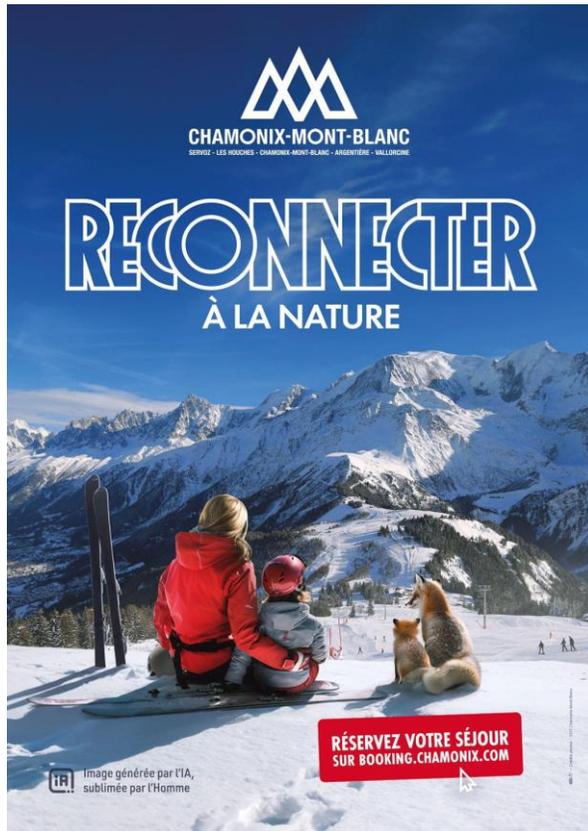


Générer au + fidèle l'animal à partir de l'IA



CHAMONIX-MONT-BLANC
SERVOZ - LES ROCHES - CHAMONIX-MONT-BLANC - ARGENTIÈRE - VALLORNE

Déclinaisons





CHAMONIX-MONT-BLANC
SERVOZ - LES HOUCQUES - CHAMONIX-MONT-BLANC - ARGENTIÈRE - VALLOISINE

Déclinaisons





CHAMONIX-MONT-BLANC
SERVOZ - LES HOUCQUES - CHAMONIX-MONT-BLANC - ARGENTÈRE - VALLOISINE

Déclinaisons



supports



insertion presse



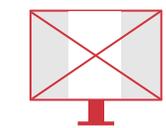
Chamonix.com



Vitrophane OT Chamonix

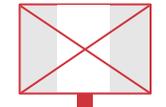


Vidéos



Newsletter

PRESSE



Landing page



PLV OT Chamonix



ADS

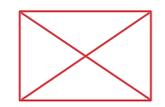


Couillisses

WEB



Booking.chamonix.com

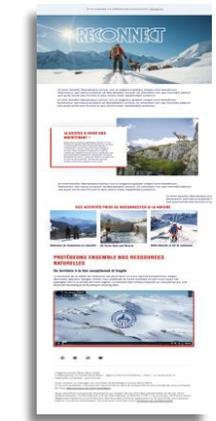


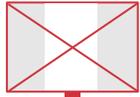
4x3 Métro

PRINT

SOCIAL MEDIA

CRM





Newsletter



Couilles

10 GESTES À FAIRE DES MAINTENANT !

Quod opera consulta cogitabatur astute, ut hoc insidiarum genere Galli periret avunculus, ne eum ut praepotens acueret in fiduciam exitiosa coeptantem. verum navata est opera diligens hocque dilato Eusebius praepositus cubiculi missus est Cabillona aurum secum perferens, qui per turbulentos seditiocon concitores occultius distributo et tumor consenuit militum et salus es in tuto locata praefecti. deinde cibo abunde perlato castra die praedicto sunt mota.

Si ce message ne s'affiche pas correctement, cliquez ici



Ut enim benefici liberataque sumus, non ut exigamus gratiam (neque enim beneficium faceremur sed natura propense ad liberataem sumus), hic amissionem non spe mercedis adducti sed quod amica eius fructus in ipso amore inest, expectandam putamus.

Ut enim benefici liberataque sumus, non ut exigamus gratiam (neque enim beneficium faceremur sed natura propense ad liberataem sumus), hic amissionem non spe mercedis adducti sed quod amica eius fructus in ipso amore inest, expectandam putamus.

10 GESTES À FAIRE DES MAINTENANT !

Quod opera consulta cogitabatur astute, ut hoc insidiarum genere Galli periret avunculus, ne eum ut praepotens acueret in fiduciam exitiosa coeptantem. verum navata est opera diligens hocque dilato Eusebius praepositus cubiculi missus est Cabillona aurum secum perferens, qui per turbulentos seditiocon concitores occultius distributo et tumor consenuit militum et salus es in tuto locata praefecti. deinde cibo abunde perlato castra die praedicto sunt mota.

Ut enim benefici liberataque sumus, non ut exigamus gratiam (neque enim beneficium faceremur sed natura propense ad liberataem sumus), hic amissionem non spe mercedis adducti sed quod amica eius fructus in ipso amore inest, expectandam putamus.

Ut enim benefici liberataque sumus, non ut exigamus gratiam (neque enim beneficium faceremur sed natura propense ad liberataem sumus), hic amissionem non spe mercedis adducti sed quod amica eius fructus in ipso amore inest, expectandam putamus.

DES ACTIVITÉS POUR SE RECONNECTER À LA NATURE



Itinéraires de randonnées en raquettes. EC Snow Spa and Flavors. Vallée Blanche et All de randonnée.

PROTÉGEONS ENSEMBLE NOS RESSOURCES NATURELLES

Un territoire à la fois exceptionnel et fragile

Le territoire de la Vallée de Chamonix est situé dans un environnement exceptionnel. Neiges éternelles, glaciers, alpages, forêts, lacs d'altitude et zones humides lui confèrent une beauté et un caractère à la portée de votre regard. La richesse des milieux naturels se caractérise par une diversité touristique et floristique remarquable.

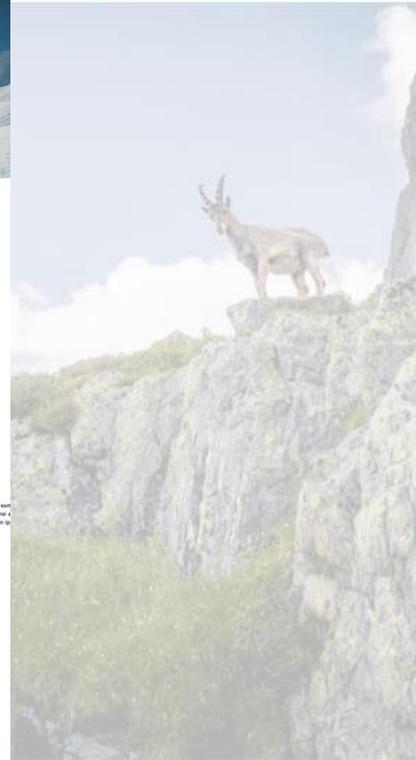


Facebook, Twitter, YouTube, Instagram icons

L'Agence Savoie Mont Blanc 2023
Crédits photos © Savoie Mont Blanc - Agence Zoom Paul Bédou - Stern - Un deux pour 2 - Savoirs d'ici - proxi.com

Vous recevrez ce message car vous êtes abonné(e) à l'agence Savoie Mont Blanc. Si vous le souhaitez, vous pouvez nous laisser le casier et toujours être le plus simple de vous contacter en nous [contactant](#) via notre formulaire.

Nous attachons une grande importance au respect de vos données personnelles et de vos choix d'affiliation. Conformément à la loi Informatique et Libertés n°78-17 du 6 janvier 1978 ainsi qu'au Règlement Général sur la Protection des Données entré en application le 25 mai 2018, vous pouvez exercer vos droits d'utilisateur. Vous pouvez consulter notre [politique de confidentialité](#).

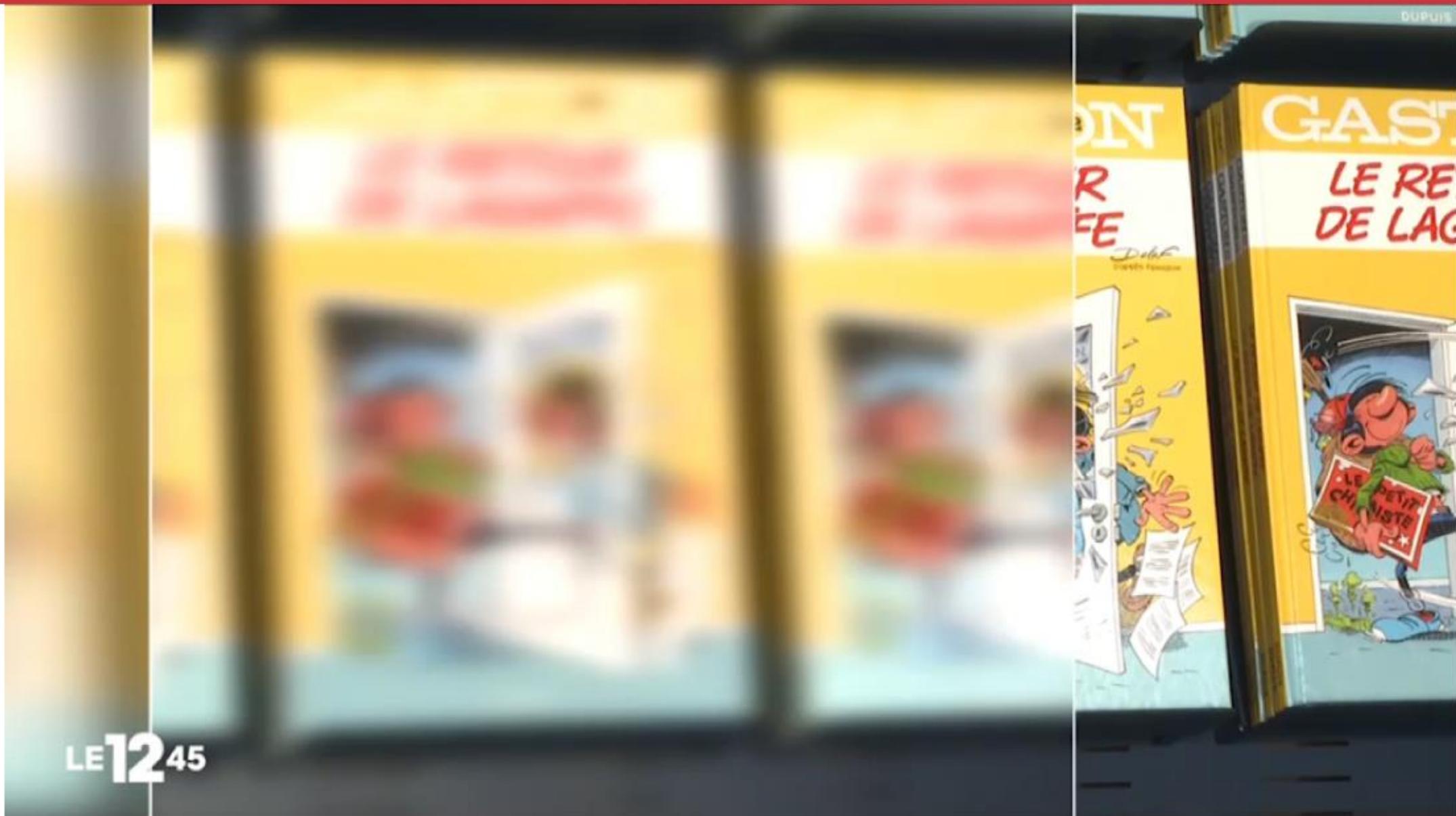


- Lancement
- Relance Réservations
- **Les bons gestes : soyez acteurs**
- Focus Activités
- Efforts acteurs
- NL Sportifs
- NL Famille
- NL Contemplatifs



CHAMONIX-MONT-BLANC

BIJOUX - LUNETTES - CHAMONIX-MONT-BLANC - JEWELRY - OPTICS



LE 12⁴⁵