



1/ Le site de l'OT du Puy en Velay bénéficie du moteur de recherche Auvergne Search, qui permet, par exemple, de chercher les hébergements disponibles dans la région, selon toutes sortes de critères : tarifs, disponibilités, classement, services proposés... 2/ Auvergne Search est également décliné pour les sites mobiles, ici sur le site Auvergne.travel.

Des outils mutualisés pour un meilleur accès à l'information

Les initiatives départementales et régionales de mutualisation des outils numériques fleurissent partout en France : au service des offices de tourisme, ces outils sont particulièrement utiles pour traiter, diffuser et promouvoir l'information touristique.

Jura Tourisme dans le cadre de sa mission de relais territorial vient de lancer son outil de gestion de base de données photo, commun aux 13 OT du département, outil mutualisé avec le CRT Franche-Comté. C'est l'occasion de revenir sur d'autres initiatives de mutualisation, comme le réseau de gestion de l'information touristique Apidae Tourisme (ex Sitra), qui rassemble 450 acteurs du tourisme en Auvergne Rhône-Alpes, PACA et Ile-de-France, ou l'outil de recherche multi-critères Auvergne Search, créé par le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne.

Jura Tourisme : une mutualisation d'un outil commun pour 3 bases de données photothèque

Jura Tourisme, qui fédère 13 OT, a constaté différentes faiblesses sur la gestion des photos et vidéos des OT : manque de temps, de budget, de méthode, alors même que l'image prend une place de plus en plus importante dans la communication. C'est pourquoi Jura Tourisme a souhaité développer un outil photothèque commun permettant à chaque structure de gérer plus facilement son fonds photographique. Pour se faire, Jura Tourisme a opté pour l'agence Orkis, et le logiciel Ajaris déjà développé pour la photothèque du CRT Franche-Comté afin de mutualiser les coûts, le serveur et capitaliser sur le travail déjà réalisé par le CRT (thésaurus, arborescence de la base,

graphisme...). Résultat : 3 bases de données photos distinctes mais étroitement liées. Celle de Jura Tourisme vient d'être mise en ligne, et comptera 4 000 photos. Pour Audrey Denegnan, en charge du projet, "l'acquisition de cet outil performant optimise le temps de travail en professionnalisant l'ensemble des acteurs". Pour Véronique Quenot, responsable du pôle Promo/com, "ce nouvel outil contribue à un meilleur partage des éléments de communication visuels en accord avec notre positionnement : Jura, l'inattendu".

Ce projet a nécessité un investissement de 8 300 € TTC, financés par le CDT du Jura. A cela s'ajoute le budget engagé par le CRT lors de la création de la base régionale, et les frais de licence et d'hébergement annuels de 6 800 € TTC cofinancés par le CDT et le CRT de Franche-Comté.

Auvergne Search : un moteur de recherche mutualisé

Le CRDT Auvergne et les départements associés ont créé en 2013 un moteur de recherche spécifique, Auvergne Search, mis à la disposition des OT et des socio-professionnels pour intégration sur leurs sites web, afin de permettre au grand public de chercher et réserver plus facilement un hébergement, un restaurant, une activité... D'un point de vue technique, Auvergne Search est un moteur de recherche multi-critères associé à une liste de résultats, qui pointent vers des fiches détaillées. Le CRDT Auvergne a missionné une agence web indépendante pour développer 3 solutions (une



3



4

3/ La photothèque de Jura Tourisme regroupe pour l'instant 2 400 photos. A terme, il y en aura plus de 4 000. 4/ Les animateurs du réseau Apidae Tourisme se réunissent 3 jours par mois lors du comité de changement, ici à Saint-Gervais en janvier 2016.

API et deux Widgets), plus ou moins personnalisables et faciles à implémenter. Mathieu Bruc, chargé de l'animation numérique et m-tourisme au CRDT Auvergne, précise : *"les données sont indexées et (re)traitées avec une approche marketing, pour assurer une meilleure promotion de l'offre à l'échelle de la destination Auvergne"*.

Le développement de la solution, co-financé par la région et chacun des trois départements associés, a coûté 80 000 € TTC. Un budget de 10 000 € TTC est consacré chaque année aux nouveaux développements, également financés par la région et les départements. L'hébergement et la maintenance, qui reviennent à 12 000 € TTC par an, sont pris en charge par le CRDT Auvergne et les départements ainsi que les OT utilisateurs du service, qui participent en fonction de leur budget. En termes de gouvernance, un Comité Stratégique décide des orientations et des budgets alloués, un Comité Technique est en charge de faire évoluer l'outil en fonction des demandes des utilisateurs.

Les résultats sont probants : 25 sites de partenaires institutionnels ont intégré le moteur de recherche, ainsi que 100 sites de socio-professionnels. Auvergne Search alimente par exemple le site mobile auvergne.travel et les sites mobiles de territoire qui sont des déclinaisons en marque blanche, gratuites, pour les OT partenaires. Pour Mathieu Bruc, le bilan est positif : *"la diffusion des données est facilitée. Les nouveaux critères ou fonctionnalités sont ajoutées au pot commun et donc profitables à tous les utilisateurs. La mise à jour automatique des contenus permet de proposer une information toujours d'actualité"*. Reste encore à conquérir les OT et socio-professionnels qui ne se sont pas encore équipés.

Apidae Tourisme : une base de données d'informations touristiques à l'échelle nationale

Dans la région Rhône-Alpes, Apidae Tourisme (ex Sitra), dont l'origine remonte à 2004, est né du besoin des offices de tourisme de centraliser l'information touristique pour pouvoir ensuite la diffuser facilement sur différents supports. Rhône-Alpes Tourisme a donc fait développer un logiciel qui permet de saisir la donnée, de la qualifier (avec plus de 2 000 critères) et de la diffuser via des flux de données. Apidae Tourisme est une base de donnée partagée avec un fonctionnement collaboratif. Les OT en sont à la fois les fournisseurs et les utilisateurs : ils saisissent la donnée dans le logiciel et ils l'utilisent ensuite pour promouvoir leur destination. Apidae Tourisme tra-

vaille également avec des prestataires techniques et développeurs pour proposer des services innovants, et avec des diffuseurs (collectivités locales, presse...) et socio-professionnels du tourisme. En tout, cela constitue un réseau de plus de 450 contributeurs. Karine Feige, Directeur de projet réseau Apidae à Rhône-Alpes Tourisme, explique : *"la richesse d'Apidae, c'est son écosystème et sa liberté d'usage, qui permettent à moindre coût d'accéder aux données brutes et de travailler ensemble (ou séparément) à une stratégie numérique personnalisée"*.

La gouvernance est assurée par deux comités : le comité exécutif, constitué d'une vingtaine de personnes représentant les OT, les régions et les départements, définit la stratégie, tandis que le comité de changement, constitué des animateurs du réseau, a une approche technique : à l'écoute des utilisateurs pour identifier les besoins et les usages, il valide les développements. Comme l'explique Karine Feige, *"notre stratégie de gouvernance est de favoriser la prise d'autonomie, les circuits de décision courts et de déléguer le plus possible, pour une gestion agile et décentralisée"*.

Un budget de 500 000 € par an est consacré à la maintenance, aux nouveaux développements et à la communication. Chaque membre du réseau est contributeur : les OT utilisateurs reversent entre 600 et 2 500 € en fonction de leur budget, les diffuseurs paient le téléchargement des informations (entre 500 et 2 000 € selon le volume de données) et les départements et les régions financent le reste, ainsi que les salaires des animateurs dédiés. Preuve de son efficacité, Apidae Tourisme, qui existe depuis 2004, compte désormais 10 680 utilisateurs et 193 000 fiches publiées, et ne cesse de grandir ; en 2015, les régions PACA et Ile-de-France ont intégré le réseau. Chaque mois, la base de données compte 35 500 connexions. Pour Karine Feige, la réussite repose sur la formation et l'implication des OT : *"nos animateurs passent 15 jours par mois sur le terrain, pour aller à la rencontre des utilisateurs et répondre à leurs questions. Apidae est une plateforme collaborative, issue du travail et de l'utilisation de chacun"*.

Les bénéfices de la mutualisation des outils numériques n'est donc plus à prouver : pour un coût moindre, cela permet d'augmenter la performance, mais aussi d'échanger et de partager avec d'autres utilisateurs. A condition cependant d'opter pour un mode de gouvernance flexible et à l'écoute, pour ne pas oublier les véritables utilisateurs et bénéficiaires de l'outil : les offices de tourisme.