

Modèle de collaboration

Etude de cas

Mise en place d'un guide de sorties collaboratif

Mise en place d'un guide de sorties pour inciter les habitants à (re)découvrir leur région



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



En bref

Ce projet est en lien avec la stratégie de l'agence régionale de tourisme Auvergne Rhône Alpes Tourisme.

Il s'intègre parfaitement dans le cadre du plan de relance régional Tourisme et s'inscrit dans la démarche de promotion du tourisme de proximité et du tourisme bienveillant entreprise depuis 2018.

La problématique

Valoriser les offres touristiques de la Région dans un guide de sorties collaboratif

L'idée

- Accompagner les habitants dans leurs recherches de sorties et les inspirer à (re)découvrir leur région
- Proposer des activités authentiques, respectueuses du vivant et des territoires et enrichies par une communauté de passionnés.
- Contribuer à l'écosystème Apidae pour créer de la valeur

Solutions

- Un autodiagnostic des pratiques des professionnels autour du tourisme bienveillant connecté à Apidae
- Une progressive web app pour les clients connectée à Apidae via les sélections des offres

Budget

- Non communiqué

Partenaires

- Accompagnement au design de services : Cabinet Aperience
- Élaboration des critères de l'autodiagnostic des offres : ATES, Tourisme équitable et solidaire
- Mise en place du formulaire d'autodiagnostic : Hôtentic
- Développement du site : Coq Trotteur

Le projet en détail

“Ce projet, c'est de l'humain avant tout. Il faut réussir à embarquer le plus grand nombre.”

Contexte

Ce projet est en lien avec la stratégie de l'agence régionale Auvergne Rhône Alpes Tourisme.

Il s'intègre parfaitement dans le cadre du plan de relance régional Tourisme et s'inscrit dans une démarche de promotion du tourisme de proximité et du tourisme bienveillant.

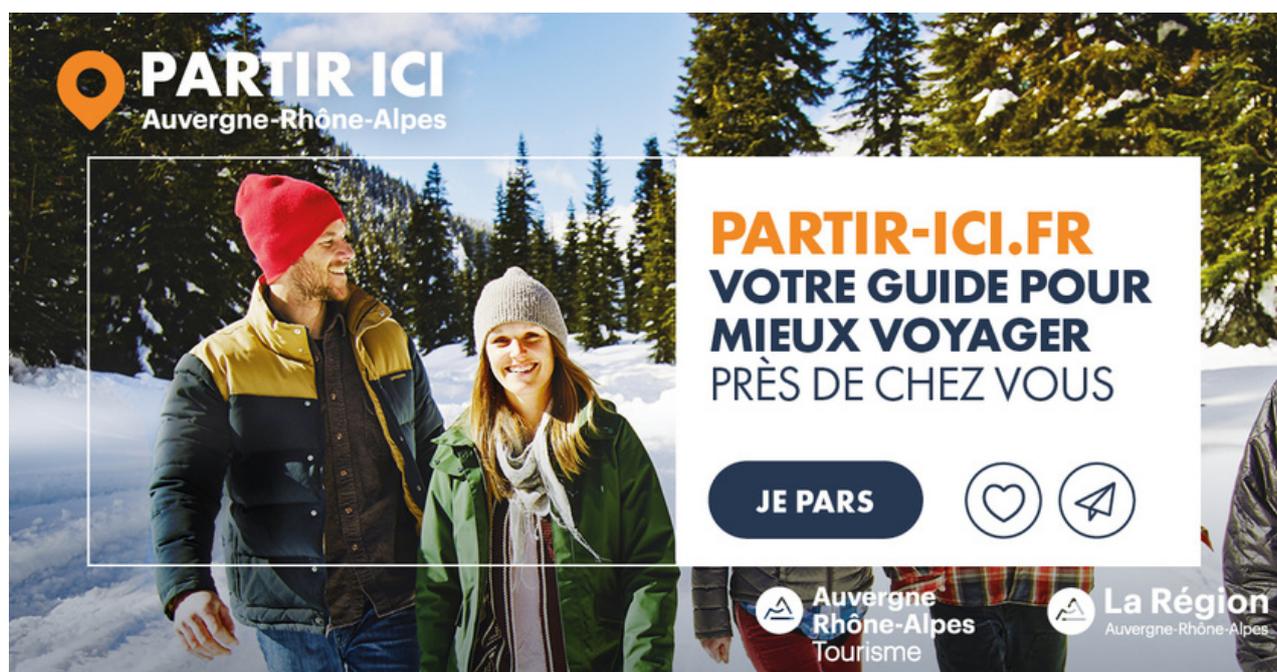
Les objectifs

Objectifs

- Accompagner les habitants dans leurs recherches de sorties et les inspirer à (re)découvrir leur région
- Proposer près de 2000 activités authentiques, respectueuses du vivant et des territoires et enrichies par une communauté de passionnés (objectif de lancement)
- Contribuer à l'écosystème Apidae pour créer de la valeur

La démarche collaborative de design de services a été soutenue par :

- Des réunions mensuelles de brainstorming et de cadrage avec les animateurs départementaux Apidae Tourisme
- Trois webinaires avec une centaine d'Offices de Tourisme présents en moyenne à chaque session.
- Des newsletters spécifiquement dédiées aux Offices de Tourisme



Les solutions

Première solution : Un autodiagnostic des pratiques des professionnels autour du tourisme bienveillant

Connecté à la plateforme Apidae Tourisme, l'autodiagnostic permet :

- D'écrire les résultats du questionnaire directement dans la plateforme
- De proposer automatiquement la validation des résultats à partir du tableau de bord des Offices de Tourisme

 Présentation de l'auto-diagnostic [en vidéo](#)

15 questions par pilier du tourisme bienveillant

| | | |
|-------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 01 Préservation de l'environnement | 02 Impact Economique | 03 Bénéfices Sociaux |
|-------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|



Diagnostiquer **l'offre** proposée à mes clients

Valorisation et/ou préservation du patrimoine culturel naturel et du tissu économique local

— 04 / 15

Dans le cadre de son offre, l'opérateur a recours majoritairement à des ressources et/ou prestataires locaux (région Auvergne-Rhône-Alpes ou moins de 160 km si hors région).

Oui Non

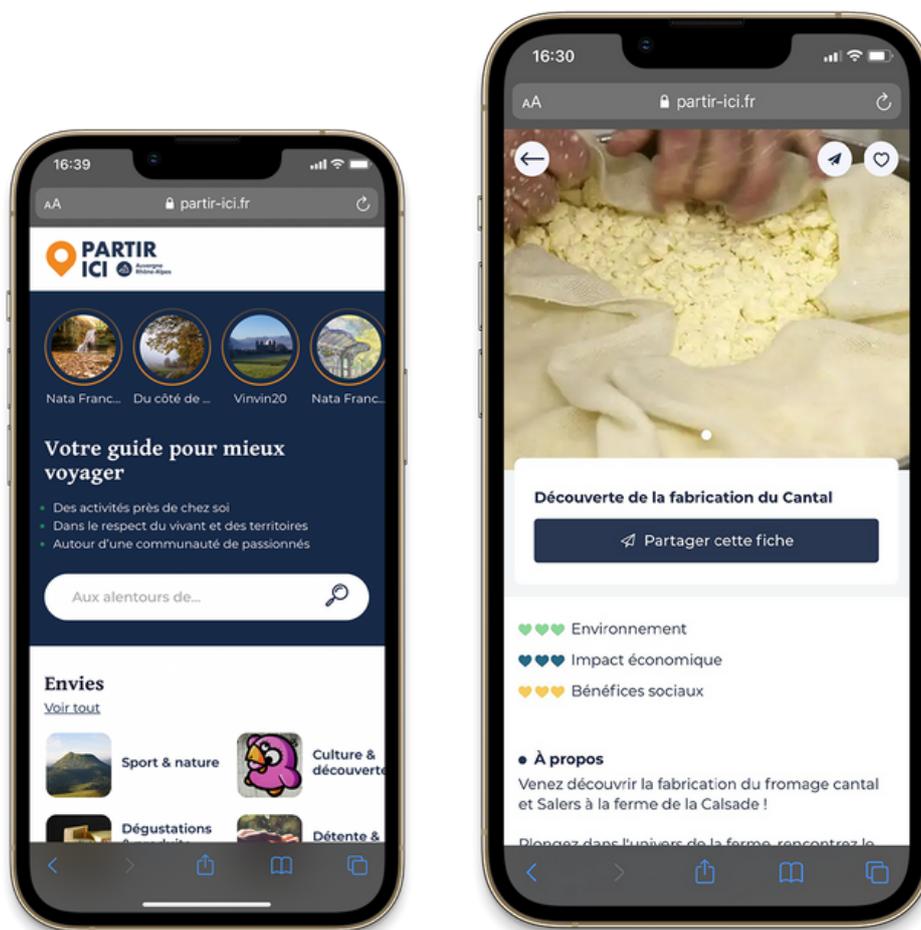
Par exemple :

- Pour la préparation des repas, je fais appel majoritairement à des maraichers/ fromagers/bouchers locaux.
- Pour l'impression de mes plaquettes, j'ai fait appel à un imprimeur de ma région.
- Pour meubler mon local, j'ai fait appel à des artisans locaux.

Développement : [Hôtentic](#)

Les solutions

Deuxième solution : Une progressive web app pour les clients connectée à Apidae via les sélections des offres



Développement : Coq Trotteur

L'analyse

Les bénéfiques utilisateurs

Pour les offices de tourisme

- Valoriser les **offres durables** du territoire auprès des habitants de la région
- Créer plus de **liens** avec les habitants de la région en disposant d'un vrai espace vitrine présentant l'office de tourisme en plus de leurs offres
- Mettre en valeur toute la **connaissance fine du territoire**, une vraie mine d'or pour le visiteur en proposant notamment des circuits
- Mutualiser leurs efforts pour favoriser l'émergence d'une **communauté régionale d'éclaireurs** (micro-influenceurs, habitants engagés)
- Bénéficier d'une **solution simple d'utilisation** : un back-office permettant par exemple d'analyser en un coup d'œil les offres les plus visitées

Pour les visiteurs

- Accéder de manière simple et rapide à tout un **catalogue d'offres sourcées** avec grand soin pour (re)découvrir la région dans sa globalité
- Profiter d'un **contenu enrichi et expérientiel** : chaque offre pourra être complétée par la communauté des « éclaireurs » de la région.

Les éclaireurs seront encouragés à partager leurs expériences

Pour les socio-professionnels du tourisme

- Bénéficier d'un canal de **visibilité supplémentaire** sur une plateforme qui se veut premium grâce à ses valeurs – celles du tourisme bienveillant (et non la valeur marchande des activités proposées)
- Faire connaître leurs **démarches engagées** : impact économique, préservation de l'environnement et bénéfices sociaux

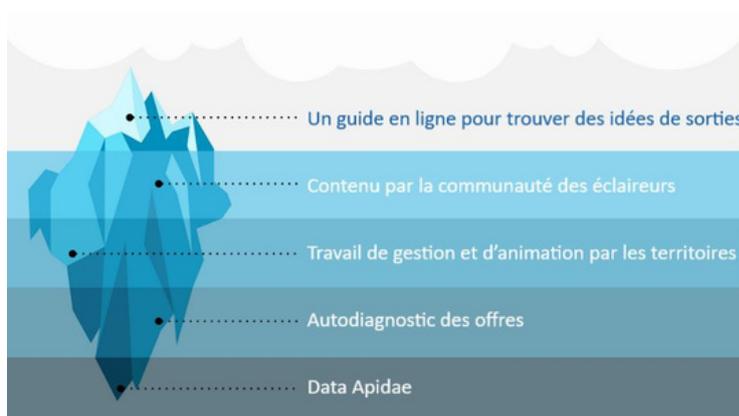
Pour les éclaireurs

- Se sentir valorisé.e et fier.e d'**appartenir au réseau** des éclaireurs de la région
- Partager leurs **expériences** avec des visiteurs engagés
- Gagner en **visibilité** tout en valorisant le territoire

L'analyse

Les points forts

- La démarche a duré une année. Elle a été collaborative de bout en bout : de la construction à la communication, coordonnée et impulsée par Auvergne Rhône Alpes Tourisme.
- Le service a été co-construit avec les acteurs dans un esprit de design de services.



Axes à améliorer

- Compte-tenu du fait que les acteurs sont interdépendants, chacun d'entre eux a son rôle et doit donc "suivre le mouvement" pour ne pas pénaliser le projet.
- Le porteur de projet doit être précis sur les attentes quant à la sélection des offres. Les règles du jeu doivent être clairement explicitées.

Une suite ?

En 2022, l'enjeu est la montée en puissance simultanée des offres et des visites sur partir-ici.fr

Liens utiles

- [Toutes les informations BtoB liées au projet](#)
- [Accès au guide Partir ici](#)

Contacts

Camille RACT

Auvergne Rhône Alpes Tourisme - Chef de projet Partir Ici

c.ract@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Saara VILAIN

Hôtentic - CTO

sarah.vilain@hotentic.com

Nicolas GARCIN

coq-trotteur - Co-fondateur

nicolas@feelcity.fr

Pour aller plus loin