

# TOURISM LAB



LE LABORATOIRE TRANSFRONTALIER  
D'INNOVATIONS ET D'EXPÉRIENCES TOURISTIQUES

> Dossier projet



# SOMMAIRE

<b>1. MISE EN CONTEXTE : ÉVOLUTION DU TOURISME</b>	<b>3</b>
<b>2. PRÉSENTATION DES PARTENAIRES</b>	<b>5</b>
<b>3. LES OBJECTIFS DU PROJET</b>	<b>6</b>
<b>4. PRÉSENTATION DU PROJET TOURISM LAB</b>	<b>7</b>
<b>5. DES EXEMPLES ATTRACTIFS CONCRETS</b>	<b>8</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Parcours individuel de coaching à l'expérience et l'innovation</li><li>&gt; Création d'expériences innovantes par thème ou par territoire</li><li>&gt; Création d'expériences transfrontalières sur les trois territoires</li></ul>	
<b>6. LES PARTENAIRES DU PROJET</b>	<b>10</b>
<b>7. LE BUDGET</b>	<b>11</b>
<b>8. CONTACTS PRESSE</b>	<b>11</b>

# 1. MISE EN CONTEXTE : ÉVOLUTION DU TOURISME

## TOURISME ET INNOVATION

Trop souvent réduite à la dimension technologique, l'innovation peut et doit porter sur d'autres axes de développement : gouvernance, durabilité, organisation, management, commercialisation, produits et services,...

D'après l'OCDE (manuel d'Oslo), « une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures », on est bel et bien au-delà de la technologie.

Différentes études démontrent que les entreprises les plus florissantes sont celles qui innovent plus que les autres et le font constamment.

Dans le secteur du tourisme, l'enjeu des innovations à mettre en œuvre, consiste surtout à faire évoluer les produits, les services et les pratiques pour mieux répondre aux tendances et attentes des clientèles actuelles et à venir.

Les Francophonies de l'Innovation touristique ont identifié les 10 facteurs clés qui concourent à l'innovation, soit les éléments favorables à son développement : Leadership, stratégie, confiance, ouverture, droit à l'erreur, approche client, apports externes, gouvernance, gestion et expérimentation.

**Leadership** **Management**  
**Gouvernance** **Stratégie**  
**DROIT À L'ERREUR**  
**Apports externes** **Ouverture**  
**Confiance** **Expérimentation**  
**Approche clients**

Parmi ces 10 facteurs, on peut souligner l'approche client, c'est-à-dire faire correspondre la proposition de valeur de l'innovation aux besoins des clients. Il faut alors bien les connaître, être à leur écoute, etc. Aujourd'hui, l'innovation dans les secteurs du tourisme doit donc avant tout être une adaptation aux comportements, usages et attentes des clients. L'époque du 100% marketing de l'offre est derrière nous. Il faut aujourd'hui pour proposer des produits, des services, élaborer son marketing, il faut connaître précisément ses visiteurs, ses clients.

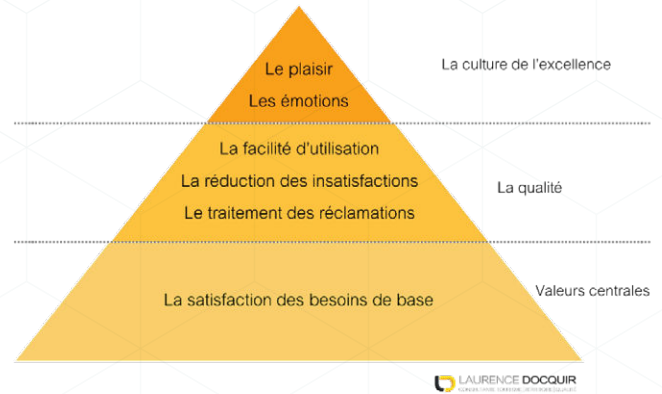
## Les 5 étapes clés du parcours client touristique



La prise en compte de l'expérience client, c'est-à-dire l'ensemble des interactions perçues par celui-ci avant, pendant et après son séjour ou sa visite, est donc devenu un enjeu fondamental dans toute stratégie de développement et d'innovation. Travailler son offre selon les notions de chaînes de services, fluidifier le parcours du client de la prise de renseignement à la fidélisation en passant par la consommation touristique sont des facteurs de différenciation déterminant.

Innover dans le secteur du tourisme, c'est également intégrer les tendances de fond en matière de consommation des clients. Aujourd'hui, 77% des milléniaux préfèrent dépenser plus d'argent pour une expérience touristique plutôt qu'un produit.

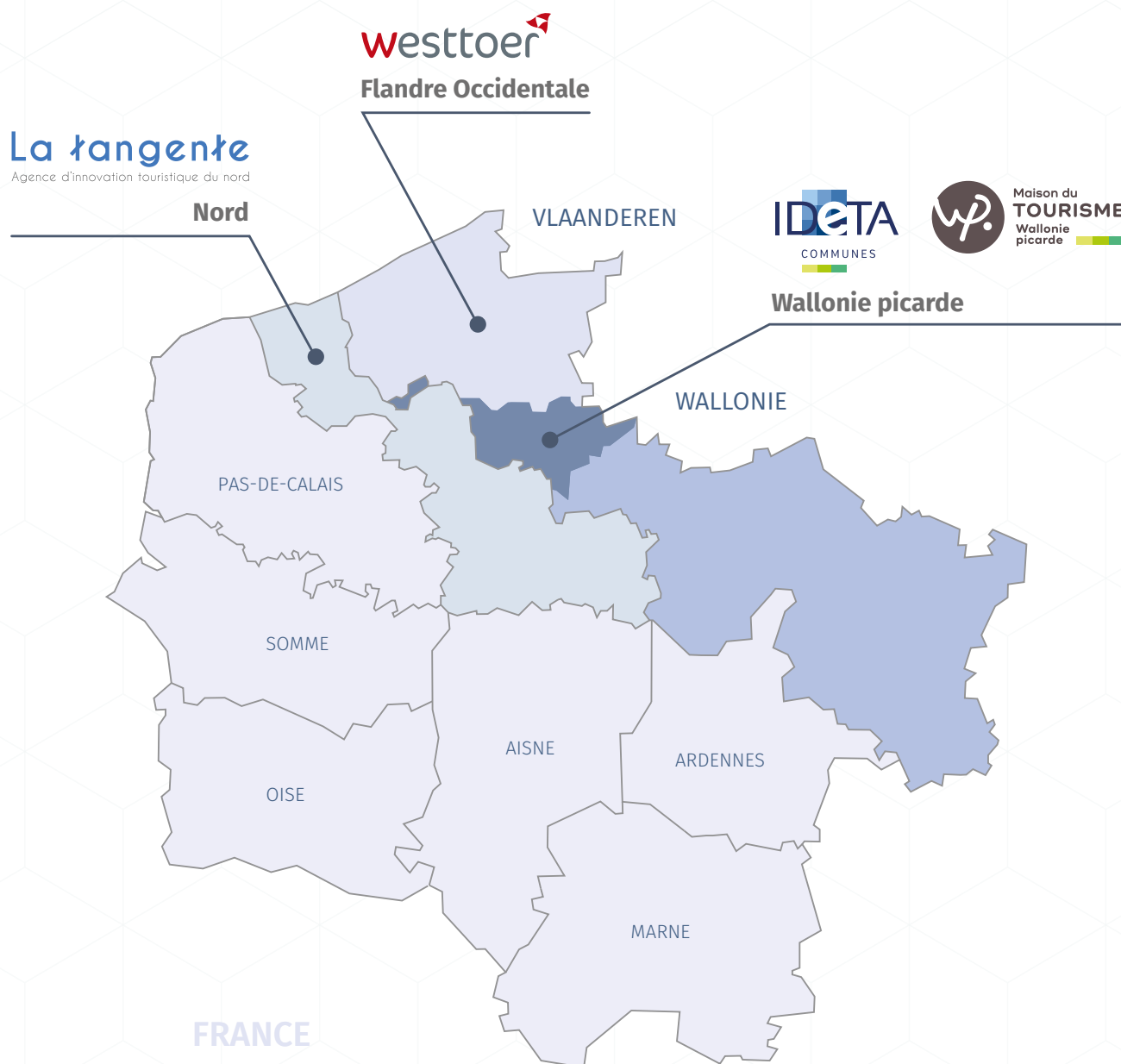
L'innovation prend ici une autre offre ; celle de dépasser la proposition du produit pour la proposition de l'expérience touristique ; celle de la culture de l'excellence, du plaisir et des émotions. Une expérience touristique, c'est faire vivre au visiteur une réelle émotion et lui fournir un souvenir inoubliable en intégrant une forte dimension de personnalisation. L'expérience touristique c'est le moment « WOW ! ». C'est la cerise sur le gâteau, la petite touche de magie qui transformera le séjour, la visite en souvenir inoubliable pour le touriste.



Participation  
 Unique  
 Humain  
 Étonnement  
 Authenticité  
 WOW  
 Sens  
 Atmosphère  
 Moments  
 Émotion  
 Émerveillement

## 2. PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

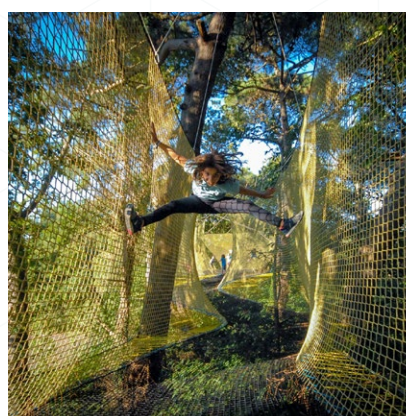
### Carte des 3 destinations transfrontalières



### 3. LES OBJECTIFS DU PROJET

#### Les partenaires poursuivent les objectifs suivants :

- > **L'augmentation de la performance économique du tourisme** sur le territoire transfrontalier.
- > **La professionnalisation de 200 acteurs du tourisme pour une transition vers une économie de l'expérience client** et l'amélioration significative de la compétitivité du territoire transfrontalier. Le projet créera un socle transfrontalier de connaissances et de compétences en matière de i-tourisme (Innovation) et de e-tourisme (Expérience). Par création d'un programme de certification, le projet a pour objectif d'inciter les opérateurs publics et privés à travailler ensemble de manière innovante pour créer des expériences qui lient les territoires transfrontaliers. L'organisation d'un congrès transfrontalier de l'innovation touristique encouragera les 500 participants à regarder au-delà de leur localité.
- > **La création de 45 produits touristiques innovants**, spécifiques mais transposables, thématiques et/ou territoriaux au sein d'un cluster et/ou transfrontaliers. Les produits valoriseront le patrimoine culturel, industriel, naturel et paysager.
- > **La promotion transfrontalière auprès du grand public** d'expériences touristiques à vivre et découvrir. Le plan de communication sera établi sur base d'actions innovantes de marketing et de promotion.
- > **L'obtention de résultats durables** au-delà de la programmation par la transformation de la pensée et la poursuite des activités d'accompagnement par les managers et développeurs du tourisme expérientiel.



## 4. PRÉSENTATION DU PROJET TOURISM LAB



Le but du projet « Tourism Lab » est très concrètement de développer de nouvelles expériences touristiques innovantes, en harmonie avec le territoire et les attentes des clientèles, de les modéliser afin d'en faire des exemples pour les autres prestataires et territoires.

### > Pour ce faire, 4 modules de travail sont abordés.

#### > Gestion de projet avec des managers de l'expérience et des managers de l'innovation

Des ressources humaines qualifiées et dynamiques sont fondamentales pour mener à bien le projet. Le projet s'appuiera ainsi sur un réseau transfrontalier de managers et développeurs de l'expérience touristique, qui sera formé pour **accompagner la transition du territoire transfrontalier et de ses acteurs vers l'amélioration de la performance économique**. Un groupe d'experts indépendants sera également sollicité en fonction des besoins.

#### > La communication interne et externe

La communication des actions, des projets et des expériences créées constitue également un des quatre piliers du projet.

Des outils professionnels seront élaborés pour stimuler l'adhésion des opérateurs touristiques publics et privés, nourrir la créativité et accompagner l'amélioration de la performance. Des **campagnes de promotion** des expériences touristiques seront lancées auprès du grand public en vue d'augmenter la consommation touristique sur le territoire transfrontalier. Enfin, un congrès transfrontalier de l'innovation tourisme sera organisé en fin de projet pour marquer le changement et présenter le bilan.



#### > Le forum d'intelligence collective

Le forum d'intelligence collective est un lieu, sous forme de **laboratoire virtuel, d'échange, de brassage d'idées, de création, de réflexion, de stimulation, de formation, d'accompagnement collectif des projets, d'expérimentations transfrontalières dans le domaine du tourisme**. Il se nourrit de l'expérience des professionnels du tourisme et des managers de l'expérience. Il s'appuie sur les processus d'amélioration de la performance économique et la mise en place d'outils ou d'actions de communication à destination des professionnels du tourisme.

Concrètement, il s'agira de la mise en ligne d'une **plateforme collaborative**, soit d'un outil de partage de veille et d'expertises et d'expériences dans le domaine du tourisme. Des **échanges d'expérience, des ateliers créatifs et d'expérimentations, des formations** compléteront ce module d'inspiration et de sensibilisation destiné aux professionnels du tourisme.

#### > Les expériences innovantes

Sur base du forum d'intelligence collective qui capitalise sur un vivier d'idées, un processus d'élaboration d'expériences touristiques et la création d'une dynamique de territoire, il convient de transformer l'essai par des actions opérationnelles et concrètes. C'est l'objet de ce module de travail qui vise à **créer 45 expériences innovantes** en s'appuyant sur : le **coaching des opérateurs touristiques publics et privés** afin qu'ils investissent et migrent vers le tourisme expérientiel ; le **développement d'expériences innovantes par thème ou par territoire** ; la **création d'expériences transfrontalières**.

## 5. DES EXEMPLES ATTRACTIFS CONCRETS

### > Parcours individuel de coaching à l'expérience et l'innovation

Amélioration de l'existant ou création de nouvelles expériences avec les porteurs de projets, opérateurs touristiques publics et privés.



Palais des Papes à Avignon - Découverte historique en réalité augmentée dans une attraction touristique



L'évasion en trottinette électrique tout terrain à Saint-Flour (France) - Randonnée en trottinette



Repas insolite et gastronomique au Musée de l'Auto pour 220 convives, Collection Mahy à Leuze-en-Hainaut - Dîner insolite organisé par un restaurateur



Parcours immersif autour de l'œuvre de Gustav Klimt à l'Atelier des Lumières à Paris - Immersion dans une boîte à image



Hotel Piazza Bellini Napoli - Séjour « historique » dans un B&B



Muséum national d'Histoire naturelle Concarneau, Galerie de l'homme - Visite sensorielle

### > Création d'expériences innovantes par thème ou par territoire

Développement d'expériences touristiques à l'échelle du territoire autour d'une thématique commune.



Omaha-beach-memorial - Land art à la côte (coopération entre acteurs privés et publics)



Art dans l'Assiette, expérience plastique et culinaire au restaurant Le Giverny à Tournai



> **Création d'expériences innovantes par thème ou par territoire (suite)**

Développement d'expériences touristiques à l'échelle du territoire autour d'une thématique commune.



Se loger dans des Paradores, c'est séjourner dans d'anciens châteaux, des palais et des édifices empreints de plusieurs siècles d'histoire - Coopération entre des musées et des logements



Dormir dans une cabane dans les arbres en bord de Semois - Expérience autour du tourisme durable

> **Création d'expériences transfrontalières sur les trois territoires**

Création commune d'expériences touristiques transfrontalières sur deux, voire trois territoires.



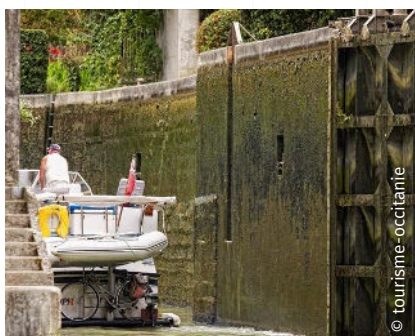
Grotte Chauvet Pont d'Arc - Créer une approche digitale pour rendre des sites non publics accessibles



Eco-cabine à Ouddorp. Bungalow entièrement construit et meublé en carton recyclé, sans TV ! - Expérience durable : vacances sans CO<sub>2</sub>



La sylvothérapie qui consiste à faire un câlin aux arbres pour aller mieux. Retour à la nature - Expérience de remise en forme



Location de bateau sans permis sur le Canal du Midi qui relie Toulouse à Sète (250 km) - Expérience fluviale



Amazone Adventure, créateur de parcours aventure ludique : tyrolienne, parcours filet, cabanes... - Expérience 'Aventure'



Musée de l'Iguanodon - Expérience immersive

## 6. LES PARTENAIRES DU PROJET



### > Versant Wallon : Agence de Développement Territorial IDETA (pilote du projet)

• **IDETA** - Au service du développement économique et territorial de la Wallonie picarde depuis plus de 25 ans, IDETA est le partenaire privilégié des communes et des entreprises. IDETA met les compétences techniques de ses équipes au service des communes pour les accompagner dans leurs programmes d'aménagement du territoire, d'urbanisme, de développement rural, urbain ou encore de mobilité. IDETA favorise une vision à long terme et une cohérence territoriale aux projets des villes et villages. L'objectif suivi est de veiller à un développement territorial harmonieux et équilibré en y associant les acteurs publics et privés. IDETA travaille à une meilleure intégration des éléments patrimoniaux et touristiques dans le tissu urbain, amélioration de la qualité des aménagements, revitalisation des cœurs de villages, innovation et expérience au cœur des projets (originalité des approches, justesse des aménagements, ...).



### > Versant Wallon : La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde (pilote du projet)

• **La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde** est une asbl de promotion touristique qui s'occupe du développement de la stratégie touristique de son territoire (les 20 communes de : Antoing, Ath, Belœil, Bernissart, Brugelette, Brunehaut, Celles, Chièvres, Ellezelles, Enghien, Flobecq, Frasnes-lez-Anvaing, Lessines, Leuze-en-Hainaut, Mont-de-l'Enclus, Pecq, Péruwelz, Rumes, Silly, Tournai). Elle met son savoir-faire au service des communes en matière d'accompagnement d'opérateurs touristiques, d'animation de professionnels du tourisme, d'innovation marketing, de stimulation à la création de produits et de promotion et communication.



### > Versant flamand : Westtoer

• **Westtoer** est l'entreprise provinciale autonome (EPA) pour le tourisme et les loisirs en Flandre occidentale. Westtoer se positionne en intermédiaire du niveau de la Province flamande et les intervenants locaux (les communes et les prestataires du secteur privé). Son rôle principal consiste à coordonner les acteurs touristiques. Pour y parvenir, Westtoer a divisé la province en plusieurs régions : le Littoral, l'Arrière-pays de Bruges, le Westhoek, la Région de la Lys. Les partenaires de ces communes et du secteur privé sont rassemblés dans des structures de coopération dotées de ressources financières et d'effectifs dédiés. Westtoer fait le développement et prévoit la promotion de 4 régions touristiques : La côte belge, Le Westhoek, Leiestreek et Bruges Ommeland. Westtoer a pour mission de préparer la politique touristique et récréative pour la province de Flandre occidentale et d'aider à sa réalisation.



Agence d'innovation touristique du nord

### > Versant français : La tangente, agence d'innovation touristique du Nord

• **La tangente** est l'agence d'innovation touristique du Nord. Suite au repositionnement stratégique de l'ADRT Nord, Nord Tourisme, renommé La tangente, a choisi de se focaliser sur le BtoB et d'accompagner les prestataires et territoires sous l'angle de l'Innovation touristique. L'objectif est de développer une expertise en ingénierie touristique innovante au service des acteurs touristiques.



### > Les partenaires associés

- Le Comité Régional du Tourisme Hauts-de-France
- Le Centre de Compétence Forem Tourisme

## 7. LE BUDGET

Le budget total du projet Tourism Lab est de 2,9 millions d'euros financés par les fonds européens Interreg V à 50% et 50% par les fonds régionaux et locaux.

**Financement FEDER :** 1.497.287,99 €

**Coût total :** 2.994.575,99 €



## 8. CONTACTS PRESSE



### > Contact Presse - IDETA

**Anne-Marie GOEMAERE**

Chargée de  
Communication

E | goemaere@ideta.be

T | +32 69 55 35 21

M | +32 479 81 72 39

### > Contact Presse - Maison du Tourisme de la Wallonie picarde

**Séverine STIEVENART**

Responsable  
Marketing

E | stievenart@visitwapi.be

T | +32 69 78 98 13

M | +32 496 02 93 80

### > Contact Presse - La tangente

**Aude LEFEVRE**

Manager Pôle Accompagnement  
des Territoires

E | alefevre@cdt-nord.fr

T | +33 3 20 57 53 12

M | +33 7 64 39 72 12

### > Contact Presse - Westtoer

**Stefaan GHEYSEN**

Directeur Général

E | stefaan.gheysen@westtoer.be

M | +32 50 30 55 65

Ressources presse et visuels disponibles  
sur [www.tourismlab.eu](http://www.tourismlab.eu)



**Interreg**  
France-Wallonie-Vlaanderen  
**Tourism Lab**



Avec le soutien du Fonds Européen de Développement Régional.