

## QUIMPER CORNOUAILLE DEVELOPPEMENT

---

# Mtourisme en Cornouaille : développement d'outils et de contenus

**Objet :** propositions de développement de sites mobiles pour les OTSI de Cornouaille, d'une application de visites numériques en Cornouaille et de créations de contenus vidéos et photos.

### Le contexte

#### **17,7 millions de mobinautes (10% de plus en 1 trimestre)**

71 % se connectent chaque jour

95% ont consulté au moins un site Internet, 50% une application avec connexion

73 % font une recherche sur l'endroit où ils se trouvent

#### **50% des français partent en vacances avec leur Smartphone**

En France, 34% des recherches Google sur mobile sont sur le voyage.

**2012 :** 20% des requêtes du web se feront sur mobile

**2014 :** les mobiles deviendront le moyen le plus utilisé pour accéder au web.

### Constats sur le territoire :

Aussi bien historiquement que culturellement, la Cornouaille répond à la logique de déplacement du touriste en visite sur le territoire dans le cadre de moyens et longs séjours.

On constate les réalisations suivantes sur le territoire de la Cornouaille

- Sites mobiles : Bénodet, La Forêt-Fouesnant, Fouesnant, Concarneau, Quimper, Névez
- Outils de visites numériques :

Office de tourisme du Haut Pays Bigouden : outil GPS avec des contenus de visite.

Le Pays de Douarnenez travaille actuellement à la création de vidéos.

L'office de Quimper projet d'application de serious game.

Les contenus pour les internautes (avant séjour) doivent séduire sur les sites les plus fréquentés en dehors du site propre de la destination. Ces contenus seront plus fréquemment regardés sur des sites dédiés aux contenus médias (exemple : flickr ou Youtube). A l'heure actuelle, les territoires de la Cornouaille n'y sont présents que très faiblement.

**IL EST INDISPENSABLE aujourd'hui de proposer au visiteur des services d'accueil numérique en mobilité et des contenus numériques complets.**

**Aussi, il est proposé que QCD réalise 2 actions**

- 1) Aider les offices de tourisme à se doter de sites mobiles diffusant des informations pratiques
- 2) Accompagner la création et la diffusion de contenus numériques plus complets pour la visite du territoire et sa visibilité sur les médias sociaux du web

## **1/ REGROUPEMENT POUR LA REALISATION DE SITES MOBILES**

Quelle est l'utilité d'un site mobile, quels contenus sont à privilégier pour le « mobinaute » ?

D'une manière globale le consommateur recherche **des informations simples en situation de mobilité**, et a besoin de **services pratiques** : Les activités, que peut-il visiter, les événements, agenda, réaliser son itinéraires, cartes, vidéos, météo.... Il s'agit donc à la fois de guider le consommateur et de lui fournir une information pratico-pratique

Un site mobile **ne doit pas être une copie du site Internet classique**. Les informations ne sont pas toutes utiles au mobinaute, il en a besoin de spécifiques ;

Un site mobile touristique doit fournir des informations liées à la **géolocalisation** du visiteur et au mieux, une **offre contextualisée** au plus près des besoins du touriste, **à l'instant T**.

### **La mutualisation entre différents opérateurs est une solution plus avantageuse :**

Pour des raisons de budget, mais aussi pour des motivations de cohérence territoriale, il paraît intéressant de **mutualiser le développement de sites mobiles**, en choisissant d'une ou deux entreprises qui dupliqueront des modèles de sites pour chaque office de tourisme intéressé.

#### **Les objectifs sont les suivants :**

- Assurer une cohérence et une continuité des services d'information proposés par les différents sites mobiles existants et à venir en Cornouaille.
- Améliorer l'accueil des visiteurs en Cornouaille

Il est proposé de s'engager sur une solution qui permettrait au visiteur de basculer d'un site à l'autre en fonction de sa position géographique, et sur un plan de communication commun à tous, en distinguant les adresses web.

Choisir un modèle commun permettrait une certaine cohérence vis-à-vis du visiteur et de bénéficier des évolutions pour les offices qui le souhaitent à moindre coût.

Chaque office de tourisme pourra administrer son site mobile et le faire évoluer indépendamment des autres.

#### **Coût estimé**

Le coût peut être estimé en moyenne, pour 10 sites, à 3000 € par site.

L'office de tourisme devra de son côté budgéter un coût annuel de maintenance et d'hébergement qui reste à définir

Suivant les propositions, 3 semaines à 3 mois de délais sont nécessaires pour le déploiement de la solution.

Pour favoriser la création des sites mobiles et sur la base de 3 000 €/ site, QCD propose de prendre en charge le solde pour un maximum de 2 500 € par site (participation de 1 000 € pour les offices de tourisme qui ne se situent pas sur les communautés de communes qui financent le pôle tourisme et 500 € pour les autres).

Budget estimé pour 10 sites créés : 30 000 €

Budget promotion / communication : 5 000 €

Coût total estimé de 35 000 € dont 27 500 € à la charge de l'Agence

Le coût total en 2012 serait de **35 000 euros dont au minimum 50 % pourrait être financé** par le volet territorial du CPER et/ou l'enveloppe 2 du contrat de pays.

## **2/ ACCOMPAGNEMENT A LA CREATION DE VIDEOS DE TERRITOIRE**

Il est proposé d'accompagner à la création de vidéos de découverte du territoire, soit avec une prestation externe d'un professionnel ou bien par la formation des offices de tourisme à la création de vidéos de présentation, d'interprétation du patrimoine ou de reportage sur événements pour être en mesure de les publier sur différents supports : réseaux sociaux, sites Internet des partenaires, sites communautaires, etc.

### Les objectifs sont les suivants :

- Répondre aux nouvelles attentes du visiteur en matière de contenus médias
- Etre présent sur les plateformes vidéo pour présenter le territoire de la Cornouaille
- Disposer de contenus médias à diffuser sur les sites Internet des offices de tourisme mais aussi des partenaires.

La Cornouaille manque cruellement de contenus numérique pour séduire se vendre sur les médias sociaux, sur ses propres sites et sur les outils mobiles

**YouTube** est aujourd'hui le 3<sup>ème</sup> site le plus consulté au monde, et générera 66 % du trafic Internet en 2015 ; aussi il paraît important que la Cornouaille aie une présence importante et de qualité sur ce média.

L'action peut se décliner comme suit sur 2 ans :

- Plusieurs sessions de formation et sensibilisation en ateliers avec les offices de tourisme et acteurs culturels, pour apprendre à « scénariser » son territoire et en faire la promotion via la vidéo
- Expérimentation autour de création de plusieurs types de vidéos.

Budget : **30 000 € par an**. Cette somme pourrait être financée à hauteur de 50 % minimum par l'Etat et ou la Région

### PLAN DE FINANCEMENT 2012 -2013

Plan de financement pour les 2 volets de l'action 2012-2013

dépenses		Recettes	
Mutualisations sites mobiles	35 000 €	autofinancement	90 000 €
Accompagnement production vidéo	30 000 €	Subvention Etat (50 % sur 120 000 €)	60 000 €
Création de vidéos	30 000 €		
Poste chargée de mission (1/2)	55 000 €		
<b>TOTAL</b>	<b>150 000 €</b>		<b>150 000 €</b>

### Il est proposé au Conseil d'Administration :

- **De valider le projet de création mutualisée de sites mobiles pour les offices de tourisme et de plan de communication commun**
- **D'approuver le montant différencié de l'aide aux offices de tourisme par QCD**
- **De valider le projet d'accompagnement à la création de vidéos de territoire**
- **De valider le plan de financement sur 2 ans**
- **d'autoriser Monsieur le Président à solliciter toute subvention correspondante et à signer les conventions de financement nécessaires.**

