

# Rencontres du etourisme

## La stratégie Internet

Sarlat – Périgord Noir, 19 février 2010



Modifier mon profil

Voir mon profil

Philippe Fabry

ICT Manager chez Atout FRANCE

Paris Area, France | Government Administration



Envoyer un messa

Ajouter Philippe à

Envoyer ce profil à

## Philippe Fabry, e-tourisme – ATOUT FRANCE

Philippe Fabry | Tourisme - L'Australie développe « Walkabout Planner », un module révolutionnaire <http://ow.ly/Z8Ya> il y a 3 jours

[philippe.fabry@franceguide.com](mailto:philippe.fabry@franceguide.com)

Poste actuel • Chargé de mission e-tourisme chez Atout FRANCE

Postes précédents • Responsable des technologies de l'IT France  
• Chargé mission e-tourisme chez Atout FRANCE  
• Ingénierie Touristique  
• Webmaster chez Maxima

Formation • Université Parisien Sorbonne (Paris 6)  
• -  
• Université de Limoges

Recommandations 2 personnes ont recommandé Philippe

Relations 159 relations

Twitter : @[filifab](https://twitter.com/filifab)

Tél. +33 (0) 1 42 96 74 47





# ATOUT FRANCE

Agence de développement  
touristique de la France

- Développer et adapter l'offre touristique française
- Soutenir la compétitivité du secteur économique du tourisme



# Missions



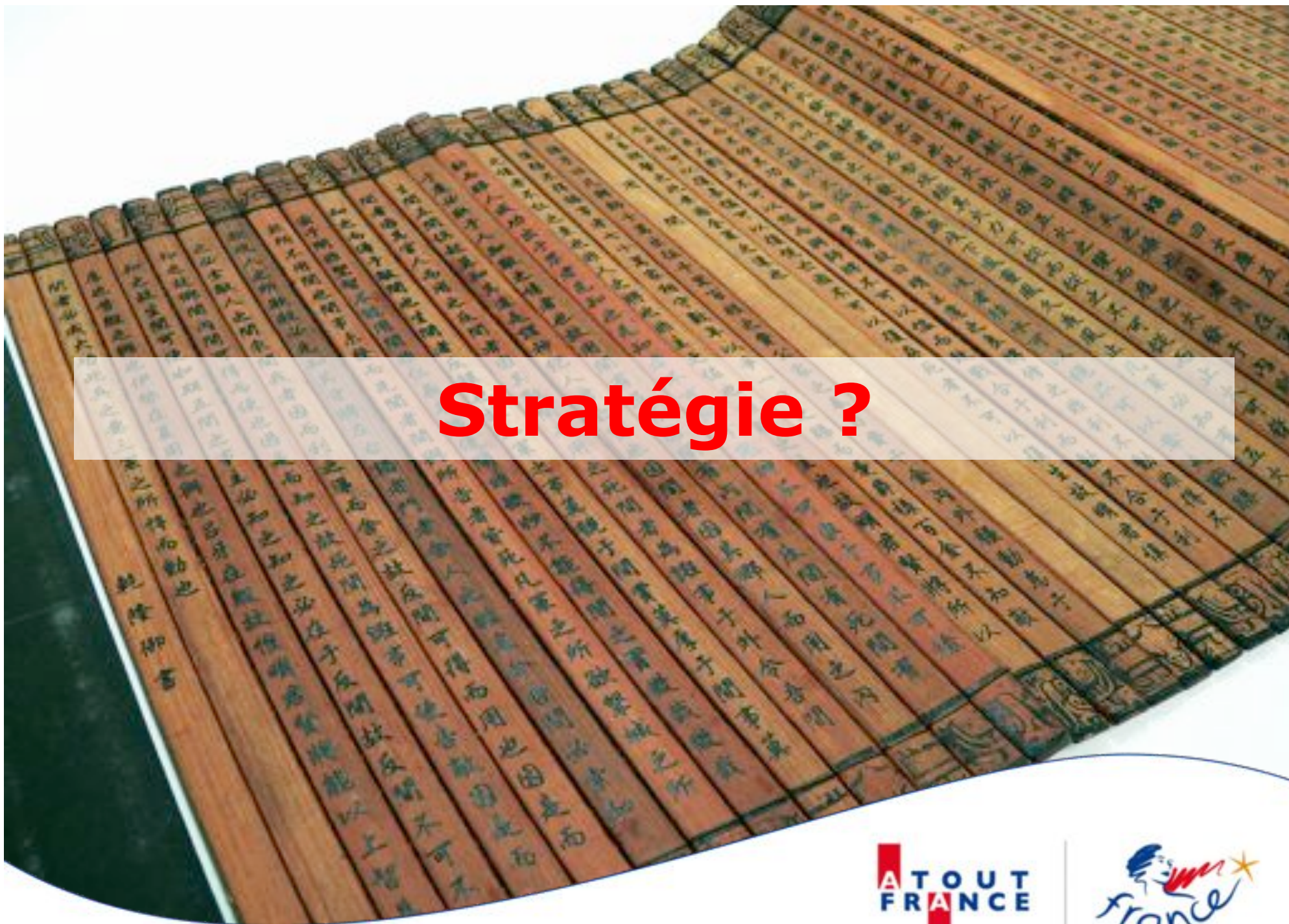
# ATOUT FRANCE dans le monde



- Siège ATOUT FRANCE
- Délégations territoriales  
Sites Métropole  
Chambéry, Gap, Marseille, Toulouse  
Sites Outre-Mer  
Guadeloupe, Guyane, Martinique
- Bureaux ATOUT FRANCE
- Bureaux ATOUT FRANCE sous convention
- ▲ Bureaux correspondants Air France

**ATOUT  
FRANCE**





# Stratégie ?



# STRATÉGIE MARKETING 2005-2010

La stratégie web, c'est votre stratégie marketing (promotion de votre territoire, vos valeurs, votre positionnement, les clientèles que vous visez...)



CAN'T DO IT

**Tout a changé ?**





**TELEX**





**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)

Edition X

# GUÍA MICHELIN

ESPAÑA-  
PORTUGAL



los Mapas Mich



[Photo](#)

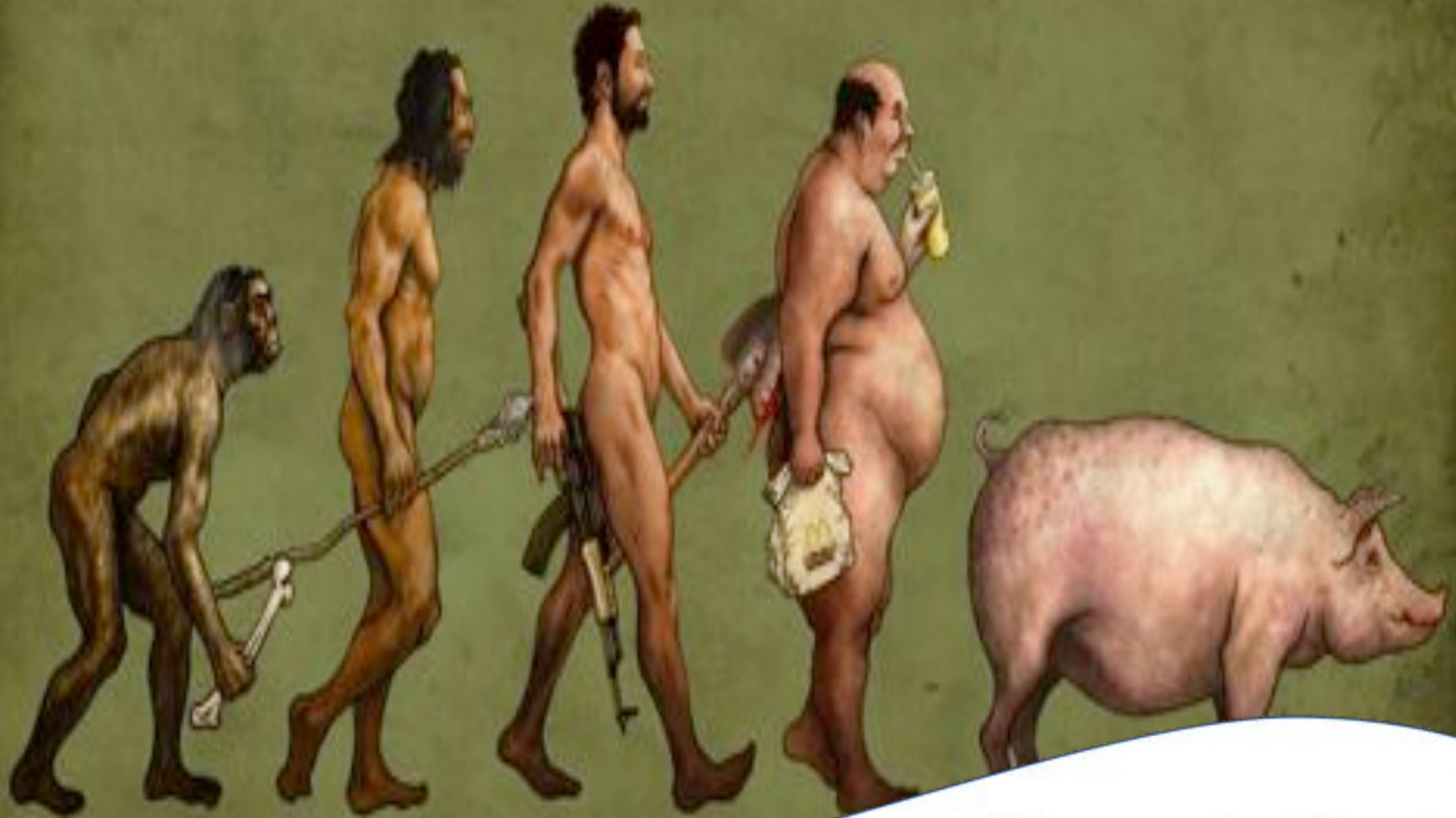


**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)

# Changement ?



A photograph of a lighthouse situated on a grassy cliff overlooking the ocean at sunset. The sky is filled with vibrant orange and red clouds, and the lighthouse's light is glowing. The text 'Toujours vacances & plaisir (Services & clients)' is overlaid in a semi-transparent white box.

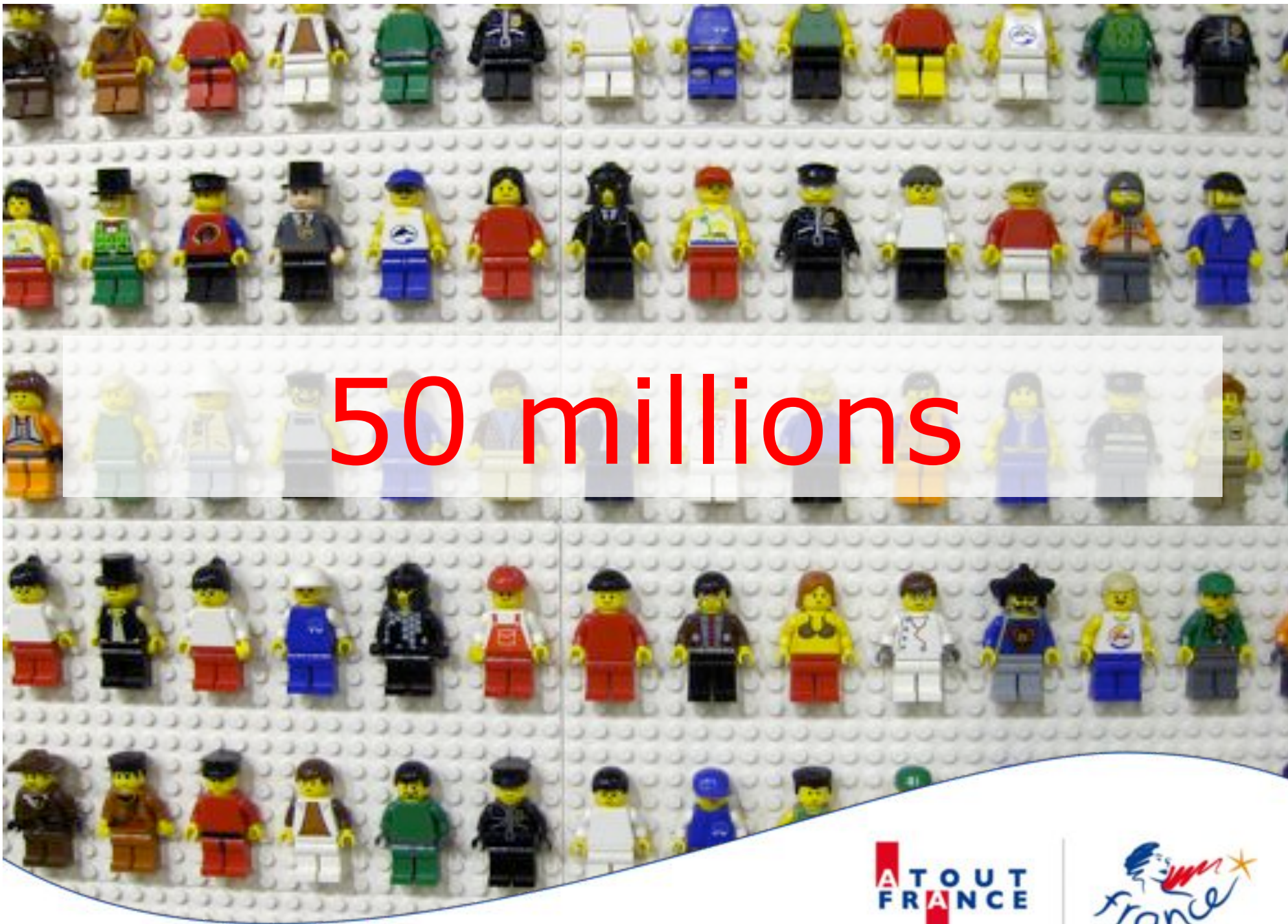
# Toujours vacances & plaisir (Services & clients)





Mais tout s'accélère !





50 millions



[Photo](#)



38 ans



A black and white photograph of a vintage television set on a street. The TV is the central focus, with a person's legs and feet visible in the background. A semi-transparent white box is overlaid on the TV screen, containing the text "13 ans" in red.

13 ans



# Social Media Revolution

SocialMedia2011 4 vidéos

## Years to reach 50 million users

# INTERNET 4 years



# 4 ans

Player interface for the video 'Social Media Revolution - Social Media Revolution in Social Media Revolution'.

Buttons: Like, Dislike, Computer text, Share, Embed.

Commenter

Comment input field

- jeffrey forbes video's y x 1 views
- jeffrey forbes video's y x 1 views
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view
- my2011 How I guess I will be cancelling my Facebook account after 2011 x 1 view

- Did You Know 1.8 40000 views
- Did You Know 1.8 10000 views
- Social Media in Plain English 40000 views
- SocialMedia2011: Social Media Revolution - Short 2... 40000 views
- SocialMedia2011 Summary 40000 views
- Social Media 2011: Social Media 2011 40000 views
- BTW 40000 views
- Did You Know? 40000 views
- 2011 Latest Edition - Did You Know 1.8 - From M... 20000 views
- Social Media 2011 20000 views
- Social Media Revolution 2011 20000 views
- Google 20000 views





- Accueil
- Messagerie (10)
- Événements (1)
- Photos
- Ann
- Applications
- Jeux
- Groupes (1)
- Marketplace
- Plus

### Fil d'actualité

Exprimez-vous

**Jules Lac**  
 No destination finale... résultats des courses très intéressants...  
 Afficher davantage

**Florian Ribault** a rejoint le groupe **TOUS LES PROCÉDÉS**  
 Afficher davantage

**Jean-Luc Smiller** @ Ruedu10 Open Bar (à voir Personne)  
 Afficher davantage

**Michelle Blaw** est maintenant ami(e) avec 3 autres personnes.  
 Afficher davantage

**Destinations**

- 3 destinations à des événements
- 2 destinations à un groupe
- 2 suggestions de pages

**Suggestions**

- Genevieve Marbette**
- Suzanne Riguelle Galleau**

**Message personnel**

Starting App for Facebook

100 millions :  
9 mois !



# Nouvelles générations



# Internet – Mobilité : Usage du quotidien



# Ecosystème

[Photo](#)





Nouveaux services ?





Comment s'y retrouver ?





# Second Life





**etourismeinfo**

✓ Following

1,448 • 0

Créer un plan de ville avec  
OpenStreetMap <http://goo.gl/fb/MQPm> #cartographie #logicielibre  
#plandeville

14 oct 12 12:00 am via iPhone

Les villes vacances d'Érication <http://goo.gl/fb/4Ug7c>

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Faut-il travailler avec le privé? <http://goo.gl/fb/300g> #patronat  
#med20

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Wburtime : les questions que vous vous posez <http://goo.gl/fb/300g>

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Mexico, Mexique 1 <http://goo.gl/fb/300g> #mexico

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Cahier des charges de Internet (T) <http://goo.gl/fb/F40n>

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Bonnes Internet : des solutions pas chères pour les ... <http://goo.gl/fb/300g> #accueil #officedetourisme #bonnesinternet

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Cahier des charges de Internet (E) <http://goo.gl/fb/5E23>

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Parcours des sites communitaires de voyageurs : mise à jour  
<http://goo.gl/fb/YesD-400> #communauté #communauté

1 oct 12 12:00 am via iPhone

Cahier des charges

New situation info

11 60 9  
following followers likes

Tweets 27

Favorites

Actions

message attachments  
block attachments  
report for spam

Following

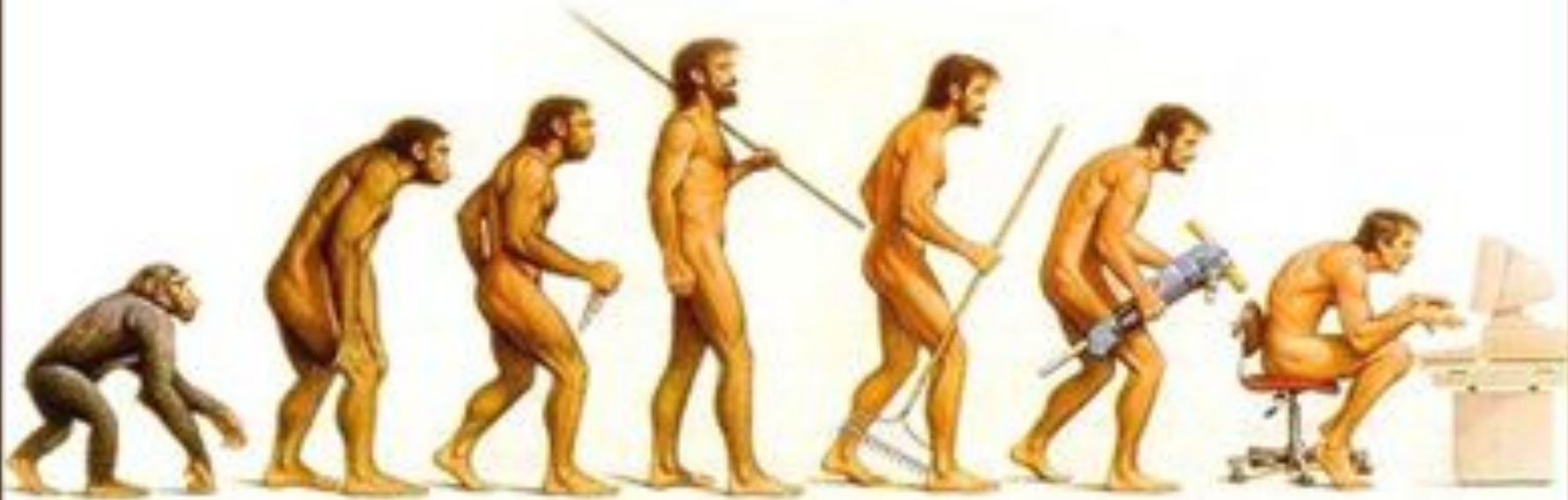


Feed via ...

100 feed of  
etourismeinfo's tweets



# L'évolution de l'homme à travers les âges



Economie se complexifie



# Toujours vacances & plaisir (Services & clients)





# Innovation ?

**A** TOUT  
FRANCE



**Expertise...**

**Dans l'esprit du débutant, il y a de multiples possibilités, dans celui de l'expert il y en a peu.**

***SHUNRYU SUZUKI***



# Innovation...

- **Ce n'est pas une découverte, car ce n'est :**
  - ni de la recherche
  - ni de la technologie
- **Qu'est-ce ?**
  - Innovation est l'application d'une idée conduite jusqu'à sa réalisation pratique et son exploitation effective
- **Inventer des réponses aux attentes profondes**



# Innovation...

- **Innovation :**
  - Écouter
  - Anticiper
- **Un état d'esprit :**
  - Culture de l'expérimentation
  - Droit à l'erreur
  - Pas la chasse gardée d'un individu

- **Innovation est un processus d'adaptation aux changements extérieurs**



Les technologies évoluent...

**A** TOUT  
FRANCE



**Mais on recherche toujours une expérience**

**Vacances idéales :**

- Le rêve
- La famille et les proches, parents ou amis
- Le dépaysement et la découverte

**Plaisir - services**



# Rêver !



PREMIÈRE  
LIGUE DE MONTRÉAL



FORFAIT PASSION À LA  
MONTRÉAL

Deuxième nuit à moitié prix. À  
partir de 127 CAD.



MONTRÉAL, VILLE OUVERTE

Découvrez ce qu'offre les  
voyageurs LGBT à Montréal.



NOS CHÈRES

DÉCOUVREZ

NOS SÉLECTIONS



# L'approche par l'outil...

- On ne part pas de l'outil...
- ... mais des besoins
- Les TIC ne sont que la traduction d'une réponse à des attentes
- Client n'achète pas de la rationalité technique





Innovation pas la copie du passé

**A**TOUT  
FRANCE



**On automatise pas le passé, mais  
pour faire mieux et autrement**



Numérique ?

Créer de la valeur







[Photo](#)



Penser les TIC au cœur du produit  
(services, promotion...)




... et non en plus !





**Le touriste :**  
**Principaux comportements**  
**&**  
**attentes**



- 
1. Autonomie
  2. Mobilité
  3. Refus des contraintes
  4. Temps limité
  5. Choisir
  6. Séjour personnalisé
  7. Souplesse

« L'homme nomade ne veut plus être le clone d'un autre voyageur, il exige du sur mesure, de la souplesse, du service adapté. » - Guillaume Pépy, DG SNCF





# Principaux constats





Book

To do  
&  
See

Plan

**Prendre en compte toutes les activités liées au voyage**

# Découvrir

Grands Sites  
de Midi-Pyrénées



ATOUT  
FRANCE





Jeu Emirates : Gagnez des billets pour Dubaï en A380 10

Réservez un billet d'avion

Vol  Hôtel  Vol+Hôtel  Voiture  Séjour  Ski  
 \* Champs obligatoires

Aller-retour  Aller simple  Multi-destinations

Départ\* :  Arrivée\* :

Vol direct uniquement

Vol Aller\* : 04/02/2010 Horaires indifférent  
 Vol Retour\* : 11/02/2010 Horaires indifférent

Dates de voyages flexibles (+/- 1 jour)

Adulte(s) : 1 Enfant(s) : 0 Bébé(s) : 0

Rechercher votre vol  
 Rechercher votre vol+hôtel

Surprenez votre moitié... Partez en Week-end

Exemple : WE en hôtel 4\* à Madrid par pers à partir de 147€

Cap sur Malte AIR MALTA Vol à partir de 149€

La Croatie, plus abordable que jamais CROATIA AIRLINES Vol à partir de 150€

Vos voyages au meilleur prix QATAR Vol à partir de 462€

**Vols : Meilleurs prix**

Billets d'avion réguliers et low-cost.

Destination	Tarif aller/retour TTC (2)
Berlin	57€
	97€

**Promos Week-Ends**

Tarifs TTC par personne, à partir de...

Berlin 02/28 - Vol...



Vendre

# Enrichir



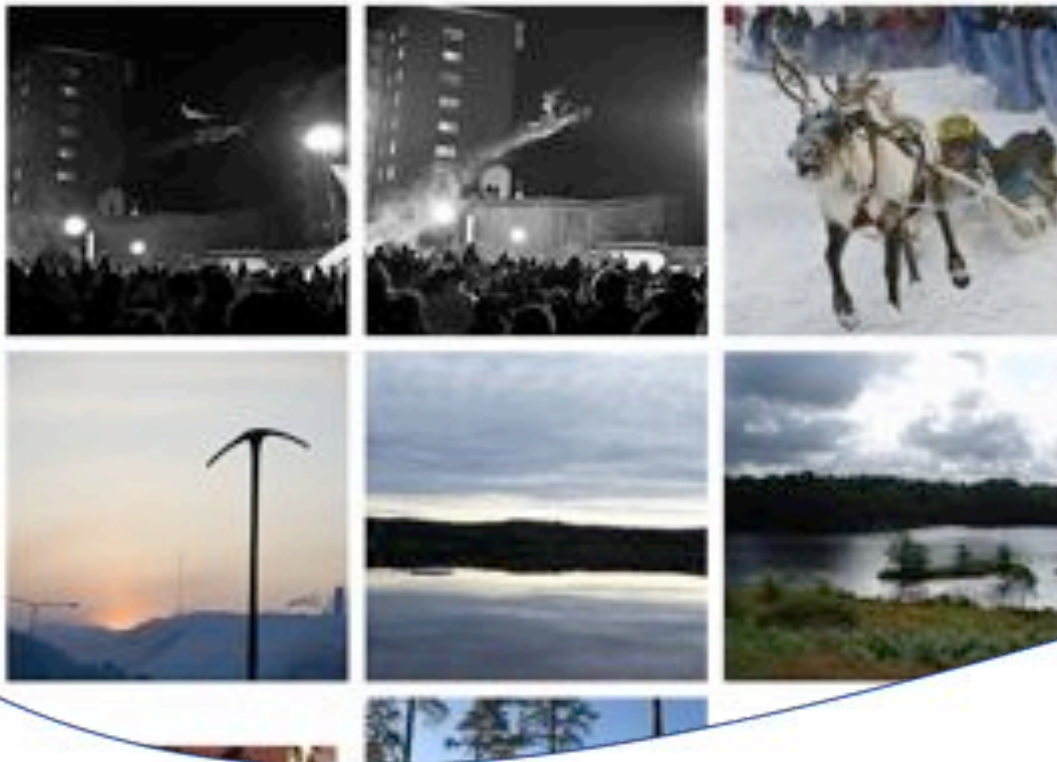
Et beaucoup d'autres choses !

Photos

Most recent | Most popular | Most viewed | Most commented

Most recent photos

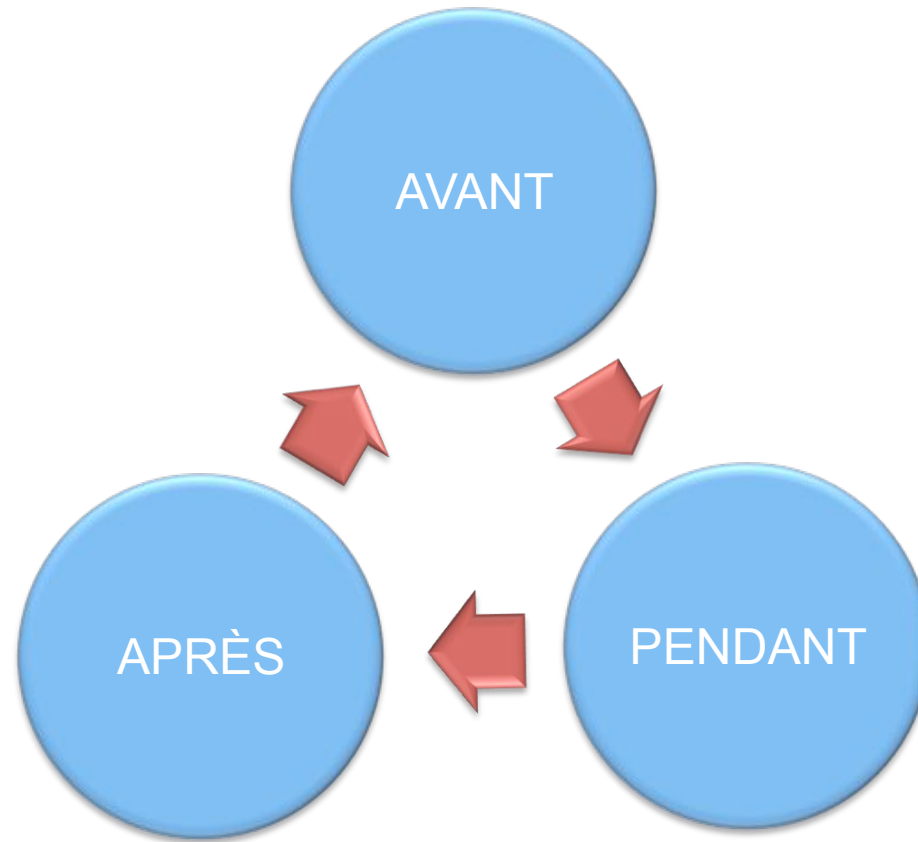
Upload photo



Last 7 days Winter Spring Summer Autumn

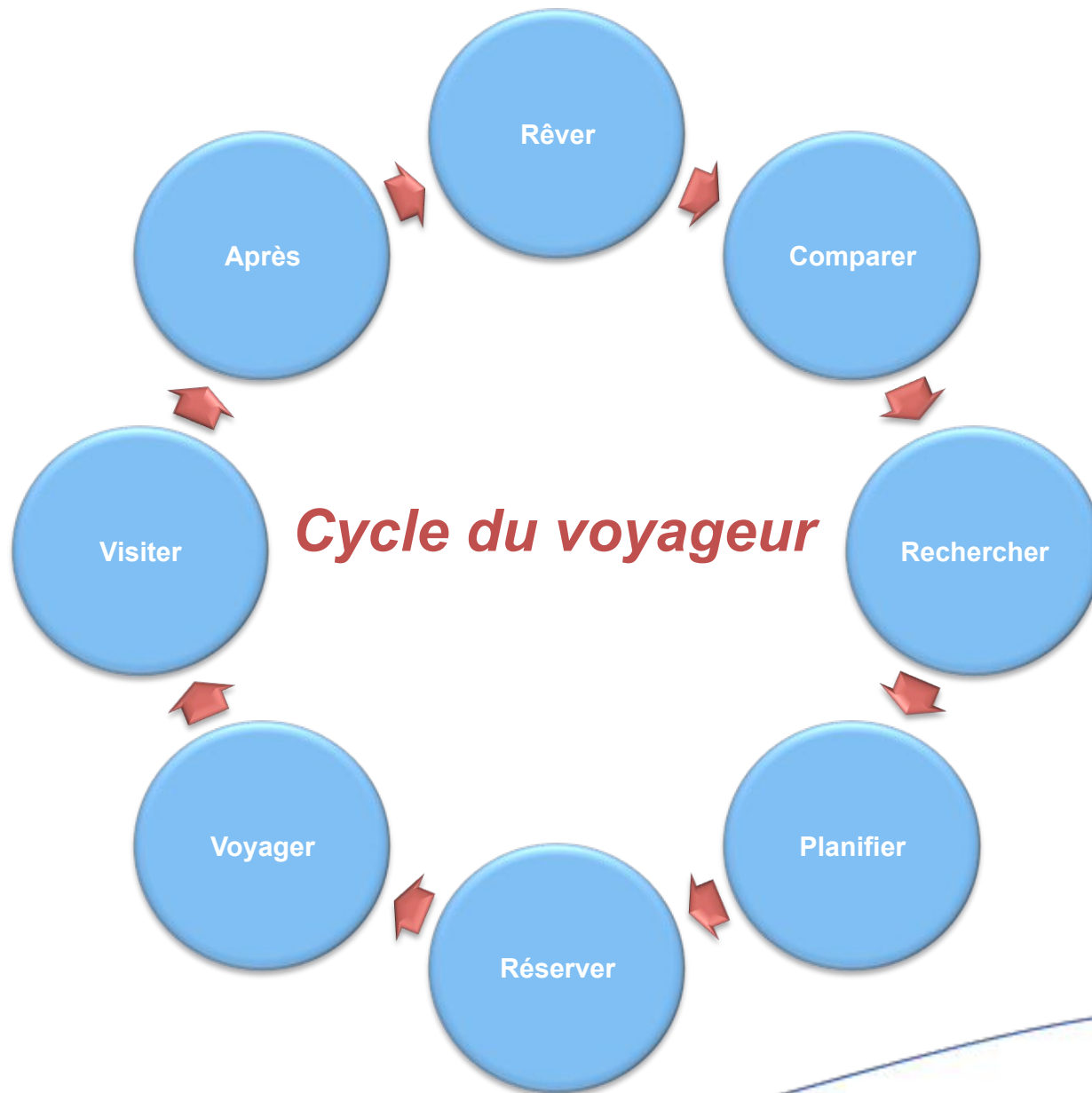
Ronne Summer Fickelä Västby Nature Husby Dalby Göteborg Västernorrland Nature Reserve Össa Skärvall Nyköping Ringsleden Fagersanna Åha Ystad Outdoor Town Öppely Kvik Outdoor Activities in Sweden **Camping Lapland** Ljungby Stockholm Art Installation Salskoikka **Stockholm** Nyköping Össa Jamtland Rittsem Winter 2009-2010 Rabotnas Story Rabotnas Åkåda Tent, Snow, Sleep, Family Ösarna Vakkotavarekötan Kalmar Östersund Åkåstegan Pöytähoito Mörkret Adventure Dagsledning Norreskog Naturresevat Summer Stockholm Hjäderholmarna Åry One Hour Another Citizenship ? Segersta Fulufjällsbyn Sweden 2007 Antenna Ösarna Winter Stockholm Avarum Ösby Vänersborg Arboga Ystad Mörkret 2011 Landskap





Usages numériques et continuum temps :

Penser les services sur les 3 temps du séjour



# Concevoir des services numériques pour satisfaire les attentes des touristes





Déclat	Considérer	Rechercher	Planifier	Réserver	Voyager	Après...
L'événement qui déclenche le cycle (rêve, magazine, amis, télé...)	Le moment où le voyageur compare ses options, penche pour l'une ou l'autre, cherche des avis...	Le voyageur se documente, consulte de multiples sources d'information	Il concrétise son projet, et devient plus rationnel dans son approche (dates, disponibilités, prix, services...)	Il réserve et s'intéresse à des questions de paiement, d'assurances annulation, de pénalités en cas de désistement...	Arrivé à destination, il aura peut-être besoin de communiquer avec des professionnels (ligne aérienne, hôtel, excursionniste) ou avec son entourage	Le voyageur partage ses impressions et expériences (bonnes ou mauvaises) ; il devient à son tour "influenceur"

## Cycle de vie du voyageur et création de valeur



# Quelles demandes ? Quelles attentes

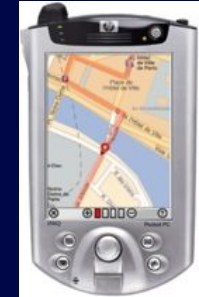
- Répondre aux attentes des touristes
- Faciliter la préparation du voyage
- Une invitation au voyage (« donner envie en donnant à voir »)





# Les objectifs

## Quelle demande et quelle offre ?



- Donner accès à la globalité de l'offre : hébergement, transport, restauration, événementiel, culture et autres activités, mais...
- Aider au choix et hiérarchiser
- Expérience : réelle et actuelle (GPS, mobilité...), médiation

# Concevoir des services numériques pour satisfaire les attentes des touristes

## 1. Se faire connaître

Séduire

2. Fournir information complète

3. Faciliter la réservation

4. Préparation du séjour

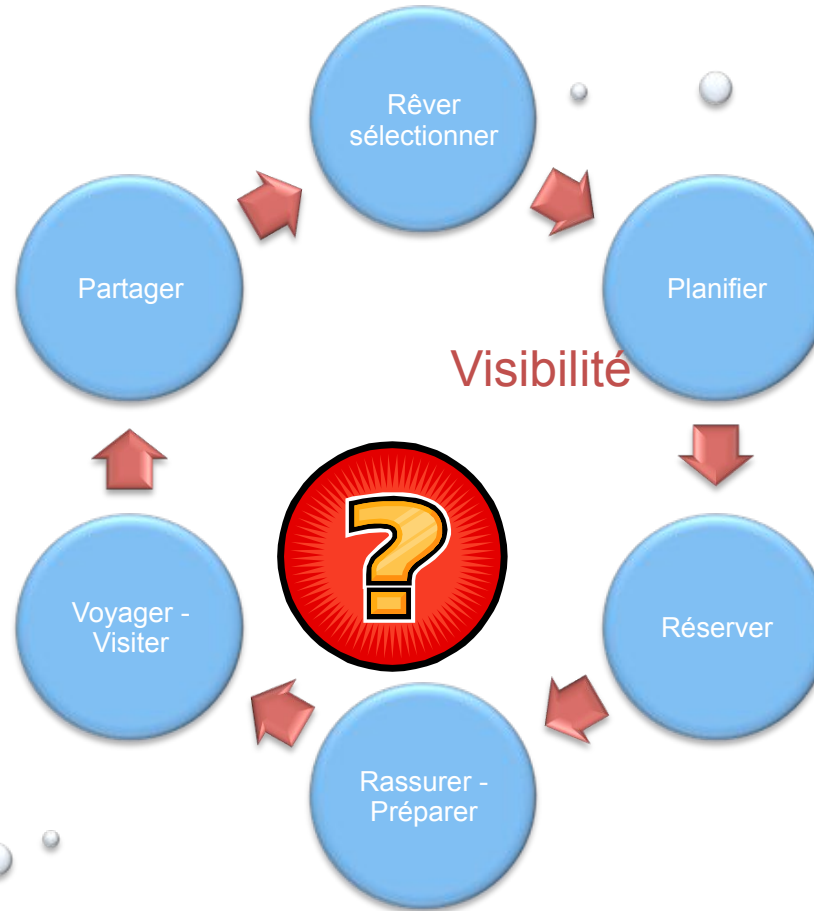
5. Pendant le séjour

Satisfaire et convaincre

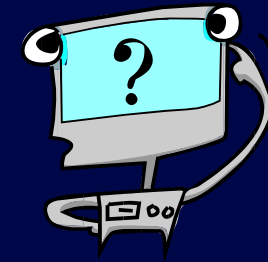
6. Après le séjour

Fidéliser

Visibilité



# Les enjeux d'aujourd'hui et de demain : m-tourisme



- Souvenirs (photos)
- Cartographie
- Guidage...



La connexion permanente – GPS un des maillons de la chaîne (mobilité - unimédia)

Résoudre les petits problèmes du quotidien,  
une application à la fois.

**Shazam**  
**Quel est** le titre de la chanson que vous entendez ? Appuyez sur votre iPhone de la musique et obtenez rapidement le titre, l'artiste et le nom de l'album, sans avoir besoin de taper sur l'écran et d'attendre directement sur votre téléphone.

**Bloomberg**  
**Quel est** l'état de l'évolution des marchés financiers ? Consultez les plus récentes quand vous avez l'une des dernières d'analyses et d'infos financières les plus fiables, directement sur votre iPhone.

**Remote**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**AroundMe**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Facebook**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Rockin Taxi**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Asphalt4**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Le Monde.fr**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Sudoku**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Flight Status**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**QuickVoice**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Sports**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**Livradis**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

**AIM**  
**Quel est** l'usage de l'application ? Consultez partout ? Avec votre iPhone, consultez rapidement aux multiples de votre iPhone, consultez facilement les fonctionnalités, passez sans et sans, si vous êtes dans votre maison.

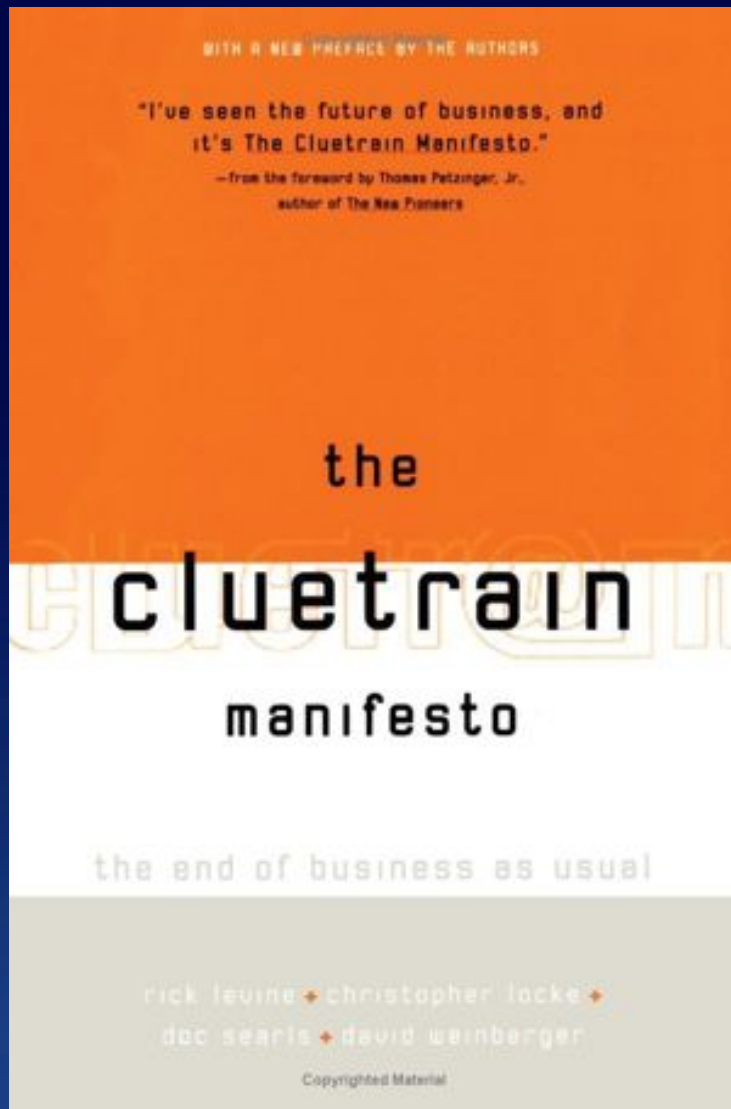


L'incredible iPhone 3G est désormais encore plus incroyable, avec plus de 15 000 applications disponibles sur l'App store. Les utilisateurs d'iPhone en ont déjà téléchargé plus de 500 millions parmi toutes les catégories, des jeux sur finances.



Disponibilité et prix des applications susceptibles de modification.  
 ©2009 Apple Inc. Tous droits réservés. www.apple.com/iphone. Le contenu de l'application est fourni par les développeurs d'applications. Les développeurs d'applications peuvent varier selon la situation géographique.

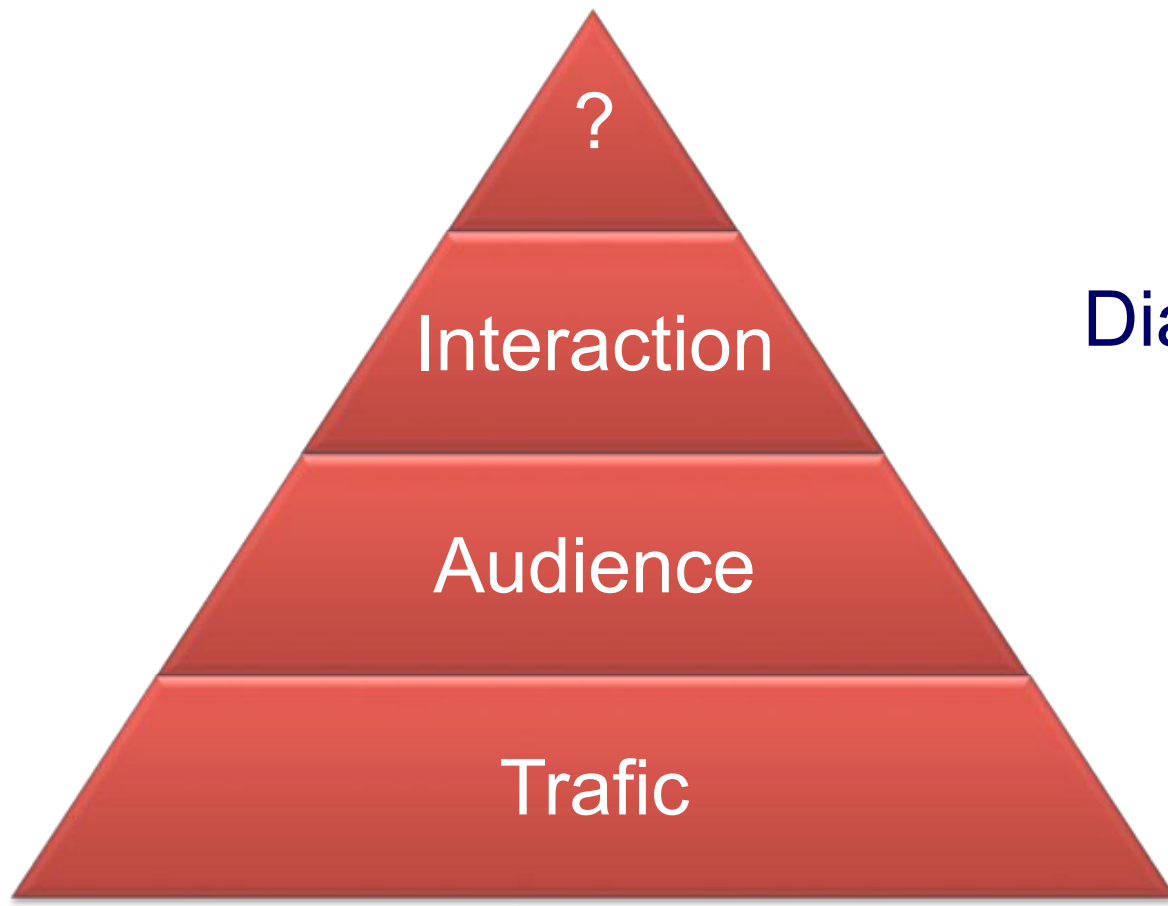




# Les marchés sont des conversations

*Manifeste des évidences*





Dialoguer

Parler

Visibilité



A young man with brown hair is looking down at a silver mobile phone he is holding with both hands. The background is a plain, light-colored wall. The text '96 %' and 'Génération Y' is overlaid in large red font on a semi-transparent white background.

**96 %**  
**Génération Y**



Social Media Revolution

SocialMedia09 4 vidéos

Years to reach 50 million users

INTERNET  
4 years 83%

Vidéos



SocialMedia09 - 11 June 2010 - Social Media Revolution: The biggest shift since the Industrial Revolution

- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?
- jeffersonnet: What's the best video to watch?

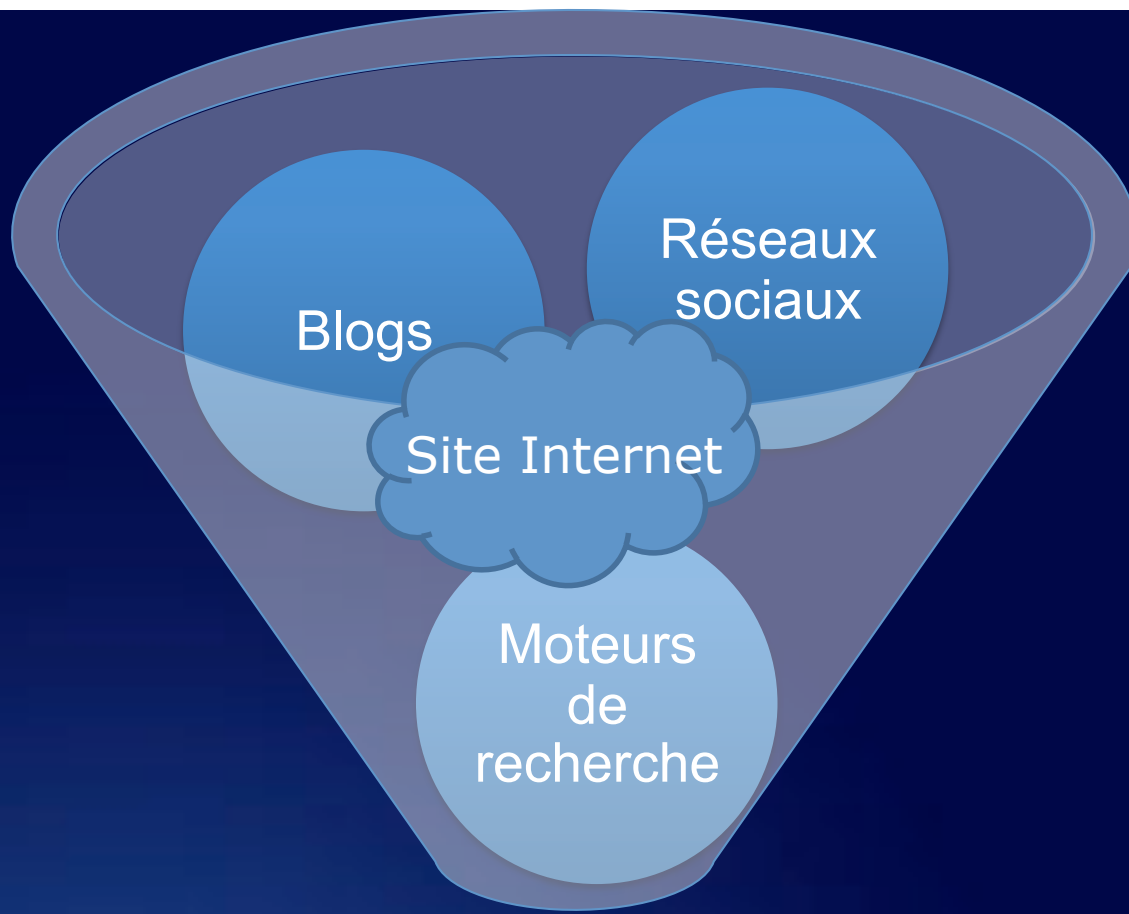
- Did You Know 1.0
- Did You Know 1.0
- Social Media in Plain English
- SocialMedia09: Social Media Revolution: What 2...
- SocialMedia09: Summary
- Social Media 101
- BTW SocialMedia09
- Did You Know?
- 2010 Latest Edition - Did You Know 1.0 - French M...
- Social Media 101
- Social Media Revolution





# Approche « multicanal » et Interaction





**Votre visibilité**



# Ecouter





Mais pas servilement



« Si vous demandez à un groupe de propriétaires de Porsche ce qu'ils aimeraient changer, ils vous demanderaient une conduite plus douce, un coffre plus grand, plus de place pour les jambes...bref une Volvo... » - R. Scoble





# Ressources humaines 2.0

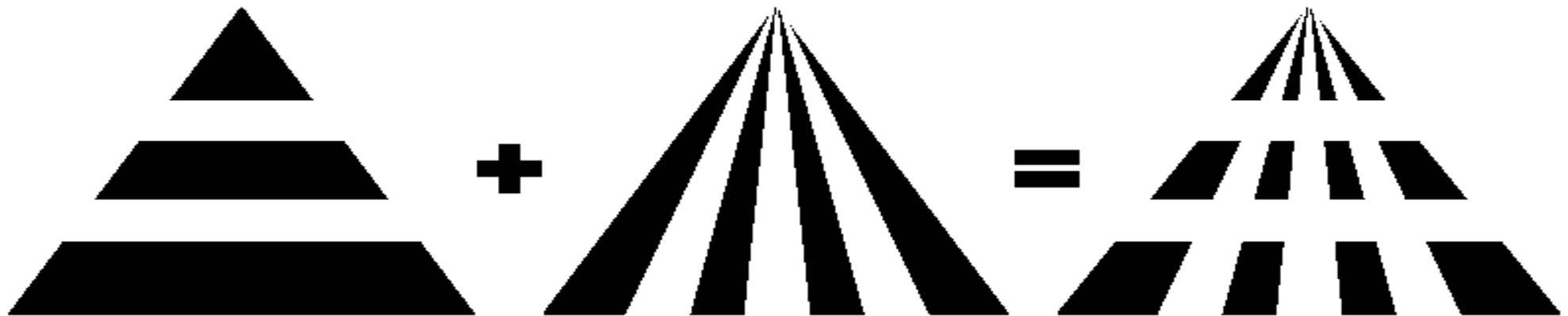


Et le tourisme ?





# Stratégie de l'échec en termes d'organisation



Barrières  
hiérarchiques

Barrières  
fonctionnelles

Ilots  
déconnectés

Veille ?



Firewall 2.0





**A** T O U T  
**F** R A N C E



[Photo](#)



**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)



**A** TOUT  
FRANCE



# WANTED

---

## UNDEAD OR ALIVE

\$1000  
FOR THE CAPTURE  
OF AN ENGINEER



BELIEVED TO BE  
AT LARGE IN NYC  
OR  
THE BAY AREA.

- Sr. Software Engineer: Search
- Sr. Software Engineer: eCommerce
- Sr. Software Engineer: ORM/Hibernate
- System Administrator
- PostgreSQL, DBA (DBA)

**\$1000 REWARD**  
if we hire the engineer to work at online marketplace  
**Etsy.com.**

contact: [work@etsy.com](mailto:work@etsy.com)  
<http://blog.etsy.com/jobs/index.html>





[Photo](#)



**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)





**A** T O U T  
**F** R A N C E



[Photo](#)



[Photo](#)



**Non !**

The heretic is th





**A**TOUT  
FRANCE





Geek



# Réticences ?

Meuh non...  
Euh...





Pas le  
temps !

A TOUT  
FRANCE





Pas sérieux !

A TOUT  
FRANCE



[Photo](#)





Ca rapporte rien !



# Organisation ?

Touche pas à mon... !



# Accompagnement au changement



**Soyez e-responsable !**



**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)



**A** TOUT  
FRANCE



[Photo](#)

# Me lire...

**BLOG TOURISME ET TIC** | TECHNOLOGIES APPLIQUÉES AU TOURISME - ETOURISME

Accueil | Contact | Lettre d'information | Flux RSS

## Concevoir des services numériques pour satisfaire les attentes des touristes

10 OCTOBRE 2008 | E-MARKETING | 10 COMMENTAIRES

J'ai parlé récemment dans **Rêver et sélectionner, c'est avant, pendant et après le voyage** de quelques services à disposition des professionnels du tourisme. On se rend vite compte qu'il est difficile, pour ne pas dire impossible, de piloter toute la chaîne des services numériques, mais en comprendre les rouages permet une compréhension des enjeux, ou bien de connaître les leviers sur lesquels on peut agir.

Je suis loin de balayer toutes les possibilités avec mon schéma :

- 1. Rêver - sélectionner**  
Se faire connaître (jouer sur un atout spécifique ou différenciant) - marketing viral, emailing, vidéos, miser sur l'interactivité ;
- 2. planifier**  
Fournir une information complète - offre promotionnelle, dernières minutes, itinéraires transports, événements, aides à la décision, newsletters, flux rss ;
- 3. Réserver**  
Faciliter la réservation - faciliter la recherche sur le Web, aides à la sélection, aides à navigation (importance de l'ergonomie pour ne pas faire chuter encore à cette étape le look to book) ;

- 4. Rassurer, préparer**  
Espace client, préparation du séjour - mail de « ré-assurance », aides à la préparation, itinéraires dynamiques, enrichissement du voyages : loisirs... ;
- 5. Visiter, voyager**  
Pendant le séjour (services aux visiteurs) - services de géolocalisation (aides à la visite), offre SMS, terminaux mobiles, visites mp3, audioguides, gps... - aider les touristes à mieux comprendre ;
- 6. Partager**  
Après le séjour (poursuivre le voyage et relation client : service après-vente) - newsletter, promotion, blogs de voyageurs, évaluation clients, sites communautaires.

**Mots-clés**  
animation audioguide avis blog blogs cartographie city guides collaboratif commercialisation communauté virtuelle communautaire communication concours conférence distribution e-tourisme e-commerce fidélisation géolocalisation gps guide hôtel internet jeu lonely planet mobile mobilité mp3 pda podcast promotion randonnée recherche site promotion ski téléphone tic tourisme tourisme culturel vidéo visite virtuelle web 2.0 wiki

Le blog de **etourisme institutionnel**  
etourisme.info

2006-2009  
le blog a 3 ans !

Rechercher

**VAS-T'EN VOIR EN VALLÉE DU LOIR**  
avr 22, 06:00 par François Penroy

La Vallée du Loir est à la fois un territoire touristique en Pays de la Loire et une organisation touristique. Tout récemment elle a rénové son **site web** qui accueillait auparavant 10 000 visiteurs par mois. On retient de cette évolution une amélioration sensible de la lisibilité avec un affichage en 1024 pixels, la création d'une nouvelle page d'accueil autour d'une organisation horizontale, une place importante accordée aux photos et surtout une forte orientation commerciale. Les hébergements déjà inscrits dans la centrale de réservation du SLA 72 peuvent ainsi être consultés, réservés et payés en direct par les clients via le site Web de la Vallée du Loir.

**À propos**  
Parler de **l'étourisme institutionnel**, cela des offices de tourisme des ODT et des CRT, et des acteurs de l'Internet à partir de plusieurs angles : éditorial sur des réalisations concrètes et des analyses de sites de ces acteurs.

**Les auteurs**  
Jean-Luc Boulin  
Julien Dubouché  
Pierre Cruzet  
Benoît Bachelin  
François Penroy  
Christiane Girard  
Paul Faling  
Sabine Gonzalez  
Philippe Fabry  
Nicola Elia

**Syndication**  
RSS / Atom / Comment ça marche ?  
netVibes  
LogMeIn  
WordPress

**Tags etourisme**  
audit, benchmark, benchmarking, blog, boîte à outils, buzz, cartographie, city, commercialisation, communication, CRT, e-tourisme, emailing, ennuma, etourisme

[www.tourisme-tic.com](http://www.tourisme-tic.com)

[www.etourisme.info](http://www.etourisme.info)

