

# #CM ON THE BEACH

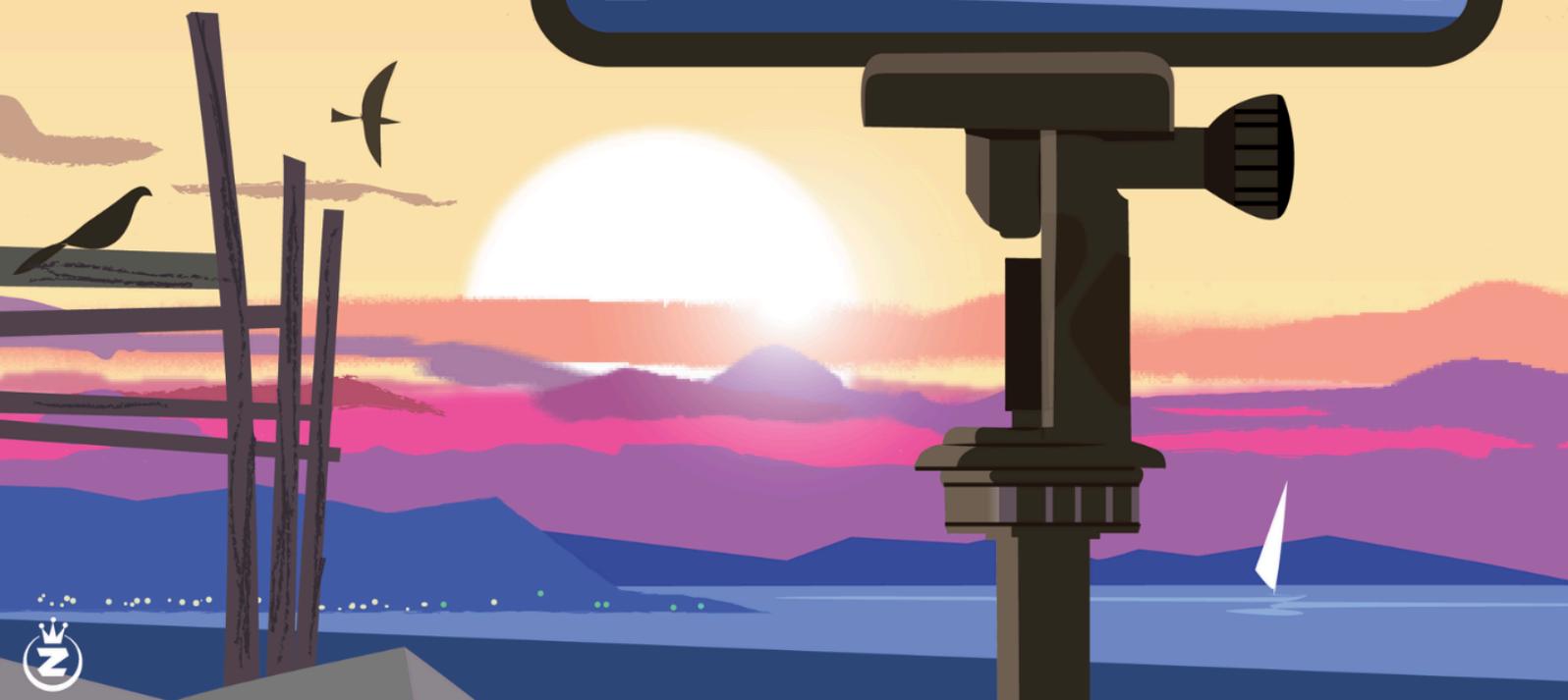
L'évènement Content Marketing & numérique dédié au tourisme

14 & 15 mai 2025

PALAIS NEPTUNE - TOULON



## Le programme des ateliers





## PROGRAMME

Ateliers pour les **Destinations** : numérotation commençant par **D**

Ateliers pour les **Entreprises** : numérotation commençant par **E**

Ateliers **mixtes** pour les **entreprises et les destinations** : numérotation commençant par **M**

### MERCREDI 14 MAI 2025 - MATINÉE

**9h30 – 10h30 – [Directeur et Manager marketing et communication – Tous niveaux]**

#### **D1 – Stratégie DMO 1 – Destination d'excellence : Comment transformer les exigences en démarche de progrès ?**

L'intégration des enjeux RSE aux critères qualité traditionnels bouleverse les démarches d'excellence territoriale. Une évolution exigeante qui, bien exploitée, peut devenir un puissant levier de différenciation et d'attractivité pour les destinations.

- Comment intégrer les nouveaux critères RSE dans sa démarche qualité tout en renforçant son attractivité ?
- De quelle manière valoriser ses engagements sans tomber dans le greenwashing ?
- Comment mobiliser et accompagner les acteurs du territoire dans cette transformation ?
- Comment transformer ces exigences en arguments marketing différenciants ?

**9h30 – 10h30 – [Atelier #APIDAE #RegionSud – Tous niveaux]**

#### **D2 – La DATA au cœur des stratégies territoriales : exploiter, enrichir et valoriser vos données**

Avec l'IA, la donnée est devenue l'or noir du tourisme. Entre collecte via les SIT, Data Tourisme et nouveaux outils de traitement, les DMO doivent optimiser la gestion et l'exploitation de leurs données pour gagner en performance et en pertinence.

- Quels sont les différents types de données à collecter ?
- Comment structurer et optimiser cette collecte ?
- Quelles sont les nouvelles opportunités offertes par Data Tourisme et comment en tirer parti ?
- Comment enrichir vos données pour créer plus de valeur pour vos visiteurs et vos prestataires ?
- Quels outils et méthodologies mettre en place pour un traitement efficace de la donnée ?

**9h30 – 10h30 – [Atelier Community Manager – Confirmé]**

#### **M3 – Expert Social Media 1 – Quoi de neuf dans le social média ?**

L'univers du #SocialMedia est en perpétuel mouvement. Les algorithmes et les fonctionnalités des plateformes évoluent, tout comme les usages générationnels et les formats qui performant. L'IA dans la création de contenu et la gestion de communauté questionnent désormais presque chaque publication. De nouvelles opportunités mais aussi de nouveaux défis éthiques qui questionnent profondément les stratégies...

- Quelles sont les tendances Social Media qui transcendent tous les secteurs d'activité ?
- Quelles sont les dernières fonctionnalités des plateformes social media susceptibles d'impacter concrètement vos stratégies et publications ?
- Quels sont les nouveaux défis auxquels les marques, entreprises et destinations doivent faire face sur les réseaux sociaux ?



**9h30 – 10h30 – [Atelier Webmaster, Rédacteur web, ... – Confirmé]**

### **M4 – Expert SEO 1 – Quoi de neuf dans le SEO ?**

Google, toujours leader de la recherche, fait face à de nouveaux défis, qui menacent, pour la première fois, son hégémonie : contraintes réglementaires (DMA) limitant ses capacités, production massive de contenus générés par l'IA mettant à l'épreuve ses algorithmes, concurrence de ChatGPT et des moteurs de réponses tels que Perplexity qui font évoluer les usages avec des résultats de recherche générés par l'IA.

- Comment adapter sa stratégie SEO face à ces nouveaux enjeux ?
- Quelles sont les dernières tendances SEO à prendre au sérieux ?
- Comment influencer les résultats de recherche générés par l'IA (GEO) ?
- Comment traiter concrètement le EEAT de Google ?
- Où et comment fixer ses priorités ?

**9h30 – 10h30 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]**

### **E5 – L'IA au service de l'entreprise touristique : 2 petites lettres pour une galaxie de possibilités ...**

Assistance à la production de contenu, appui à la définition de stratégie, amélioration de la connaissance client, analyse prédictive, automatisation de tâches, etc. Le champ du possible avec l'IA est immense...

- Quels sont les avantages concrets de l'IA pour les entreprises touristiques ?
- Comment intégrer l'IA dans son entreprise, dans ses équipes, dans ses processus ?
- Quelles sont les zones de risques, les écueils à éviter ?

**11h30 – 12h30 [Atelier Directeur et Manager marketing et communication – Tous niveaux]**

### **D6 – Stratégie DMO 2 – IA et management : quel management et organisation à l'heure de l'IA ?**

Véritable levier de performance, l'Intelligence Artificielle s'affirme comme une révolution qui transforme profondément l'écosystème touristique.

Les managers doivent y faire face en développant une vision prospective tout en maîtrisant de nouveaux défis opérationnels : pilotage d'équipes hybrides, automatisation des processus et gestion stratégique des données.

- Comment accompagner cette évolution en combinant intelligence émotionnelle et intégration de l'IA comme un projet central de l'entreprise ?
- Quels sont les enjeux en matière de résistance au changement, d'éthique et d'acquisition de compétences ?

**11h30 – 12h30 [Atelier #Région Sud– Tous niveaux]**

### **D7 – Commercialisation des activités : comment accompagner la digitalisation des ventes ?**

La vente en ligne des activités est devenue un enjeu clé pour l'expérience client. Pourtant, la distribution reste encore majoritairement hors-ligne, en séjour. Face à des besoins fonctionnels multiples des prestataires et des solutions technologiques fragmentées, les destinations ont une carte stratégique à jouer sur la distribution, mais avant tout sur l'accompagnement à la digitalisation des ventes des prestataires.

- Comment accompagner les prestataires vers la vente en ligne tout en respectant leurs contraintes opérationnelles et leurs objectifs de développement individuel ?
- Quelle stratégie technologique adopter face à la diversité des besoins et la multiplicité des solutions ?
- Comment la Région Provence Alpes Côte d'Azur relève le défi avec le projet « YouBook by Région Sud » ?



**11h30 – 12h30 – [Atelier Community Manager – Confirmé]**

## **M8 – Expert Social Media 2 – Social Media & Tourisme**

Le Social Media est un terrain de jeu aussi excitant qu'exigeant. Dans la continuité de la première session, cet atelier pousse encore plus loin l'exploration des mutations profondes des réseaux sociaux et de leur impact sur les stratégies de contenu touristique.

Des insights exclusifs, des retours d'expérience concrets, des questions stratégiques incontournables pour toutes les marques touristiques qui misent sur les réseaux sociaux.

- [Retour d'étude] Quelles sont les pratiques qui fonctionnent vraiment aujourd'hui sur les réseaux sociaux pour les destinations touristiques ? Sur quelles plateformes ? Avec quels formats ?
- Comment les prises de parole autour du tourisme responsable évoluent-elles dans les lignes éditoriales des destinations ? Quels impacts sur les comportements en ligne (acceptabilité)... et sur le terrain ?
- Jusqu'où aller pour gagner en performance sans sacrifier ses valeurs éditoriales ? Quels arbitrages entre efficacité et éthique à l'heure de l'IA générative ?

**11h30 – 12h30 – [Atelier Webmaster, Rédacteur web, ... – Confirmé]**

## **M9 – Expert SEO 2 – La suite**

Contenu détaillé à venir.

**11h30 – 12h30 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]**

## **E10 – L'IA au service de vos avis clients : répondre, analyser, performer**

L'IA révolutionne la gestion des avis clients dans le tourisme. Entre assistance à la rédaction et analyse stratégique des retours clients, les outils IA ouvrent de nouvelles perspectives pour performer dans la gestion de sa e-réputation et transformer la voix du client en véritable levier d'action marketing.

- Comment exploiter l'IA pour optimiser ses réponses aux avis clients tout en préservant authenticité et personnalisation ?
- Quelles bonnes pratiques et quels prompts adopter pour générer des réponses pertinentes avec l'IA ?
- Comment utiliser l'IA pour analyser la masse des avis et en tirer profit dans votre marketing de contenu ?



## MERCREDI 14 MAI 2025 - APRÈS-MIDI

14h - 15h30 - [Atelier Destination - Tous niveaux]

### D11 – Grands événements : quelle stratégie de contenu au service de l'attractivité touristique ?

Les grands événements, sportifs ou culturels, sont de puissants vecteurs de rayonnement territorial qui impactent l'image de marque des destinations. Découvrez comment une stratégie de contenu soigneusement conçue et intégrée à une mise en tourisme peut transformer les grands événements en leviers durables de l'attractivité touristique.

- Comment construire une stratégie de contenu avant, pendant et après l'événement ?
- Comment transformer un événement en produit touristique attractif ?
- Quelle ligne éditoriale adopter pour maximiser les retombées touristiques ?
- Comment mobiliser des acteurs locaux dans sa stratégie de contenus ?

14h - 15h - [Atelier Destination - Tous niveaux]

### D12 – Help ! Je suis CM mais je suis perdu entre mes orientations marketing et les attentes de mes communautés

Les Community Managers font face à un défi cornélien : conjuguer les objectifs marketing de sa structure avec les attentes authentiques de ses communautés. Cette dualité, souvent perçue comme contradictoire, nécessite une approche équilibrée et stratégique pour maintenir performance et sincérité dans ses contenus.

- Comment aligner les objectifs marketing avec les attentes réelles de sa communauté ?
- Quelles sont les meilleures pratiques pour créer du contenu qui serve les deux ?
- Comment intégrer la voix des habitants dans sa stratégie social media sans perdre de vue ses KPIs ?
- Quels indicateurs choisir pour mesurer à la fois l'engagement authentique et la performance marketing ?

14h - 15h - [Atelier Mixte - Débutant]

### M13 – L'IA dans le tourisme : les 10 fondamentaux pour une intégration réussie

L'Intelligence Artificielle transforme en profondeur les métiers du tourisme et nos usages au travail. Pour s'approprier efficacement cette technologie, il est crucial de comprendre les fondamentaux qui permettent son déploiement pertinent et maîtrisé. Des bases à la mise en œuvre opérationnelle, détaillons ensemble les clés d'une intégration réussie de l'IA dans sa structure.

- Quelles solutions d'IA et méthodes privilégier pour débuter sereinement ?
- Pourquoi la qualité des données est-elle le prérequis fondamental à tout projet IA ?
- Quels sont les enjeux éthiques, légaux et écologiques à prendre en compte ?
- Comment intégrer l'IA dans son organisation tout en préservant la dimension humaine ?

14h - 15h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]

### M14 – Destinations + acteurs privés : osez les alliances !

Les collaborations entre destinations et opérateurs privés ouvrent de nouvelles perspectives pour dynamiser l'attractivité des territoires et des marques. Du CRT à l'OT, ces alliances stratégiques démultiplient l'impact des actions marketing des parties prenantes. Illustrations concrètes au travers de plusieurs retours d'expériences.

- Comment s'inspirer des modèles qui fonctionnent ?
- Comment structurer des partenariats public-privé gagnant-gagnant pour chaque partie ?
- Quels types de partenariats privilégiés selon son échelle territoriale et ses objectifs stratégiques ?



**14h - 15h - [Atelier Entreprise - Tous niveaux]**

### **E15 - Top des outils IA pour révolutionner les process de son hébergement**

L'IA s'intègre de plus en plus dans les outils métiers des hébergeurs avec des bénéfices parfois contrastés. Entre effet de mode et réelle plus-value, nous vous aidons à y voir plus clair grâce à notre sélection d'outils qui tirent le meilleur de l'IA pour le plus grand bien de votre structure.

- Quels outils privilégier pour révolutionner les process de votre hébergement ?
- Comment évaluer de nouvelles fonctionnalités « IA » dans vos outils métiers ?

**16h - 17h - [Atelier Destination By Région Sud - Confirmé]**

### **D16 - Le content marketing au service de la régulation des flux touristiques**

La régulation des flux de touristes devient une priorité pour préserver l'expérience visiteur, les ressources naturelles et la qualité de vie des habitants. Le content marketing s'affirme comme un outil puissant pour influencer les comportements et rééquilibrer la fréquentation. Retour d'expérience de la Région et du CRT Provence Alpes Côte d'Azur sur une approche innovante de la régulation par le contenu.

- Comment construire des contenus qui influencent efficacement les comportements ?
- Comment utiliser le SEO pour orienter les flux vers des alternatives moins saturées ?
- Quels résultats concrets attendre de cette approche ? Illustration par des cas pratiques (Sources de l'Huveaune, Porquerolles, parc des Ecrins...)

**16h - 17h - [Atelier Destination - Confirmé]**

### **D17 - Intelligence Artificielle : les trois niveaux d'automatisation dans le tourisme**

L'automatisation de process dans nos structures devient un véritable levier de performance et de rendement dans le tourisme. De la simple assistance aux tâches répétitives jusqu'aux processus complexes de décision, trois niveaux d'automatisation se distinguent. Une approche progressive et méthodique est nécessaire pour déployer ces solutions efficacement.

- Comment identifier le niveau d'automatisation adapté à ses besoins et ses ressources ?
- Quels processus automatiser en priorité et avec quels outils ?
- Comment construire une stratégie d'automatisation progressive et cohérente ?
- Quelles sont les clés d'une mise en œuvre réussie à chaque niveau ?

**16h - 17h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]**

### **M18 - Quels usages des IA génératives d'images pour promouvoir sa marque ?**

La génération et la transformation des images par l'IA ouvrent de nouvelles perspectives pour les destinations touristiques. Entre opportunités créatives et enjeux éthiques, le choix est complexe et bouscule nos approches de la production visuelle. Un nouveau champ des possibles s'ouvre aux marketeurs, à condition d'en maîtriser les usages et les limites.

- Quelles sont les applications concrètes de l'IA générative dans la production visuelle touristique ?
- Comment se servir de ces outils tout en préservant l'identité authentique de sa destination ?
- Comment exploiter l'IA dans la gestion de sa photothèque ?
- Quelles sont les bonnes pratiques éthiques et légales à respecter ?
- Quid de la vidéo ?

**16h - 17h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]**

### **M19 - TikTok et Instagram sont-ils les nouveaux moteurs de recherche du tourisme ?**

Les réseaux sociaux transforment radicalement les modes de recherche d'information touristique. Avec 75% de la génération Z qui privilégie TikTok et Instagram pour choisir et découvrir ses destinations, ce phénomène s'étend progressivement aux autres générations. Une tendance qui bouleverse les stratégies de visibilité traditionnelles des acteurs du tourisme.

- Comment ces plateformes sociales rivalisent-elles avec les moteurs de recherche classiques ?
- Quels sont les nouveaux comportements de recherche à comprendre pour adapter sa stratégie ?



- Comment optimiser ses contenus pour être visible dans ces nouveaux parcours de recherche ?
- Quelle complémentarité établir entre référencement social et référencement naturel ?
- Quels indicateurs suivre pour mesurer sa performance sur ces nouveaux canaux de recherche ?

**16h - 17h - [Atelier Entreprise - Tous niveaux]**

## **E20 - Parcours d'achat : de la recherche à la réservation, l'IA pourrait bien tout bouleverser**

L'IA est en train de redéfinir la façon dont le voyageur recherche, compare et réserve des prestations touristiques. Entre les résultats générés par l'IA dans les moteurs de recherche, la recherche vocale et les agents IA qui accompagnent le voyageur, une nouvelle ère de l'achat touristique émerge.

- Comment l'IA transforme-t-elle le processus de recherche et de réservation du voyageur ?
- Quelles nouvelles pratiques émergent côté client ?
- Comment anticiper et s'adapter à cette évolution du parcours d'achat pour rester compétitif ?

**17h30 - 19h00 [Plénière]**

## **M21 - Plénière**

### **Trophées de la E-réputation by CRT Région Sud & FairGuest**

#### **Speech on The Beach - nouveau format - IA 2025-2027 : ChatGPT n'était qu'un début, et après ...**

ChatGPT n'était que le commencement. Après avoir maîtrisé nos langues, nos arts et nos codes, les IA s'apprentent à franchir l'ultime frontière. Plongez dans l'avenir de l'IA et découvrez pourquoi les trois prochaines années seront plus décisives que les vingt... ou les cent dernières !

- Comment sommes-nous passés des IA spécialisées aux modèles de fondation capables de comprendre et générer du langage humain ?
- Les agents IA autonomes : simple évolution ou révolution fondamentale dans notre relation avec la technologie ?
- L'AGI en 2026 : prédiction audacieuse ou projection réaliste basée sur les lois d'échelle de l'IA ?
- La superintelligence artificielle : mythe marketing ou horizon inéluctable qui transformera l'humanité ?



# JEUDI 15 MAI 2025 - MATINÉE

9h - 10h [Plénière]

## M22 - L'Interview-Vérité de #CMonTheBeach

Un nouveau format intimiste qui invite les participants à découvrir un invité qui partage, avec authenticité, les moments clés de sa carrière : des événements marquants aux défis qui ont forgé son parcours. En explorant également les grands enjeux actuels de notre secteur, cette conversation offre une analyse précieuse, des retours d'expérience singuliers et une vision inspirante pour l'avenir.

Une opportunité de puiser dans l'expertise et la réflexion d'un professionnel pour nourrir vos propres perspectives et ambitions !

10h15 - 11h - [Atelier Destination - Tous niveaux]

## D23 - L'engagement stratégique et éditorial : pilier d'une communication touristique responsable

Face aux enjeux de transition, la communication touristique doit se réinventer. Au-delà du discours, l'engagement stratégique et éditorial devient le garant d'une communication authentique et responsable. Entre transparence, sensibilisation et impact mesurable, une nouvelle approche éditoriale émerge pour accompagner la transformation du secteur.

- Comment construire une ligne éditoriale engagée sans tomber dans les pièges du greenwashing ?
- Quelles sont les clés d'une narration positive qui sensibilise sans culpabiliser ?
- Comment impliquer les acteurs du territoire dans sa démarche éditoriale responsable ?
- Comment mesurer la performance d'une communication responsable ?

10h15 - 11h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]

## M24 - Le top des sites web de tourisme

Tendances graphiques, nouvelles expériences utilisateur, interfaces conversationnelles, innovation narrative... Les sites web touristiques évoluent au gré des technologies et de l'inspiration de leurs auteurs.

- Quels sont les meilleurs et les plus beaux sites web touristiques ?
- De nouvelles fonctionnalités ou concepts émergent-elles ?
- Quelles innovations sur le contenu pour sublimer l'expérience touristique ?
- Comment s'en inspirer pour une refonte réussie ?

10h15 - 11h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]

## M25 - Le Top des outils pour améliorer sa production de contenu et sa productivité au quotidien

L'explosion des outils d'aide à la création transforme les métiers du content marketing. Écriture assistée, outils de génération d'images, montage vidéo automatisé : les innovations se multiplient pour augmenter notre productivité. Un panorama pratique pour identifier et adopter les solutions les plus pertinentes.

- Quels sont les outils incontournables pour chaque type de contenu (texte, image, vidéo) ?
- Quels gains réels de productivité et de performance des contenus produits ?
- Quelles bonnes pratiques adopter pour un usage éthique et efficace de ces outils ?

10h15 - 11h - [Atelier Mixte - Tous niveaux]

## M26 - Le Top des publications social media

Les réseaux sociaux imposent leurs codes et leurs formats. Entre vidéos courtes, carrousels enrichis et storytelling immersif, certaines publications se démarquent par leur créativité et leur performance. Analyse des contenus qui suscitent le plus d'engagement dans l'industrie touristique.

- Quelles sont les publications les plus inspirantes ?
- Quelles sont les tendances fortes du moment ?



**10h15 – 11h – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]**

## **E27 – Top des actions concrètes qui permettent de positionner son hébergement comme un établissement “éco-responsable”**

Au-delà des labels, les voyageurs attendent des preuves concrètes de l'engagement environnemental de leur hébergement. Découvrez les actions les plus impactantes permettant une communication éco-responsable crédible et attractive.

- Comment mettre en scène vos actions éco-responsables pour qu'elles deviennent de véritables arguments commerciaux ?
- Quels supports et formats de communication privilégier pour démontrer la sincérité de votre engagement ?
- Comment impliquer vos clients et vos équipes dans votre démarche pour en faire vos meilleurs ambassadeurs ?

**11h45 – 12h30 [Atelier Destination – Confirmé]**

## **D28 – L’union fait la force, développer des partenariats social media efficaces**

Les réseaux sociaux offrent des opportunités inédites de collaboration entre acteurs touristiques. De la simple co-création de contenus aux partenariats stratégiques, ces collaborations permettent de croiser les expertises, mutualiser les audiences et renforcer l'impact des actions de communication. Une approche qui nécessite méthodologie et organisation pour être pleinement efficace.

- Comment identifier et mobiliser les partenaires pertinents pour sa stratégie sociale ?
- Quelle méthodologie pour structurer des collaborations efficaces et durables ?
- Quels sont les exemples de coproduction réussie ?

**11h45 – 12h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]**

## **M29 – Le best of des vidéos touristiques**

De la micro-vidéo TikTok au film de destination, la vidéo reste le format phare du marketing touristique. Storytelling innovant, nouvelles esthétiques, formats émergents : décryptage des productions les plus marquantes de l'année à travers une sélection des meilleures réalisations.

- Quelles sont les tendances créatives qui ont marqué 2024 et 2025 dans la vidéo touristique ?
- Comment adapter son storytelling selon les formats et les plateformes ?
- Quels sont les ingrédients techniques et narratifs des vidéos à succès ?
- Comment s'inspirer de ces réussites pour sa propre stratégie vidéo ?

**11h45 – 12h30 [Atelier Mixte – Confirmé]**

## **M30 – Focus sur les agents IA et les nouvelles fonctionnalités dans les solutions IA**

2025 marque un tournant avec l'arrivée des premiers agents IA autonomes. Ces assistants capables d'agir à votre place promettent de révolutionner l'interaction entre voyageurs et professionnels. En parallèle, de nouvelles fonctionnalités ont enrichi les solutions d'IA depuis la fin d'année 2024. Un point complet sur ces innovations pour anticiper leurs usages pertinents.

- Que peut-on réellement attendre des agents IA autonomes qui émergent en 2025 ?
- Comment se préparer à l'intégration de ces nouveaux assistants dans sa stratégie digitale ?
- Quelles sont les dernières fonctionnalités d'IA à exploiter dès maintenant ?
- Quels impacts sur les métiers et l'organisation à anticiper ?

**11h45 – 12h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]**

## **M31 – Itinérance et randonnée : transformer des données techniques en expériences inspirantes et responsables**

La valorisation expérientielle de l'itinérance sur nos destinations, de la cartographie numérique au contenu éditorial enrichi est un levier important d'attractivité touristique. La digitalisation des itinéraires suit une méthode rigoureuse qui débute par la collecte de données et se termine par leur diffusion multicanal.

- Comment structurer sa stratégie de collecte et de gestion des données d'itinérance ?
- Quels outils et standards privilégier pour une diffusion efficace des itinéraires ?



- Comment enrichir ses données pour créer des expériences de randonnée attractives ?
- De quelle manière intégrer les enjeux de préservation dans sa stratégie de valorisation ?
- Quels indicateurs mettre en place pour mesurer l'impact de ses itinéraires numériques ?

**11h45 - 12h30 [Atelier Entreprise - Tous niveaux]**

### **E32 - Employee advocacy : mobilisez vos équipes sur LinkedIn !**

Vos collaborateurs sont les meilleurs ambassadeurs de votre "marque" sur LinkedIn. Découvrez comment structurer et animer une communauté d'ambassadeurs internes pour amplifier votre visibilité et renforcer votre attractivité.

- Comment construire une stratégie d'employee advocacy qui serve à la fois l'image de marque de l'entreprise et le personal branding de vos collaborateurs ?
- Quels types de contenus privilégier et comment accompagner vos collaborateurs dans leur prise de parole ?
- Comment valoriser l'engagement de vos collaborateurs tout en mesurant l'impact sur votre visibilité ?

## JEUDI 15 MAI 2025 - APRÈS-MIDI

14h00 – 15h30 [Atelier Destination – Confirmé]

### D33 – Mobilité touristique : de la connexion des acteurs à l'expérience voyageur

La mobilité touristique est un enjeu majeur de l'attractivité territoriale. De la connexion entre opérateurs de transport et acteurs locaux à la bonne information des voyageurs, l'écosystème de la mobilité se construit et se complexifie. Des villes aux campagnes, il est vital de créer des solutions claires pour les visiteurs, incluant des mobilités douces et alternatives.

- Comment orchestrer la collaboration entre transporteurs nationaux et acteurs locaux de la mobilité ?
- Quelle stratégie déployer pour une mobilité touristique cohérente à l'échelle de son territoire ?
- Comment simplifier l'expérience utilisateur de la recherche à l'usage des transports ?
- De quelle manière communiquer efficacement sur les solutions de mobilité auprès des visiteurs ?
- Quelles spécificités prendre en compte selon les territoires (urbain, rural, montagne) ?

14h00 – 15h00 [Atelier Destination – Tous niveaux]

### D34 – Les nouveaux récits qui rendent la transition durable désirable

Dans un contexte de transition écologique et sociétale, les destinations doivent réinventer leurs narratifs pour créer une vision positive et inspirante du tourisme de demain. Entre désaisonnalisation et nouvelles expériences durables... l'enjeu est de construire des récits authentiques qui donnent envie tout en étant responsables.

- Comment construire des récits attractifs autour d'un tourisme plus responsable ?
- Quels leviers narratifs pour transformer les contraintes en opportunités désirables ?
- Comment créer des contenus qui inspirent sans tomber dans le greenwashing ?
- Quelles nouvelles narrations développer pour valoriser des périodes touristiques alternatives (la Côte d'Azur en hiver) ?

14h00 – 15h00 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

### M35 – Comment séduire et manager les nouvelles générations ?

La Génération Z transforme les codes du management traditionnel dans le tourisme. Entre quête de sens, besoin de flexibilité et nouvelles attentes professionnelles, les pratiques managériales doivent évoluer pour les accrocher et les fidéliser. Retours d'expérience et solutions concrètes pour réussir l'intégration et la fidélisation de ces nouveaux talents.

- Comprendre et répondre aux attentes spécifiques de la Génération Z ?
- Quelles pratiques managériales adopter pour favoriser engagement et fidélisation ?
- Comment concilier autonomie, engagement, encadrement et équilibre vie pro/perso ?
- Comment gérer la cohabitation intergénérationnelle dans ses équipes ?

14h00 – 15h00 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

### M36 – Hausses tarifaires : Peut-on préserver l'image de sa destination et la rentabilité des acteurs privés ?

La hausse continue des tarifs sans amélioration notable des prestations fragilise l'image des destinations. Entre intérêts individuels et responsabilité collective, comment préserver l'attractivité de sa destination et in fine des entreprises touristiques qui en dépendent ?

- Comment analyser l'équilibre prix-qualité perçue de sa destination et identifier les signaux d'alerte ?
- Quelles actions collectives mettre en place pour maintenir une cohérence tarifaire sans freiner le développement économique ?
- Sous quelles conditions et de quelle manière peut-on maintenir l'attractivité malgré des prix plus élevés ?



**14h00 – 15h00 [Atelier Entreprise – Tous niveaux]**

### **E37 – Retour d'expérience #ContentMarketing**

Sophie Heu, troisième génération à la tête de l'Hôtel le Dahu à Morzine, partage sa stratégie pour renouveler sa clientèle tout en préservant l'authenticité de cet établissement montagnard historique. Un témoignage avec les tripes, honnête, sincère et authentique.

- Comment cibler et attirer une clientèle plus jeune grâce au marketing de contenu lorsqu'on est un établissement traditionnel avec un budget contraint ?
- Quelles stratégies mettre en place pour accompagner le voyageur tout au long de son parcours client avec des contenus adaptés ?
- Comment exploiter l'IA et d'autres outils si possible gratuits pour produire du contenu qualitatif avec des ressources limitées ?
- Quels résultats concrets peut-on attendre d'une stratégie de contenu bien menée dans un contexte local très concurrentiel ?

**16h – 17h [Atelier Destination – Tous niveaux]**

### **D38 – La révolution de l'accueil dans les OT à l'heure de l'IA**

L'Intelligence Artificielle révolutionne la relation client dans les Offices de Tourisme, questionnant profondément les modèles d'accueil traditionnels. Entre chatbots, conseillers augmentés et personnalisation des services, une nouvelle approche de l'accueil émerge. Loin de remplacer l'humain, l'IA ouvre la voie à une valorisation inédite de l'expertise des conseillers en séjour.

- Comment l'IA peut-elle sublimer le rôle du conseiller en séjour avec quels services ?
- Comment former les équipes d'accueil à travailler en synergie avec les outils d'IA ?
- De quelle manière repenser l'expérience visiteur en combinant technologie et contact humain ?
- Quels indicateurs mettre en place pour évaluer la qualité de cet accueil augmenté ?

**16h – 17h [Atelier Destination – Tous niveaux]**

### **D39 – Fusion territoriale : refondre sa stratégie social media post-loi NOTRe**

La loi NOTRe redessine le paysage des destinations touristiques, posant un défi majeur dans la gestion des réseaux sociaux. La fusion des territoires impose une refonte des stratégies social media, de la gestion des comptes à l'animation des communautés. Retours d'expérience et méthodologie pour une transition réussie.

- Quelle méthodologie adopter pour rationaliser ses comptes sociaux ?
- Comment préserver et fusionner ses communautés sans perdre en engagement ?
- Quels critères pour décider des comptes à conserver, fusionner ou arrêter ?
- Comment construire une nouvelle stratégie éditoriale cohérente avec son territoire élargi ?

**16h – 17h [Atelier Mixte – Confirmé]**

### **M40 – Doit-on tous investir dans un Chatbot sur nos sites web ?**

Le chatbot s'impose progressivement et questionne sur sa pertinence dans les sites web touristiques. Il devient essentiel d'évaluer stratégiquement leurs usages (itinéraires, recommandations, réservations ? ...), leurs coûts fixes et variables mais aussi l'impact sur l'expérience client.

- Quels usages pertinents pour son chatbot ?
- Comment optimiser son intégration et son usage sur son site web ?
- Quelle complémentarité trouver avec les assistants personnels des utilisateurs ?
- Quels indicateurs suivre pour mesurer la performance et ajuster les coûts ?



**16h - 17h [Atelier Mixte - Tous niveaux]**

### **M41 - SEO et IA : les nouvelles règles du référencement naturel**

L'IA révolutionne les moteurs de recherche. Elle transforme les stratégies SEO traditionnelles, de l'intention de recherche à la production de contenu. L'expertise, l'expérience, l'autorité et la fiabilité (EEAT) deviennent les piliers d'un référencement performant dans un environnement où les algorithmes sont de plus en plus "intelligents".

- Comment adapter sa stratégie SEO aux algorithmes basés sur l'IA ?
- Comment exploiter les critères EEAT (Expérience, Expertise, Autorité, Trust) dans ses contenus ?
- Comment équilibrer contenus générés par IA et valeur ajoutée humaine ?
- Quelle stratégie adopter pour la recherche vocale et les microdonnées ?

**16h - 17h [Atelier Entreprise - Tous niveaux]**

### **E42 - Je gagne 2h par jour avec l'IA : retours d'expériences**

Retours d'expérience concrets de professionnels du tourisme qui ont intégré l'IA dans leur quotidien. Découvrez les usages qui font vraiment gagner du temps.

- Quels sont les usages de l'IA les plus pertinents pour gagner en efficacité dans une structure touristique ?
- Comment mettre en place ces outils sans dénaturer la qualité de son travail et en gardant la main ?
- Retours d'expérience : bénéfices concrets et points de vigilance dans l'utilisation quotidienne de l'IA.

