

INNOVATION & TERRITOIRE

Les Francophonies de l'innovation touristique



[!\[\]\(1d3a1175dd4902218e694b9c098adb83_img.jpg\) /jlboulin](#)

[!\[\]\(c507f772dba2b921f86777f01218e570_img.jpg\) /paularseneault](#)



2 jours

27 experts

2M de neurones réunis

**Québec,
France,
Belgique,
Suisse**

**DE
FI**

**Rendre des
territoires
touristiques
innovants ?**

AU PROGRAMME

- ★ L'innovation, c'est quoi ?
- ★ Ecosystème, territoires, retour d'enquête
- ★ Une formule pour rendre les territoires touristiques innovants : illustrations
- ★ Pause

AU PROGRAMME

- ★ Etudes de cas :
- ★ Les forêts d'Ardenne
- ★ Le département de l'Aube
- ★ Montréal
- ★ Conclusion



 nanmorin



 [BlaiseLarpin](#)



 [@brice-duthion-
b6abb320/](#)



 [denis-genevois-
a68a296](#)

INNOVATION ? C'EST QUOI

Cours magistral **à destination des acteurs** **touristiques francophones** **Prof. Brice Duthion**

Conservatoire national des arts et métiers, Sciences Po
Paris, chercheur, conférencier, expert, auteur

L'innovation

approche conceptuelle

historique, théorique,

scientifique, holistique,

paradigmatique,

systemique et **pataphysique**

Prolégomènes :

L'innovation selon Schumpeter



L'innovation est l'action d'innover, c'est-à-dire de chercher à améliorer constamment l'existant, par contraste avec l'invention, qui vise à créer du nouveau. Dans le domaine économique, l'innovation se traduit par la conception d'un nouveau produit, service, processus de fabrication ou d'organisation pouvant être directement implémenté dans l'appareil productif et répondant aux besoins du consommateur. Elle se distingue ainsi de l'invention ou de la découverte par le fait qu'elle puisse être immédiatement mise en œuvre par les entreprises dans le but d'obtenir un avantage compétitif. Le terme innovation vient du mot latin innovare qui signifie « revenir à, renouveler ». Innovare quant à lui est composé du verbe novare de racine novus, qui veut dire « changer », « nouveau », et du préfixe in-, qui indique un mouvement vers l'intérieur. L'innovation est plus ou moins un buzzword, avec plus de quatre-vingt expressions composites dénombrées, dont : innovation ouverte, innovation participative, innovation frugale, innovation inclusive, innovation incrémentale, innovation radicale, innovation révolutionnaire, innovation évolutive, innovation associative, innovation spasmodique

6^e Rencontres
Facteurs de l'innovation
#FET6
Francophonies du e-Tourisme

SIERRE
Aula HES-SO Bellevue
8 juin 2017

9h à 13h suivi d'un cocktail
Inscription gratuite et obligatoire

Plus d'information sur www.franco-etourisme.jimdo.com

PAR:

AVEC LA COLLABORATION DE:

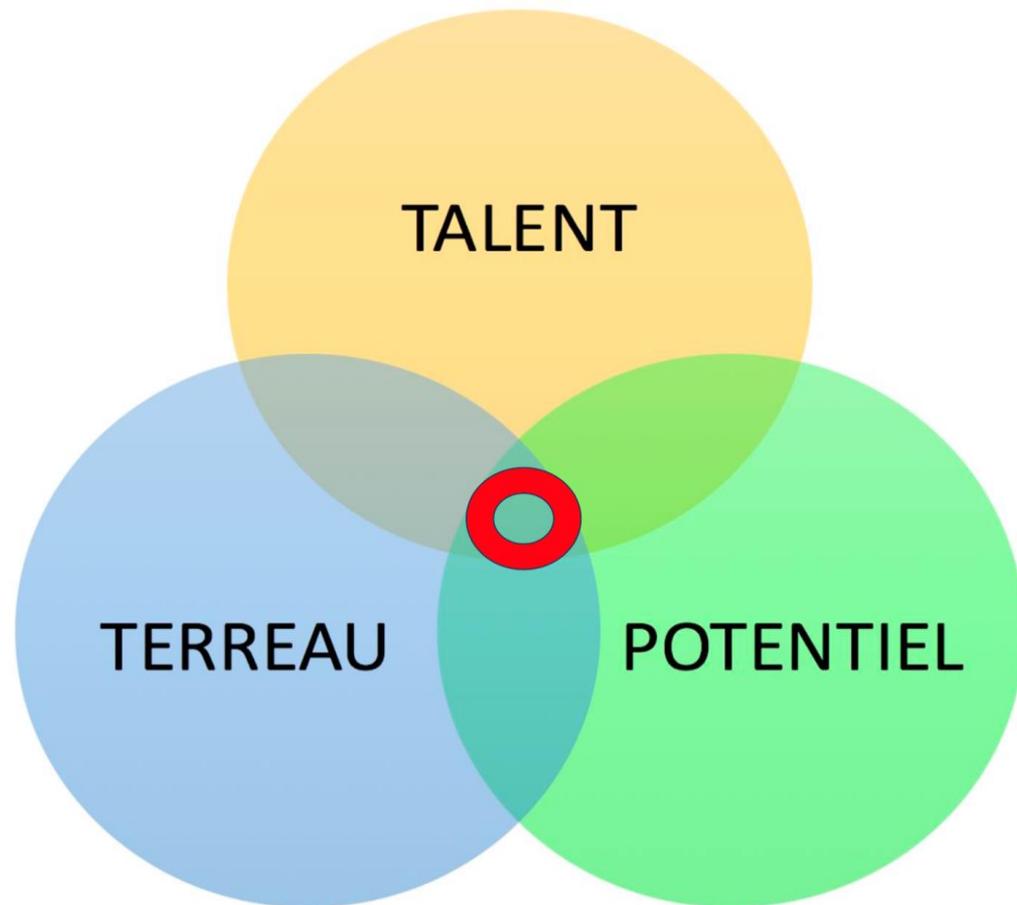


#FIT19 à MTI

Francophonies de l'innovation touristique

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

**Au final,
l'innovation
c'est la
rencontre**



ECCO SYSTEMÉME

L'écosystème

- ★ Acteurs de l'innovation
- ★ OGD / agences de développement local
- ★ Incubateurs
- ★ Entreprises / ATS / filières
- ★ Bailleurs de fonds
- ★ Marché / clients
- ★ Administration publique
- ★ Élus
- ★ Universitaires
- ★ Médias / influenceurs

ECHANTILLON

★ Start-up

★ OGD

★ Incubateur

Start-up

**Je suis
Laurence...**



Start-up résistance au changement

- ★ Perte de temps
- ★ Propriété intellectuelle
- ★ Perte d'autonomie
- ★ Risque financier
- ★ Dualité (scalabilité VS sur mesure)

L'idée originale de l'entreprise

COMMENT AVEZ-VOUS EU L'IDÉE ORIGINALE DE VOTRE ENTREPRISE ?

81%

Votre parcours / des aptitudes particulières

13% Étude de marché

39% Irritant constaté

10% Modèle existant dans un autre domaine ou un autre pays

L'adéquation de l'offre au marché

COMMENT AVEZ-VOUS TESTÉ L'ADÉQUATION DE VOTRE PROJET D'ORGANISATION AU MARCHÉ?

40% Étude(s) préalable(s) réalisée(s) sur le marché cible

70% 67% Réalisation d'un prototype

Test de la solution auprès de différents clients / partenaires

50% Votre expérience personnelle

47%

L'idée originale de l'entreprise

COMMENT AVEZ-VOUS EU L'IDÉE ORIGINALE DE VOTRE ENTREPRISE ?

81% Votre parcours / des aptitudes particulières

13% Financement

39% Irritant constaté

10% Modèle existant autre domaine ou autre pays

Les attentes face aux organismes de soutien à l'innovation

QUELLES ÉTAIENT VOS ATTENTES À L'ÉGARD DE CES ORGANISMES? QUEL(S) TYPE(S) DE SUPPORT OU DE COMPÉTENCES DÉSIRERIEZ-VOUS ALLER CHERCHER?



La perception du rôle des OGD par les startups

À QUEL POINT ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUIVANTS ?

- 3,3** Les OGD sont des sources de financement
- 4,2** Les OGD doivent être porteur d'innovation
- 3,7** Les OGD doivent aider les startups à se lancer
- 4,5** Les OGD doivent partager leurs connaissances
- 4,4** Les OGD doivent aider les startups à tester
- 3,4** Les OGD doivent aider à développer les cptces

OGD

**Je suis
Jean-Luc...**



OGD : résistance au changement

- ★ Enjeux de légitimité / pertinence / pérennité
- ★ Méconnaissance des start-ups
- ★ Manque de compétences
- ★ Neutralité institutionnelle

La priorisation de l'innovation par les OGD

À QUEL POINT L'INNOVATION EST-ELLE RÉELLEMENT PRIORISÉE PAR VOTRE ORGANISATION ?

54 % Priorisée

12 % Neutre

34 % Peu ou pas priorisée

Moyenne **3,2/5**

Base : ensemble des OGD, excluant les NSP (n=67).

#FIT19 à MTL

Francophonies de l'innovation touristique

La perception du rôle des

OGD

À QUEL POINT ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUIVANTS ? LES OGD DOIVENT

(Échelle : 1 – Fortement en désaccord; 5 – Fortement en accord)

2,4

Etre des sources de financement

4,7

Etre porteur d'innovation

3,4

Aider les startups à se lancer

4,4

Partager leur connaissance du territoire

3,9

Aider les entrepreneurs dans leur développement de compétence

4,0

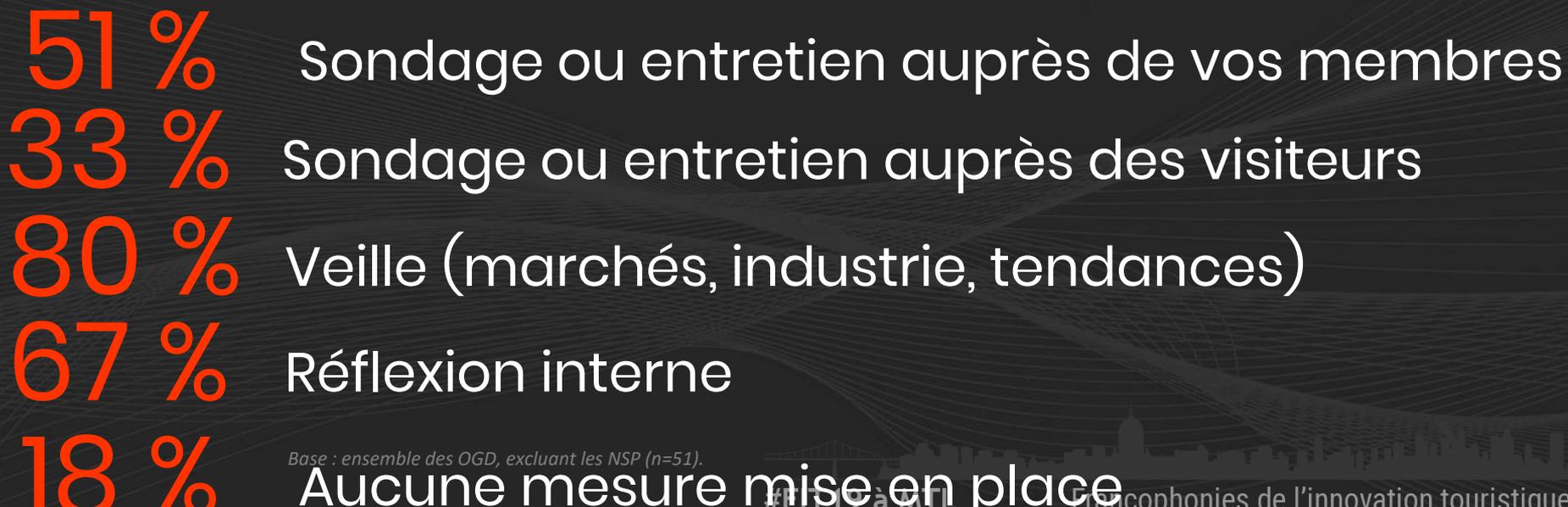
aider les startups à rencontrer les acteurs de l'industrie

3,9

promouvoir les solutions des Start-Up

La connaissance des besoins en innovation du territoire

COMMENT ANALYSEZ-VOUS LES BESOINS EN INNOVATION DE VOTRE TERRITOIRE?



Base : ensemble des OGD, excluant les NSP (n=51).

#Innovation

Concophonies de l'innovation touristique

Incubateur

Je suis
Martin...



Incubateurs

- ★ Procédures et processus rigides
- ★ Objectifs de performance et de résultats discordants

La perception du rôle des incubateurs

À QUEL POINT ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUIVANTS?

4,2

Les incubateurs : sources de financement pour les startups.

4,7

Les incubateurs doivent aider les startups dans la phase de création de solution

3,8

Les incubateurs doivent former les entrepreneurs à la gestion d'une organisation

4,8

Les incubateurs doivent aider au développement d'affaire de ses incubés



émeline-hébert



fredericgonzalo



nadinegelly



paul-fabing

Parlons postures !



A woman with her back to the camera is performing a yoga pose on a rooftop. She is wearing a grey tank top and colorful, patterned leggings. Her arms are raised high, and her right leg is lifted and bent at the knee. The background shows a city skyline with various buildings under a clear sky.

OPPOR TUNISTE

FORESTA

LUMINA

OPPORTUNISTE

Avant ...





**À l'arrivée de
Foresta Lumina...**



**Surveillez votre
consommation
d'électricité**

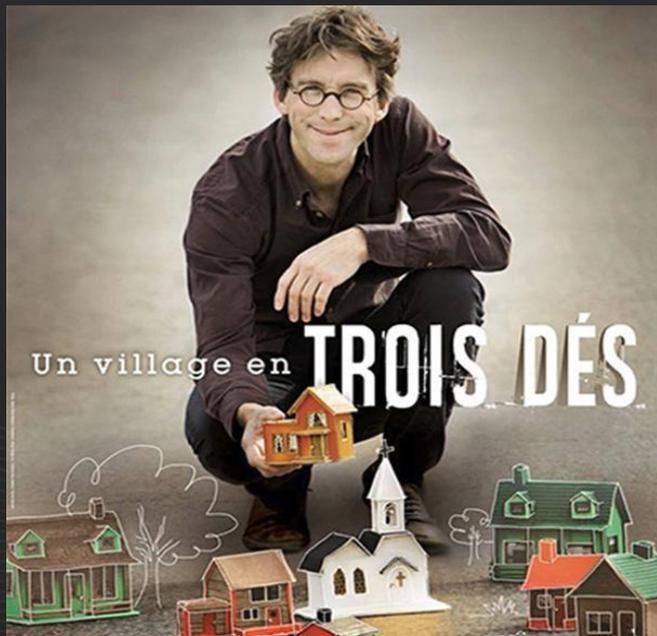
7h à 10 h 16h à 20h

An advertisement for electricity consumption monitoring. The text is overlaid on a background of power line towers against a sunset sky. The text is in bold, orange and black colors.

SAINT-ELIE

DE-CAXTON

OPPORTUNISTE



**Le village d'un seul homme,
l'homme d'un seul village...**

Fred Pellerin et SON village St-Élie-de-Caxton

CONNECTEUR EXPÉRIMENTATEUR





ALL

**AUTOUR
DU
LOUVRE
LENS**

CONNECTEUR - EXPÉRIMENTATEUR

TROIS RIVIÈRES

CONNECTEUR - EXPÉRIMENTATEUR

#FIT19 à MTL

Francophonies de l'innovation touristique

VOLONTAIRE



MONTREAL

An aerial photograph of Montreal, Quebec, Canada, taken during the golden hour of sunset. The city's skyline is visible in the background, with numerous skyscrapers and buildings. In the foreground, the St. Lawrence River flows through the city. A large festival is taking place on the riverbank, featuring several large, striped tents and a prominent Ferris wheel. The word "MONTREAL" is written in large, white, sans-serif capital letters across the top of the image.

VOLONTAIRE

AUBE

An aerial photograph of a village in Aube, France. The village is nestled in a valley, surrounded by rolling hills and fields. In the foreground, there are extensive vineyards with rows of grapevines. The village features a church with a prominent steeple and several houses with red-tiled roofs. The background shows more rolling hills and fields under a clear blue sky.

VOLONTAIRE

VALAIS

A scenic view of a valley in the Valais region, Switzerland. The foreground is dominated by terraced vineyards with green and yellowing leaves. In the middle ground, a small town is nestled in the valley. The background features rolling mountains under a cloudy sky. The word "VALAIS" is written in large, white, bold letters across the top left of the image.

VOLONTAIRE

ONANIS TE







[jean-marc-lecouturier-81236836/](https://www.linkedin.com/in/jean-marc-lecouturier-81236836/)

LA

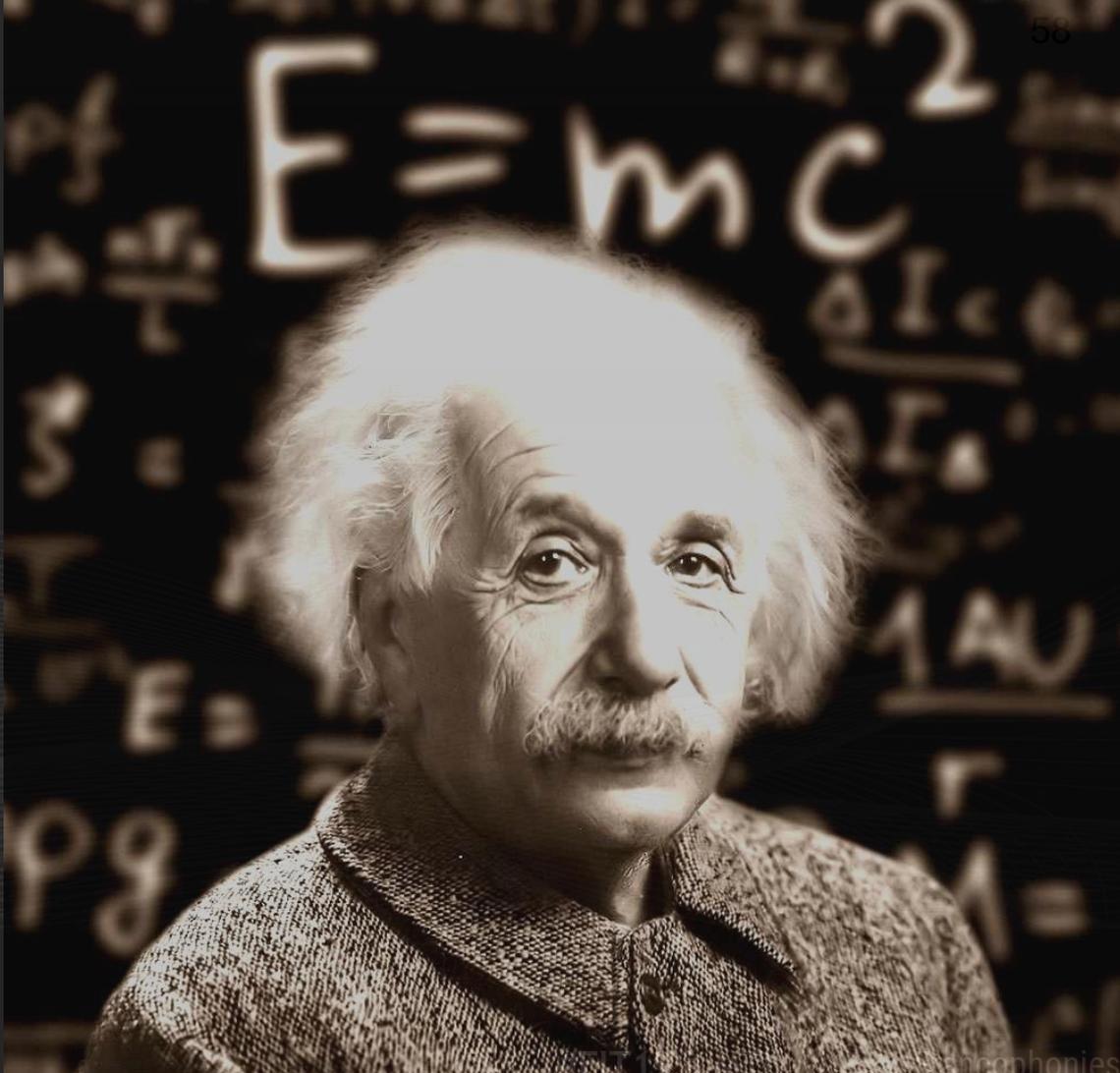
FORMULE

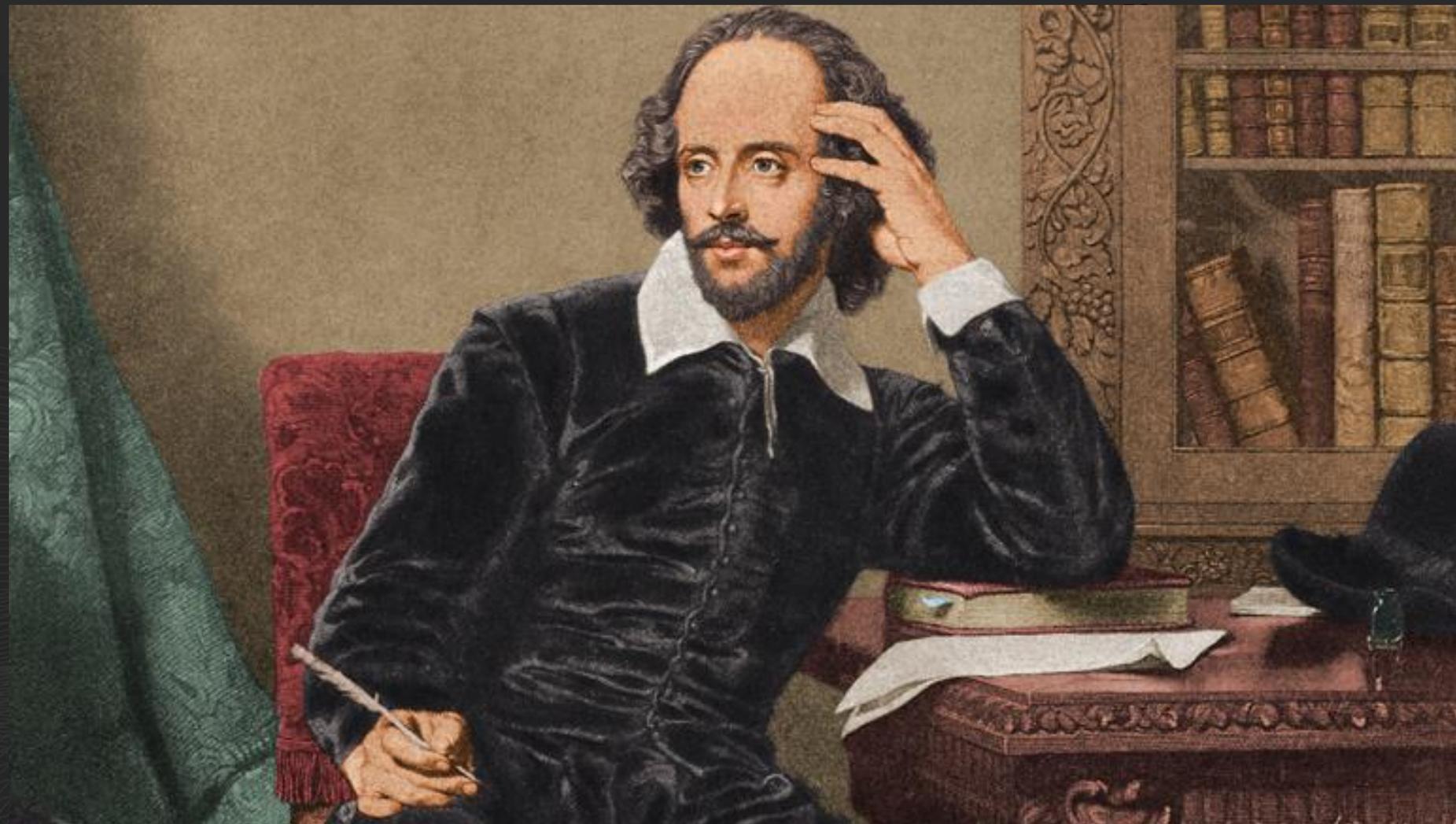
D x V x F > R

THE CHANGE EQUATION



Source : *The change equation, Gleicher, Beckhard, Harris*





$$RC < PO \times PV \times PP = MI$$

$$RC < PO \times PV \times PP = MI$$

Vaincre, sans relâche, les **Résistances au Changement**

et identifier des **Problématiques** et des **Opportunités** au sein du territoire

intégrées à une **Posture** envers l'innovation et une **Vision** de la destination

qui nécessite des **Premiers Pas** vers l'action

et faire émerger la **Mobilisation** autour de l'**Innovation**.

PROPOSITION DE VALEUR DU TERRITOIRE

Impulser et accompagner le changement !



**Projet
innovant**



Territoire

Accueil – Accompagnement
Connection - Expérimentation



**Marchés
potentiels**

RC

Résistance au Changement



- Convaincre les décideurs et les financeurs
- Accompagner les entreprises dans une démarche d'innovation



PO

Problématiques et Opportunités



- Problématiques du territoire en lien avec ses objectifs de développement
- Opportunités de développement en fonction de son attractivité et son potentiel

PV

Postures et Vision



- Démarche vis-à-vis de l'innovation
- Approche de développement et de positionnement de la destination en fonction des valeurs et des enjeux

PP

Premiers Pas



- Approche d'impulsion
- Structures d'accompagnement
- Expérimentation et actions concrètes

Mobilisation autour de l'Innovation



- Compréhension des rôles et responsabilités des acteurs du territoire
- Fédération et concertation de l'industrie touristique et de l'écosystème de l'Innovation



laurence-giuliani-akken



fgchevrier

PROBLEMATIQUES **& OPPORTUNITES (PO)**

**d'un territoire opportuniste à
un territoire volontaire**

les conditions sine qua non

- ★ ne pas innover à l'aveugle
- ★ acculturer
- ★ approprier

< les étapes >

- ★ faire remonter les besoins/les problèmes
- ★ identifier les attentes/les comportements des clientèles finales
- ★ mener une veille = innovation réactive
- ★ rêver en prospective = innovation pro-active

ILE DE LA REUNION

UN TERRITOIRE LAB



[géraldine-huet-02a5497a](#)



[agnes.orlovaud](#)



Ile de La Réunion

NOU LE LA

DESTINATION ILE INTENSE

- ★ Ile française dans l'Océan Indien
- ★ Patrimoine mondial UNESCO
- ★ Mer, montagne & volcan en activité
- ★ Ambition destination écotouristique



PROBLÉMATIQUES & OPPORTUNITÉS

- ★ 80% de Français
- ★ Marché stable et rassurant
- ★ Contraintes de saisonnalité et d'offres
- ★ Des crises et des événements naturels (cyclone, éruption volcanique, présence de requins, problèmes sanitaires...)

PROBLEMATIQUES & OPPORTUNITES



- ★ **Des milieux naturels qui imposent une gestion particulière des accès**
- ★ **Des acteurs du tourisme aujourd'hui éloignés des programmes de recherche**

PROBLÉMATIQUES & OPPORTUNITÉS

- ★ Une réglementation française
- ★ Peu adaptée à l'insularité tropicale



PREMIÈRE

CRISE



- ★ 2006, une crise sanitaire
- ★ Le chikungunya
- ★ Echo médiatique démesuré
- ★ Impact touristique direct

PRISE DE CONSCIENCE

- ★ La possibilité d'une crise spécifique
- ★ Constat de l'impréparation & de la fragilité du modèle touristique
- ★ Création de CRATER
- ★ Modèle de sauvetage : référence depuis

UN TERRITOIRE

LAB

- ★ Construire un laboratoire d'anticipation & d'expérimentation
- ★ Problématiques insulaires & tropicales
- ★ De portée internationale

UN TERRITOIRE

LAB

- ★ Recours du droit à l'expérimentation
- ★ Ressources financières
- ★ Un territoire à taille humaine mobilisable
- ★ Une gouvernance à imaginer

UN PAS DE CÔTÉ

LAB-FAB...PEI

- ★ Des recherches et développement en local
- ★ Avec le tissu économique et industriel local mobilisé
- ★ Un décloisonnement économique et technologique



LA RÉUNION
L'ILE INTENSE

WWW.REUNION.FR   

CRÉER ET NOURRIR UNE CULTURE D'INNOVATION

$$RC < \textcircled{PO} \times PV \times PP = MI$$

1) Problématiques + attentes + potentialité

- De l'entreprises / prestataires touristiques
- Des acteurs du territoire



Diagnostics (interne/ externe)

2) Attentes et besoins :

- Des clientèles actuelles
- Des clientèles potentielles



Consultation + Rétroaction client

3) Veille/ benchmark

- Évolution des comportements clientèles
- Évolution de l'offre
- Évolution de la mise en marché



Production - Diffusion - Utilisation

4) Prospective:

- Design Fiction
- Phénomène transformationnel de société pour imaginer les impacts pour le tourisme



Ateliers

POSTURE & VISION (PV)

les briques

POSTURE

- ★ une vision territoriale large
un territoire multi-facettes et protéiforme
le tourisme est un secteur inclusif avec de fortes externalités

les briques

POSTURE

- ★ une vision territoriale prospective
sortir du quotidien pour écrire un nouveau récit
de territoire

les briques

OUTIL

★ ne pas réinventer la roue !

appuyer la stratégie sur l'inventaire de ce
qui fait vision

incarner & porter

soutenir & financer

faire appel à la recherche

focus : le curseur de l'innovation touristique



Ecosystème favorable



Offres et expériences



Investissements



Ressources humaines



Vision territoriale

-

+



ludivineseulin

AUTOUR
DU
LOUVRE
LENS





**COMMENT
PARTICIPER À
UNE IDENTITÉ
COMMUNE
TOUT EN SE
DÉMARQUANT ?**



**STIMULER LA
CRÉATIVITÉ**



CRÉER ET NOURRIR UNE CULTURE D'INNOVATION

$$RC < PO \times PV \times PP = MI$$

1) Se reconnaître comme territoire d'innovation

- 4 postures
- Curseur d'innovation



Auto-diagnostics de territoire

2) Vision du territoire

- Vision touristique
- Vision transversale du territoire
- Approche prospective d'innovation



Vision stratégique collective
Identité et valeurs
Démarche itérative

3) Plan de mise en oeuvre

- Plan de développement / d'action
- Gouvernance
- Management



Rôles et responsabilités
Animation continue du territoire
Cohérence transversale

PREMIERS

PAS

(PP)

< les options >

- ★ incubation / accélération
- ★ excubation >< expérimentation
- ★ résidence de start-ups

- ★ équipe d'impulsion à l'échelle du territoire
= techniciens "attribués" au projet d'inno territorial



 /emmanuelbobin

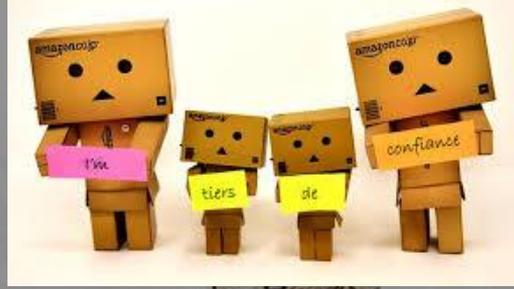


ACCÉLÉRATEUR

START-UP

TOURISME

START-UP



OGD

(Destination : CRT, OT, PN ...)

SENSIBILISATION à OPEN INNOVATION

EXPÉRIMENTATION

PROTOTYPAGE

PROGRAMME D'EXPÉRIMENTATION

POUR EXPÉRIMENTER DES SOLUTIONS INNOVANTES DE START-UP

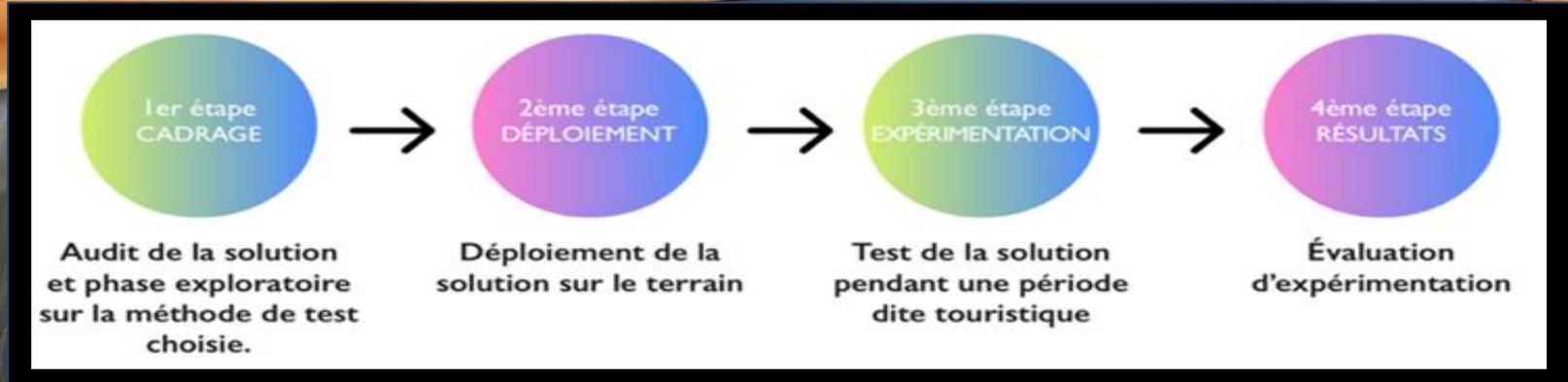
★ Une problématique

★ Un “terrain de jeu”

★ Une solution concrète

★ Une méthode

PROGRAMME d'EXPERIMENTATION / METHODE



IMPLEMENTATION / TEST /
OBSERVATION / RECUEIL / SYNTHÈSE

PROGRAMME d'EXPERIMENTATION / EXEMPLE

OPEN TOURISME LAB LANCE SON PROGRAMME D'EXPERIMENTATION SUR LE TOURISME D'ITINERANCE

Cet Open Tourism Lab, accélérateur de start-up travaillant tourisme, étend son offre de services et lance un tour innovant qui propose le programme d'expérimentation d'itinérance selon les enjeux et besoins des partenaires du programme à un double objectif :

- Permettre à des destinations, acteurs publics ou privés, d'entrer dans des démarches d'innovation en testant & évaluant des solutions innovantes de start-up, au stade de concept, prototype ou produit fini, sur des terrains d'expérimentation ciblés.
- Offrir la possibilité à des start-up proposant une solution innovante à un stade de concept, prototype ou produit fini d'être accompagnées pour expérimenter leur solution, valider de prototypage ou produit fini auprès d'utilisateurs et apporter l'expérience de leur marché, tests terrain, avant des retours utilisateurs et apporter l'expérience de leur marché.

Pour la première édition de ce programme, c'est la thématique du tourisme d'itinérance qui a été choisie en partenariat avec les partenaires financeurs : le Département du Gard et l'INRAE, le Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) et les Universités de Montpellier et de Toulouse. Le programme d'expérimentation des Itinéraires de Tourisme d'Expérimentation (ITE) est lancé en mars 2019, ce sont 4 start-up qui ont été sélectionnées pour intégrer ce programme qui se déroulera sur la saison estivale.

LE PROGRAMME D'EXPERIMENTATION C'EST QUOI ? Une démarche, une méthodologie, des partenaires, des start-up

Un programme qui permet à des acteurs publics & privés d'expérimenter des solutions innovantes de start-up en lien avec leurs problématiques & enjeux.

Une première en France !
Ce tour innovant propose une démarche d'expérimentation (concept, prototype ou tests terrain) à différents stades de développement et une évaluation qui se fait par les partenaires financeurs qui travaillent de manière collaborative et collective afin d'arriver à un objectif commun, la validation du produit fini auprès d'utilisateurs. Les start-up sont accompagnées et évaluées sur une période de 4 mois de mai à fin août par des mentors experts en tests terrain.

Ce programme est piloté sur une thématique transversale et dédié sur des destinations au service de terrains d'expérimentation.

Une expérimentation accompagnée par des experts en Design UX

Durant toute la phase d'expérimentation, des experts sont mobilisés pour proposer des méthodologies et tests basés sur la recherche et l'innovation. Le programme d'expérimentation est piloté par des partenaires du territoire, des universités, des acteurs publics et privés. Les start-up sont accompagnées et évaluées sur une période de 4 mois de mai à fin août par des mentors experts en tests terrain et sera également travaillé avec des formes de recommandations aux start-up dans le but de leur proposer une solution.



Une thématique : Tourisme d'itinérance

4 terrains de jeux
1 problématique par terrain

Les 4 start-up sélectionnées sur le programme d'expérimentation

CIRKWI

EXPLORAMA

INFLUBOOK

PIXGRIM



PROGRAMME d'EXPERIMENTATION / TEMOIGNAGES



ITW @bertajulie chef de projet
@OpenTourismeLab innovation test in situ
lean startup création et perfectionnement
avec @ExploramaGames pour #ux au
@pontdugard

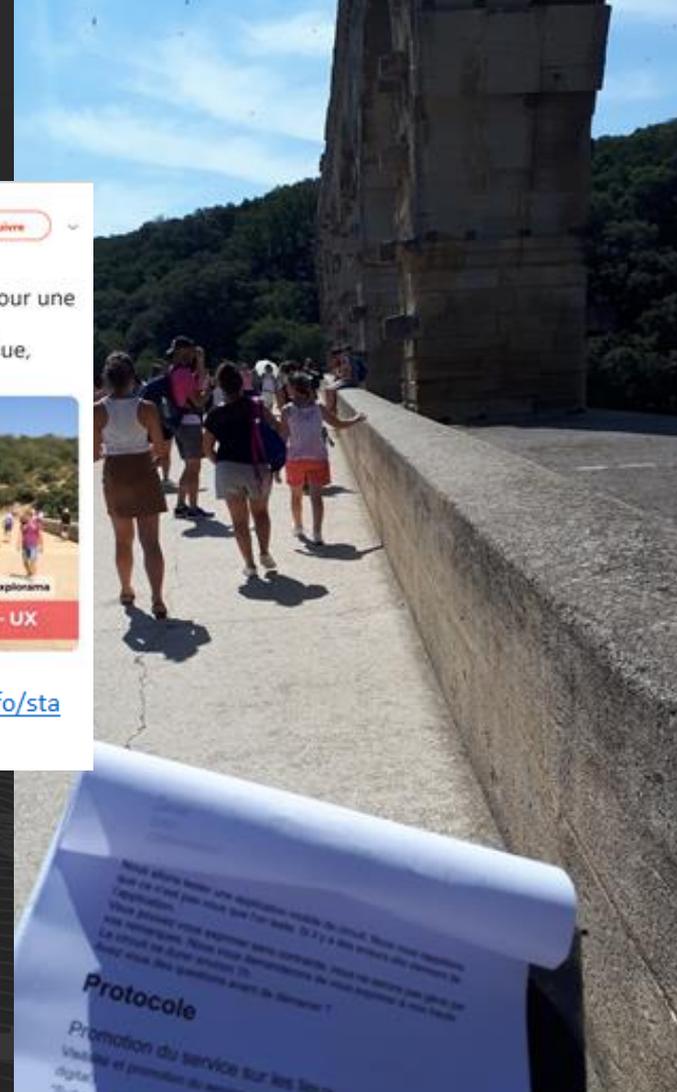


02:30 - 8 jul. 2019



<https://twitter.com/lemouvementinfo/status/1148162456193306625?s=11>

#FIT19 à MTL



PROGRAMME d'EXPERIMENTATION / BENEFICES OGD



★ tester & apprendre

★ nouvelle offre / nouveau produit

★ visibilité

★ adopter de nouvelles méthodes

CRÉER ET NOURRIR UNE CULTURE D'INNOVATION

$$RC < PO \times PV \times PP = MI$$

1) Activation d'un modèle de management

- Leadership
- Mobilisation



Identification des porteurs
Structure collective (interne-externe)
Recrutement de compétences

2) Stimulation de l'écosystème territorial

- Animation
- Impulsion



Séminaires
Ateliers ou groupes de co-conception, co-idéation
Accueil de mission en territoire

3) Accompagnement / conception

- Structuration
- Consolidation



Cahier des charges
Démarche design thinking
Approche par projets

4) Expérimentation concrète

- Prototypage (PMV)



Résidence de projet ou start-ups
Excubation
Incubation

« l'impulseur-facilitateur de territoire innovant »

- ★ un tiers de confiance
- ★ personne/structure externe
- ★ mutualisée à l'échelle d'un territoire
- ★ un.e référent.e inno en interne

PAUSE

15 mn



laurence-docquir



denis-genevois-
a68a296/

FÔRÈTS d'ARDENNE



Les Forêts d'Ardenne

Votre destination touristique wallonne





Problématique

UNE OFFRE
VIEILLISSANTE



Problématique

PAS DE CULTURE DE LA FORÊT

PAS DE CONSCIENCE IDENTITAIRE COMMUNE



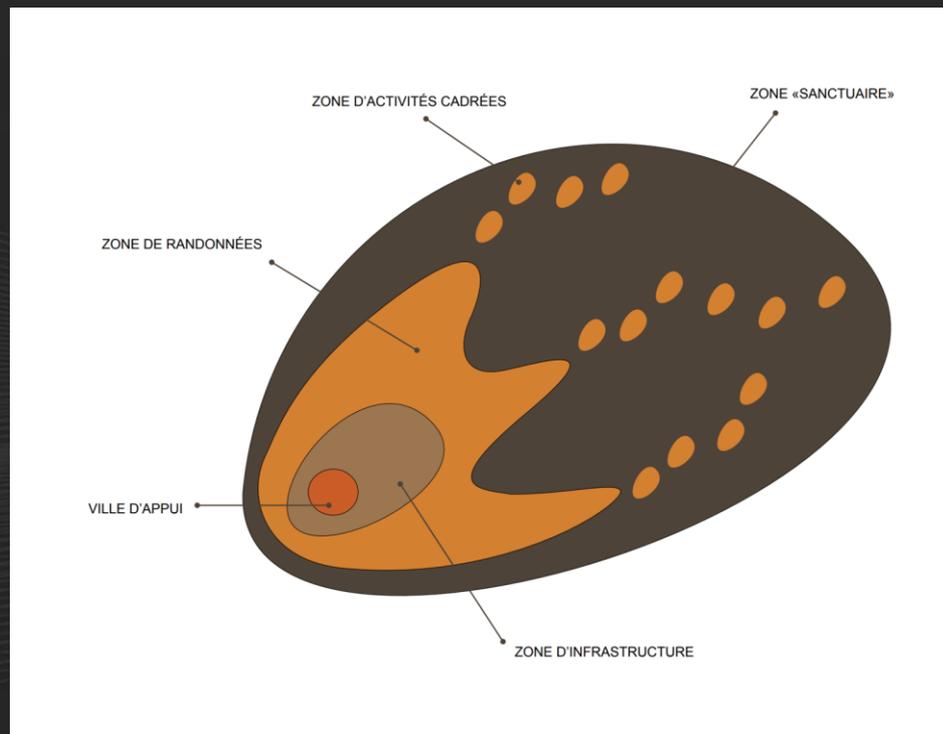
Opportunité



UNE VOLONTÉ POLITIQUE OPPORTUNISTE

Vision et stratégie de dev

Une étude stratégique (2008 !!!), base de tous les développements du territoire depuis plus de 10 ans



Positionnement

EN | NL | DE



La Grande Forêt de Saint-Hubert
Terre de cerfs et de légendes



BIENVENUE EN GRANDE FORÊT DE SAINT-HUBERT
TERRE DE CERFS ET DE LÉGENDES



Les Forêts d'Ardenne

Votre destination touristique wallonne

Promenades
a la carte >



D'autres forêts
à découvrir autrement !



Environnement institutionnel

- Structure(s) de management du projet multicéphale
- Un OGD provincial, une stratégie de marque (Marque Ardenne)
- Une Maison du Tourisme, OGD territorial multi-communes
- Un OGD communal
- Le Commissariat général au tourisme
- ...



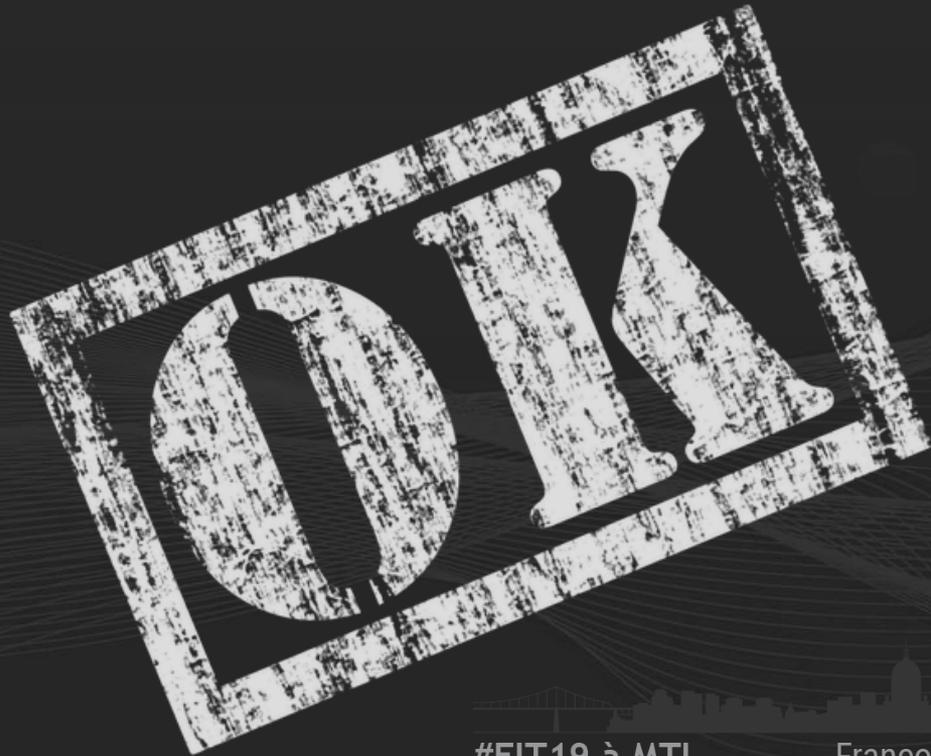
LA FAMEUSE LASAGNE
INSTITUTIONNELLE !

Environnement innovant

- Creative Wallonia
 - Creative Luxembourg
- Fab Labs wallons (e-square de Marche-en-Famenne à 30km)
- Espaces de coworking, incubateurs généralistes
- Sources possibles de financement et d'accompagnement pour réaliser des projets ou des études
- Subsidés annuels généralement suffisants et potentiellement mobilisables pour innover
- ...



**En résumé,
tout semblait à priori...**



Posture

L'AUTO-SATISFACTION



Que s'est-il passé ?

MANQUE D'APPROPRIATION DE LA STRATÉGIE

VOULOIR TOUT FAIRE TOUT SEUL

DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS HORS CADRE STRATÉGIQUE

Le déclic

Et si
on faisait
comme
nos voisins ?



Premiers (vrais) pas

- Une volonté portée par une SEULE structure



- Un accompagnement par des facilitateurs experts



EQUIPE
D'IMPULSION

Premiers (vrais) pas

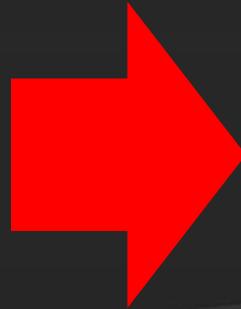
- Coaching de l'équipe projet
- Réappropriation des valeurs
- Recherche de financement du projet
- Prototypage sur un nouveau territoire
- ...
- ...
- ...



IL RESTE DU CHEMIN...

Le virage initié

De la politique du paquebot à celle du dériveur



Une innovation organisationnelle; une nouvelle façon
de penser et de travailler

le Slow Tourisme Lab



Une position
“volontaire”
de l’Aube en
Champagne



SLOW TOURISME LAB

UNE POSITION "VOLONTAIRE"

DE L'AUBE EN CHAMPAGNE



christelle-taillardat

un territoire rural

“déconnecté”

- ~~★ connu~~
- ~~★ fréquenté~~
- ~~★ offre en ligne~~
- ~~★ multilingue~~
- ~~★ parcours personnalisé~~

- ★ gratuit
- ★ peu d'affluence
- ★ exclusif
- ★ unique voire éphémère

La problématique

Quel message ?

★ Imaginaire du champagne ?

★ Ecotourisme ?

Pas de première raison de venir

L'opportunité

- ★ Faire du neuf avec du vieux
- ★ Parlez aux aspirations de l'homme urbain pressé :

La campagne est associée au temps retrouvé.

52% des européens manquent de temps pour :

- ★ Leurs proches
- ★ Leurs loisirs
- ★ Faire du tourisme

La vision Slow Tourisme

A photograph of two men walking towards the camera on a paved path. Both men are wearing white long-sleeved shirts and dark trousers. They are also wearing straw hats. The man on the right is holding a bottle in his left hand. The background shows a grassy area with trees and a stone wall on the right. The sky is overcast.

Consommer le
territoire



**Retrouver l'espace
et la nature**

A man in a white habit with a red cross on his chest is speaking to a group of people seated in a church. The church has a high, vaulted ceiling and three arched windows in the background. The walls are light-colored and show signs of wear and tear. The text "Retrouver ses racines" is overlaid on the image in white and red.

**Retrouver ses
racines**



Se laisser

réenchanter

A silhouette of a stag with large, branching antlers stands in a misty forest. The stag is positioned in the center-left of the frame, facing right. The background is a soft, hazy landscape with trees and foliage, creating a serene and atmospheric setting. The lighting is diffused, typical of a misty day.

Prendre le temps

La Posture

- ★ Regrouper l'écosystème de l'innovation
 - enseignement supérieur et recherche
 - Technopole
 - OGD du département
- ★ Promotion marketing
- ★ Création d'un plan d'action partagé avec l'écosystème

Premiers pas

- ★ Formalisation des liens existants
- ★ Journées de découverte du territoire
- ★ Offre d'accompagnement personnalisé
- ★ Montage des "Produits Minimum Viables".
- ★ Animation de la communauté autour de thématiques porteuses du Slow Tourisme
- ★ Open-médiathèque du territoire

Résistance aux changements

- ★ Pas perçu comme porteur de croissance économique => externalités positives
- ★ Les financeurs réticents => les startups techno ouvrent la voie

Moments forts

- ★ Création France Tourisme lab
- ★ Retombées presse : message repris par les politiques
- ★ Association des politiques à l'implantation des premières entreprises

LE CAS MONTRÉAL



 /emmanuellelegault



 /zeroseconde/



 /dublanchet/

LE CAS MONTRÉAL



M1000
MENU

Quelques plats, sans alcool
Rizotto de saumon aux pommes et persil - Poivron
Rizotto, bouillie de légumes, courgette et feta de la V. Lauffe
Sandwich de chèvre, tomates juteuses, fromage de chèvre
Cervelette, saumon et menthe

CONNAISSEZ-VOUS LES STARTUPS DU

MT
LAB



[arrivage]
humains + territoires + saisons



Les Cabinets



OPTIONIZR



4elements



OH!RIZON



Payzp:ot



LE CAS MONTRÉAL

UQÀM
Sciences



LE CAS MONTRÉAL



 /emmanuellelegault



 /zeroseconde/



 /dublanchet/

En

Conclusion

- Après huit éditions...
- De l'étourisme à l'innovation
- Des efforts, de la méthode et des moyens
- De la nécessaire animation

MERCI!)