

La Route des Villes d'Eaux du Massif Central

Un réseau touristique numérique et culturel

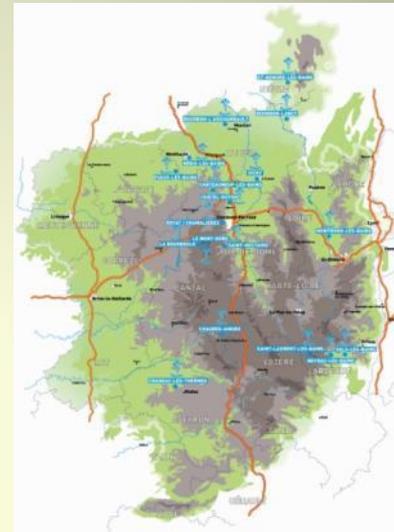
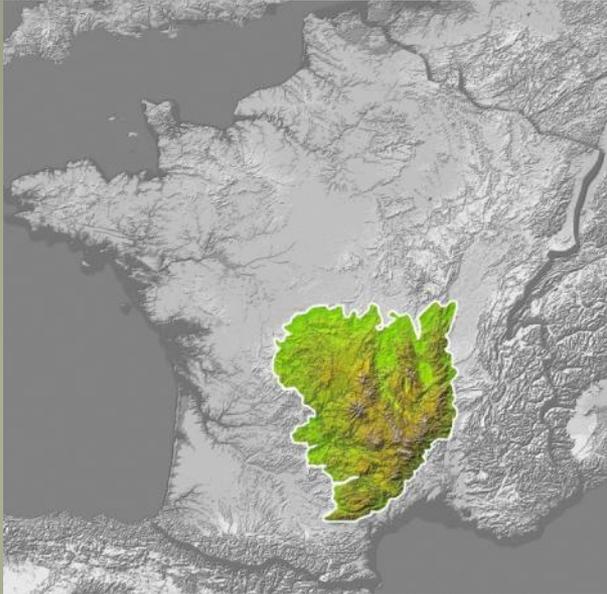
**ROUTE
DES VILLES
D'EAUX**
MASSIF CENTRAL

Léa Lemoine, Chef de Projets Patrimoine & Numérique

Café de Spa, 8 juin 2014

La Route des Villes d'Eaux du Massif Central

- Réseau de 18 villes thermales
- Association créée en 1998
- Objectif : Changer l'image des stations thermales dans l'esprit du grand public afin d'affirmer leur pouvoir d'attraction touristique



Faire des spécificités des villes d'eaux des leviers de développement touristique



**STRUCTURATION
DE LA FILIÈRE
BIEN-ÊTRE**



**VALORISATION
DE LA FILIÈRE
PATRIMOINE**

**ROUTE
DES VILLES
D'EAUX**
MASSIF CENTRAL

- Tendances et pratiques du tourisme mobile
- Le développement territorial de la Route des Villes d'Eaux à travers le numérique



TENDANCES ET PRATIQUES DU TOURISME MOBILE



*Sources : Mathieu Bruc, etourisme.info,
« M-tourisme et géolocalisation au service du développement touristique »*

Effets du numérique



• Le numérique a bouleversé notre manière de consommer l'information en permanence

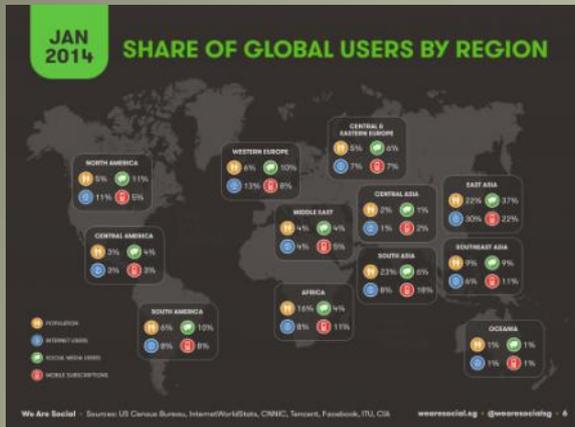


• Le numérique place de plus en plus le consommateur au cœur de la promotion des territoires (expériences, avis...)



• Le numérique pousse les territoires touristiques à repenser leur marketing

Le consommateur hyper-connecté



- Au niveau mondial :
 - 2,4 milliards d'internautes,
 - 1,8 milliard d'utilisateurs des réseaux sociaux,
 - 6,5 milliards téléphones portables utilisés (source We Are Social)
- En France, au dernier trimestre 2013 :
 - 27 millions de mobinautes avec 50% équipés d'un téléphone intelligent,
 - taux d'équipement en tablettes tactiles a doublé en 2013 (17% - source Crédoc)
- Forte dépendance à la connexion : en tous lieux, à toutes heures et sur tous les supports connectés.
- Le Wi-Fi est devenu un critère déterminant pour le choix d'un hébergement



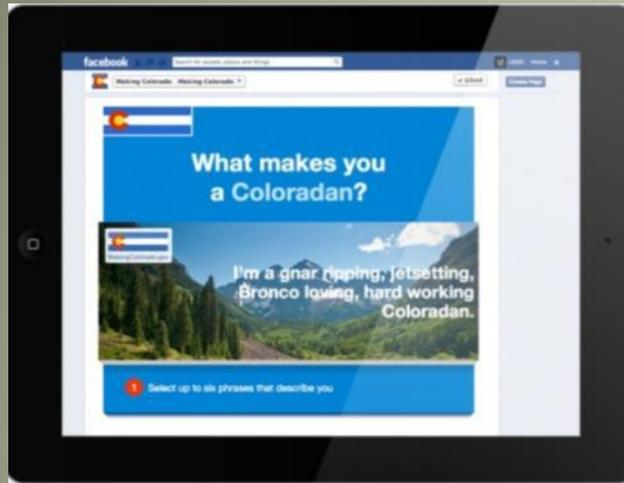
Le consommateur hyper-informé



- Il a accès à une multitude d'outils en marge des guides touristiques institutionnels (ex. : 400 applications sur le tourisme d'Amsterdam)
- Parmi ces outils, les applications mobiles occupent une place de plus en plus importante :
 - TripAdvisor : applications dédiées aux principales villes du monde
 - Maps Google : application couplée aux bases de données touristiques Google + local

Ces applications concurrencent directement les offices de tourisme qui les poussent à alimenter d'autres canaux d'information touristique

Le consommateur curateur de la destination



- Le consommateur prend la parole avant, pendant et après son séjour
 - De plus en plus, il est au cœur des études de clientèles (ex. : Etude Colorado « What makes you a Coloradan? » choix logo, étude d'identité en ligne)
- Il est à la recherche d'une relation client instantanée, l'enjeu pour les territoires est d'apporter une information « hors les murs »
 - AirFrance s'appuie sur Twitter pour aider et répondre aux voyageurs
- Le consommateur dépose ses avis et partage son expérience



Le consommateur à la recherche de gamification territoriale



- Nouvelles formes de découverte des territoires :



- Foursquare : média social utilisant la géolocalisation et permet de recommander des lieux touristiques et de gagner des points pour devenir « maire » des endroits cités
- Ecosystème de gamification « Smile Land » : organisme de promotion de la Thaïlande propose au visiteur de découvrir la destination en s'amusant et de devenir le meilleur voyageur du pays.
- Terra Aventura : geocaching proposé en région Limousin avec chasse au trésor sur 100 caches, via une application



Le consommateur à la recherche d'expérience de visite



- Les outils numériques permettent d'enrichir l'expérience de visite : visiter un site à travers le storytelling, avoir accès à des contenus enrichis permettant de décrypter le réel
- Techniques nombreuses : réalité augmentée (abbaye de Cluny), QR codes, NFC...



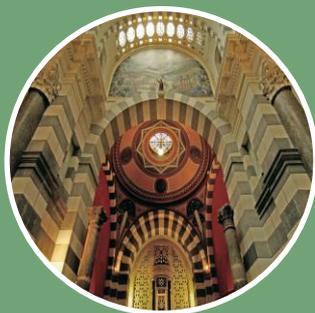
iBeaken pour le patrimoine
Faites vivre les briques et les pierres



LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DE LA ROUTE DES VILLES D'EAUX À TRAVERS LE NUMÉRIQUE

**ROUTE
DES VILLES
D'EAUX**
MASSIF CENTRAL





Connaissance
du patrimoine
thermal



Valorisation de
l'offre en
médiations



Développement
d'outils
numériques



Démarche de
marketing
territorial
participatif



Connaissance du patrimoine thermal



Un réseau d'acteurs locaux passionnés



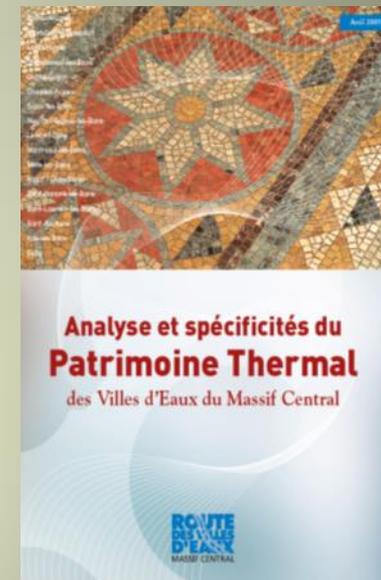
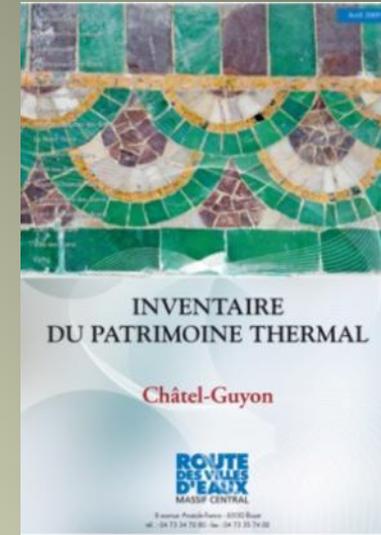
Notre Association associe tous les acteurs des stations thermales liés à la filière patrimoine (élus, techniciens, guides...) à des « Journées Partenariales » qui sont l'occasion de :

- Réflexion
- Echange d'expériences
- Prospective et innovation



Inventaire du patrimoine thermal

- Mis en place en 2009 et réactualisé en 2014
- Méthodologie :
 - Rencontre des acteurs clé
 - Repérage topographique et photographique
 - Recherche et analyse
 - Synthèse dans un dossier par station et un dossier collectif



- *Thermes et centre de bien-être*
- *Les Ressources Humaines*

LA STATION THERMALE

- *Urbanisme et signalétique*
- *Histoire et architecture thermique*
- *Sources bibliographiques*

LA STATION PATRIMOINE

LE RÉSEAU DES VILLES D'EAUX

- *Patrimoine matériel et immatériel*
- *Atouts et faiblesses (protection et médiation du patrimoine)*

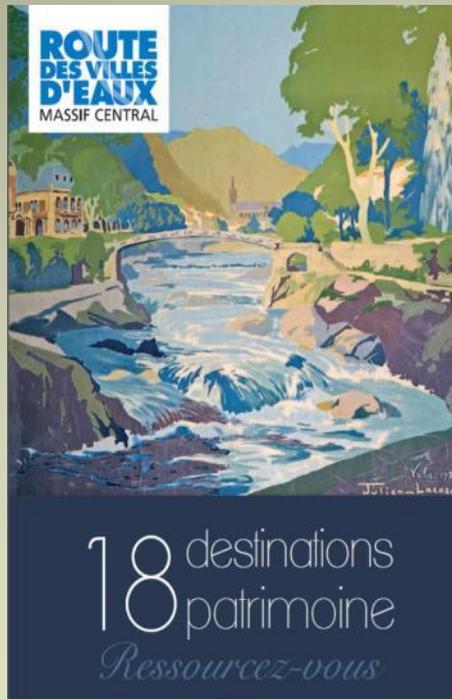
LA STATION TOURISME

- *Visites guidées*
- *Promotion et labels*
 - *Musée*
- *Evènementiel*

Valorisation de l'offre en médiations



Programme d'animations « 18 destinations patrimoine »

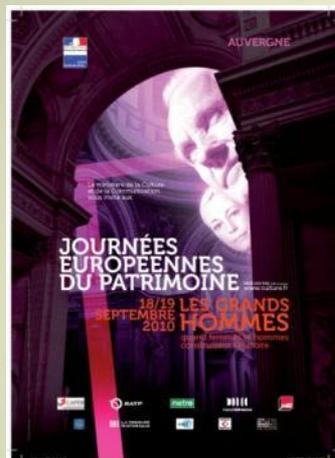
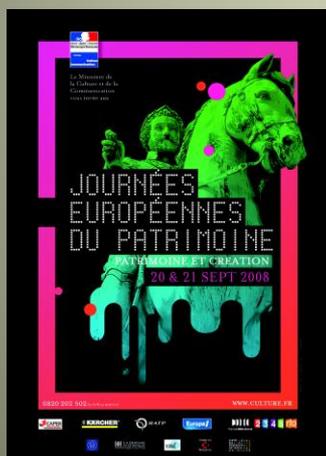


- Recense toute l'offre culturelle sur le patrimoine thermal de la saison estivale

Journées Européennes du Patrimoine



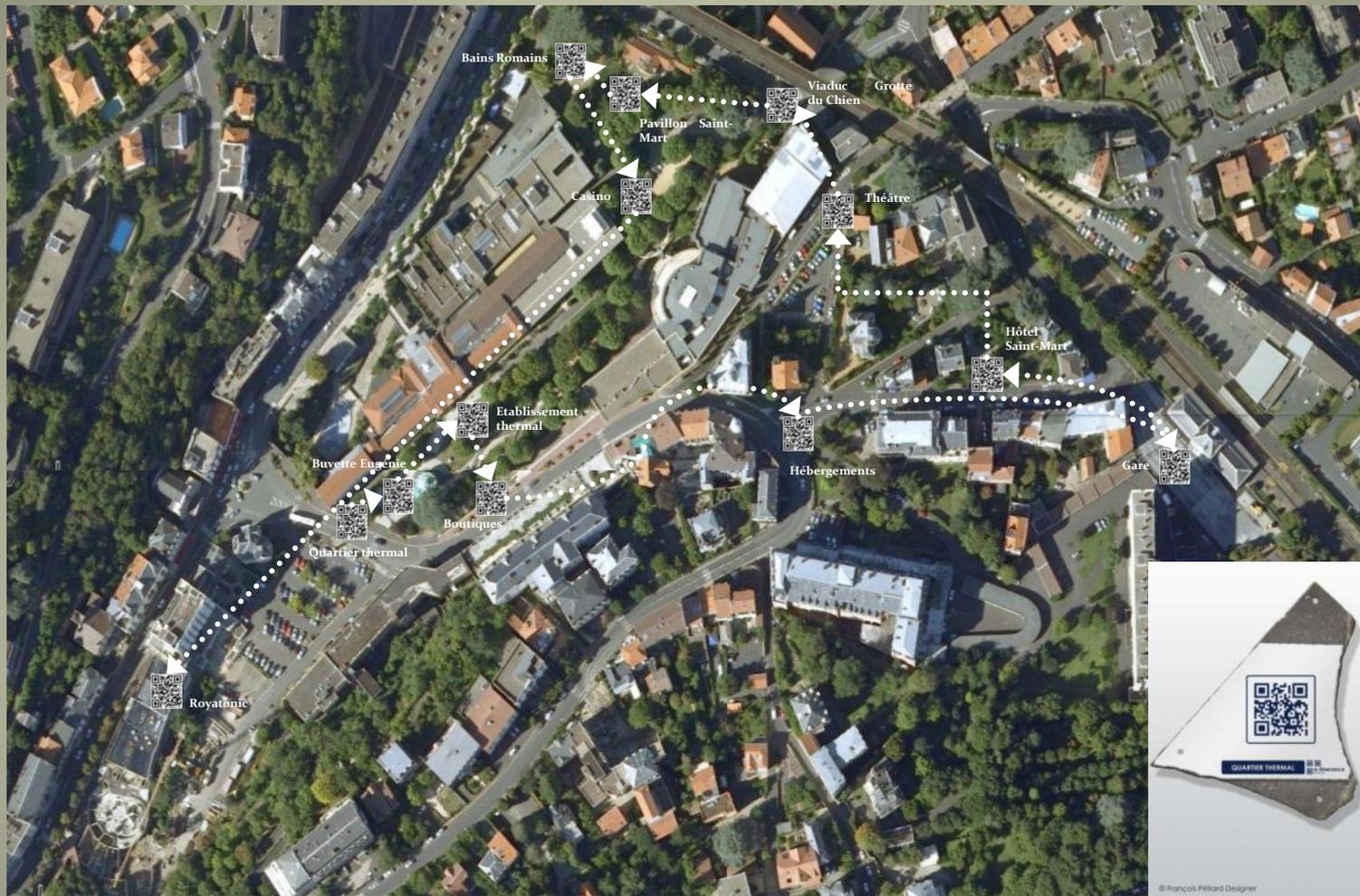
- Réflexion sur la thématique nationale et communication des animations



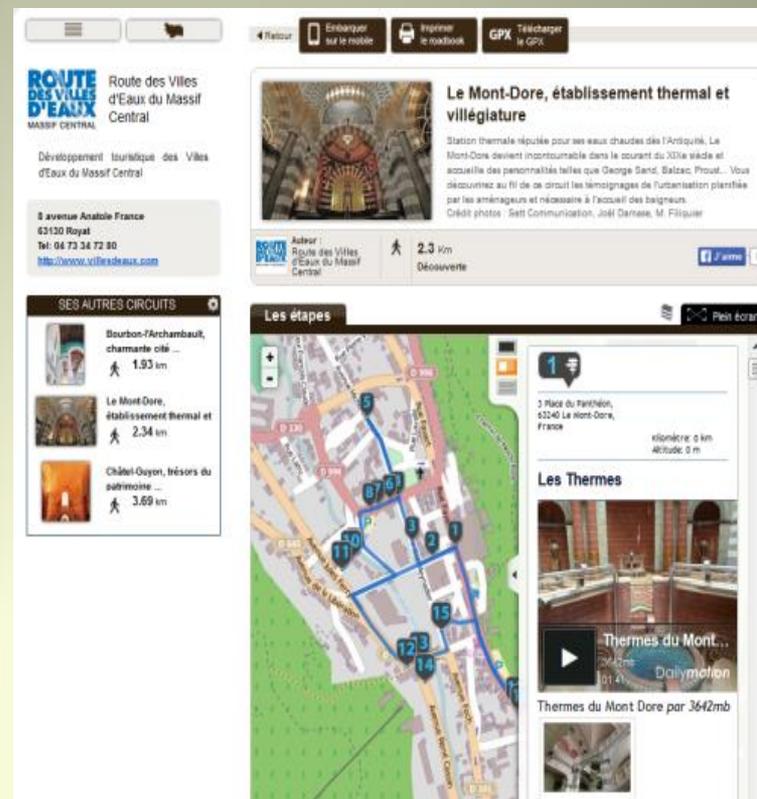
Développement d'outils numériques



Le circuit e-tinérance à Royat-Chamalières



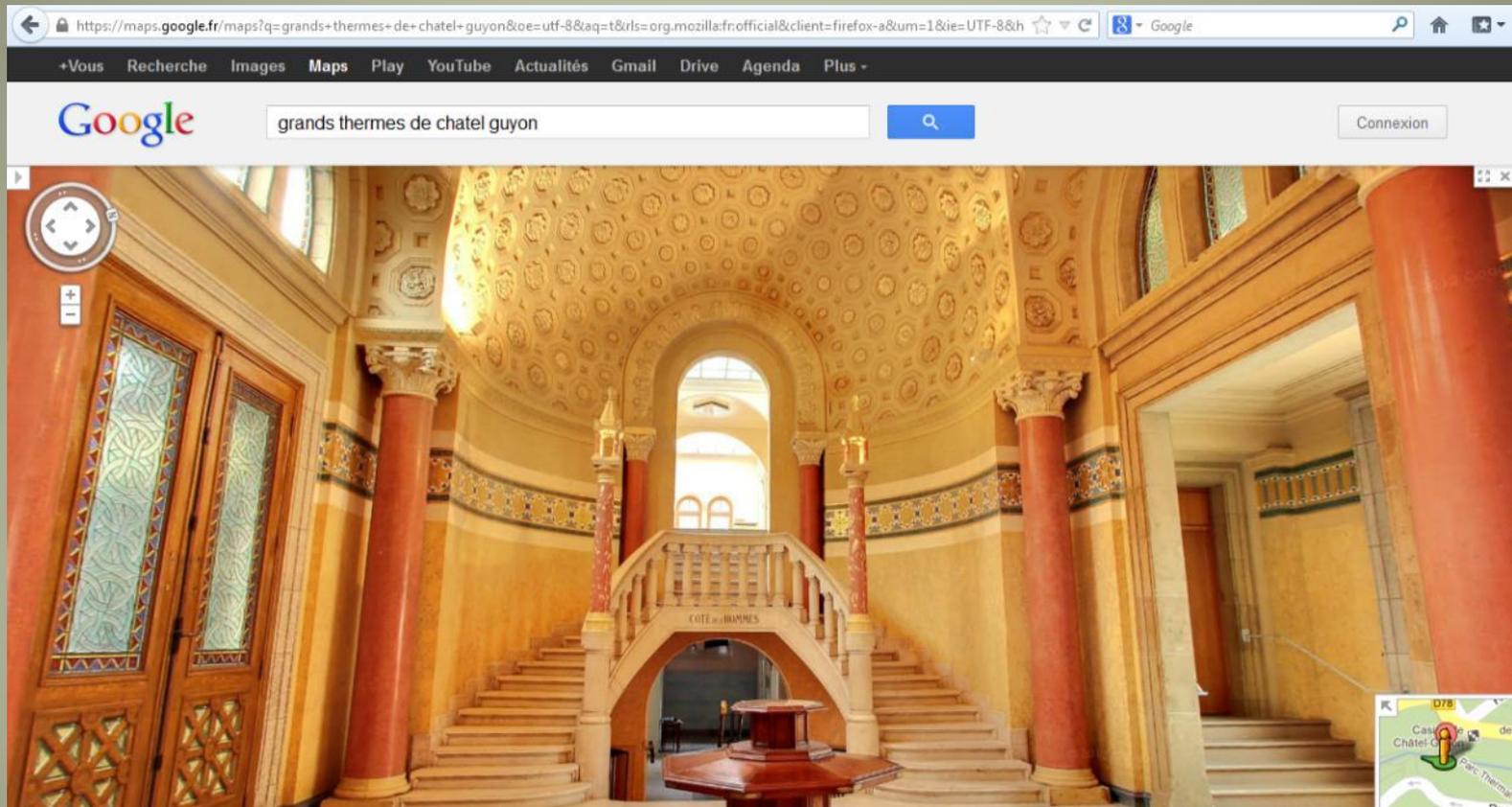
18 circuits sur la plateforme Cirkwi



The screenshot displays the Cirkwi mobile application interface. At the top, there are navigation icons for 'Retour', 'Embarquer sur la route', 'Imprimer le roadbook', and 'GPX Télécharger le GPX'. The main content area is titled 'ROUTE DES VILLES D'EAUX MASSIF CENTRAL' and describes the 'Route des Villes d'Eaux du Massif Central' as a 'Développement touristique des Villes d'Eaux du Massif Central'. It provides contact information: '8 avenue Anatole France 63130 Royat', 'Tel: 04 73 34 72 80', and 'http://www.villesdeaux.com'. Below this, a section titled 'SES AUTRES CIRCUITS' lists three other routes: 'Bourbon-Archambault, charmante cité ...' (1.93 km), 'Le Mont-Dore, établissement thermal et ...' (2.34 km), and 'Châtel-Guyon, trésors du patrimoine ...' (3.69 km). The main focus is on 'Le Mont-Dore, établissement thermal et villégiature', which includes a photo of the interior of the thermal station, a description of its history and amenities, and a map showing the route. The map is titled 'Les étapes' and shows a blue route with numbered stops (1-15) in the town of Mont-Dore. A sidebar on the right shows a list of 'Les Thermes' with a video thumbnail titled 'Thermes du Mont...' and a file size of 3642mb.



Visites virtuelles sur Google



Exposition « Les trésors architecturaux des villes d'eaux »



- En 2013 à l'occasion des 15 ans de la Route des Villes d'Eaux
- Dans les 18 villes d'eaux et au pied du puy de Dôme
- Inauguration synchronisée

Les stations thermales exploitent une eau minérale naturelle, bien précieuse aux propriétés favorables à la santé, reconnues par l'Académie Nationale de Médecine.

Distribuer par site des cubes de soins adaptés à leur usage, dans un espace sécurisé, un large panel de soins. A l'eau thermale, remise en forme, soins santé, soins thermal.

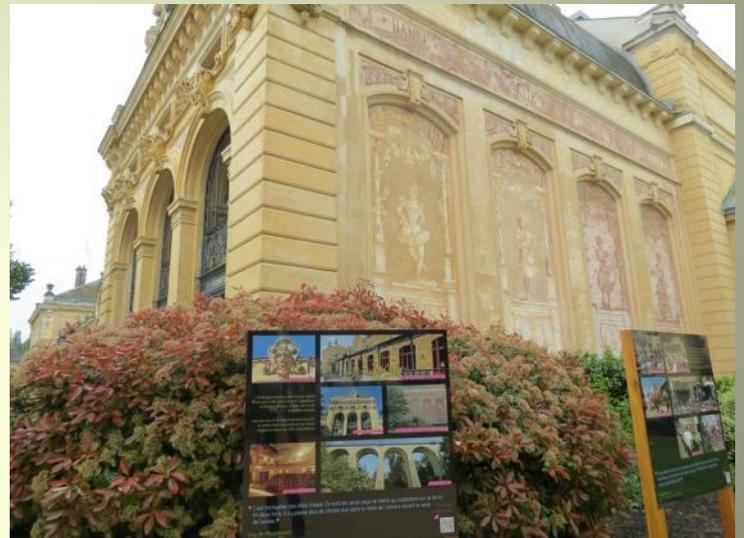
« L'incroyable richesse de son sous-sol volcanique est une source inépuisable de bienfaits, exploitée depuis l'Antiquité. Pins, le Massif central, couvre une large gamme d'indications thérapeutiques grâce à la diversité de ses eaux concentrées en sels minéraux et en oligo-éléments. »

Docteur Danièle Faure-Imbert
Présidente du Laboratoire Régional Thermal Guadeloupe - Haïti - Martinique

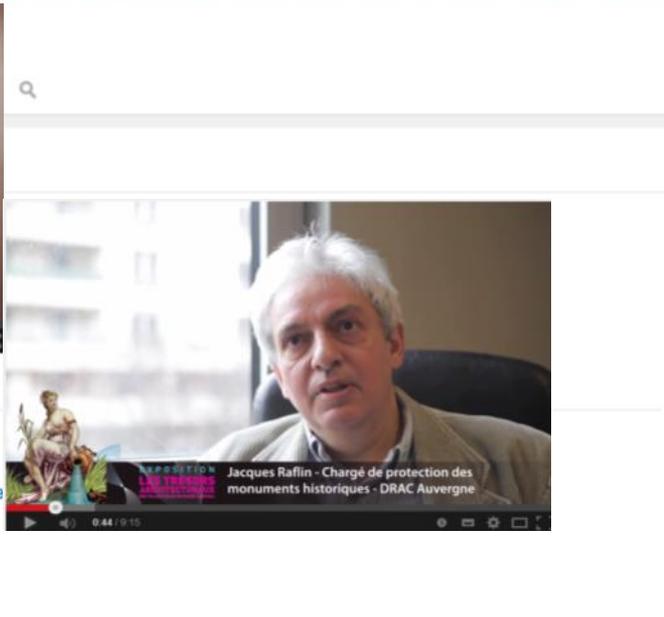
« L'établissement thermal est le chef de voûte de la station, receptrice quasi religieuse de l'eau miraculeuse. La qualité des soins, la modernité des installations, le confort et le luxe de son architecture en font la réputation de la station. »

Bernard Toulier
Conseiller en chef du Thermalisme, Directeur de l'Architecture et du Thermalisme, Programme Architectures de la Région Guadeloupe, Centre Régional Thermal

Poursuivez la découverte



YouTube



Chaînes populaires sur YouTube



Démarche de marketing territorial participatif



Stratégie



- Réflexion, groupe de travail numérique (appui sur les Animateurs Numérique de Territoire dans les villes d'eaux)
- Diagnostic numérique (positionnement numérique de notre réseau et des villes, stratégie)
- Première action : concours photo « I love villes d'eaux »

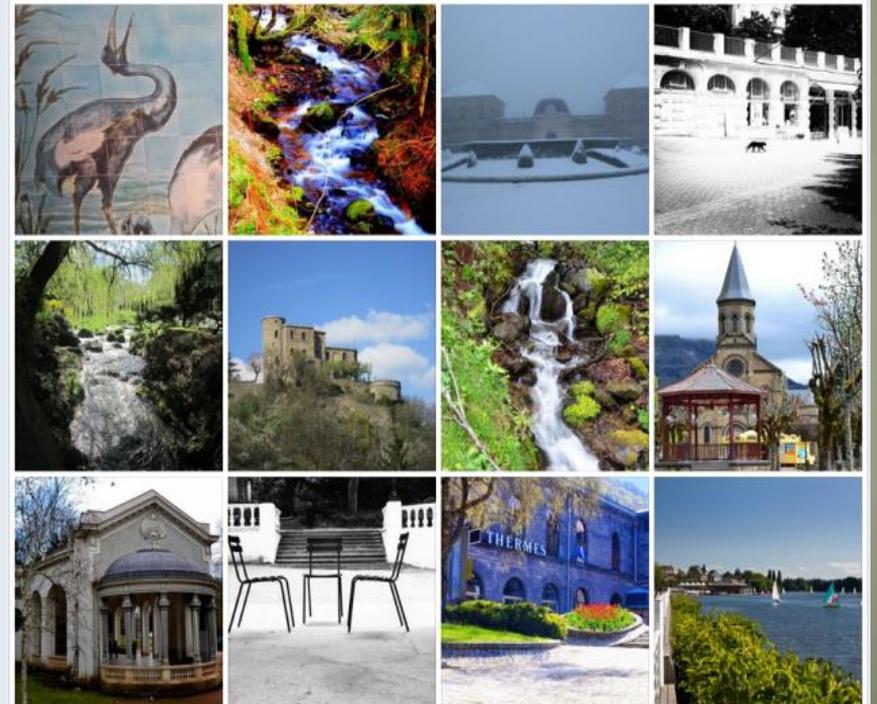
Concours photo numérique 2014

- Thématique :
architecture, eau,
environnement
- Jury composé de
professionnels des villes
d'eaux

Concours Photo Numérique
Jouez et Gagnez de nombreux lots !



1er mai > 31 août 2014



D'autres projets numériques en devenir...

- Réalité augmentée
- Chasse au trésor
- Geocaching
- Démarche d'ambassadeurs
- Site communautaire
- Déclinaison de produits marketés
- ...



MERCI DE VOTRE ATTENTION

