

# LES RENCONTRES DE L'OBSERVATOIRE DU MAAS

## ENJEUX ET BONNES PRATIQUES POUR LES POLITIQUES PUBLIQUES

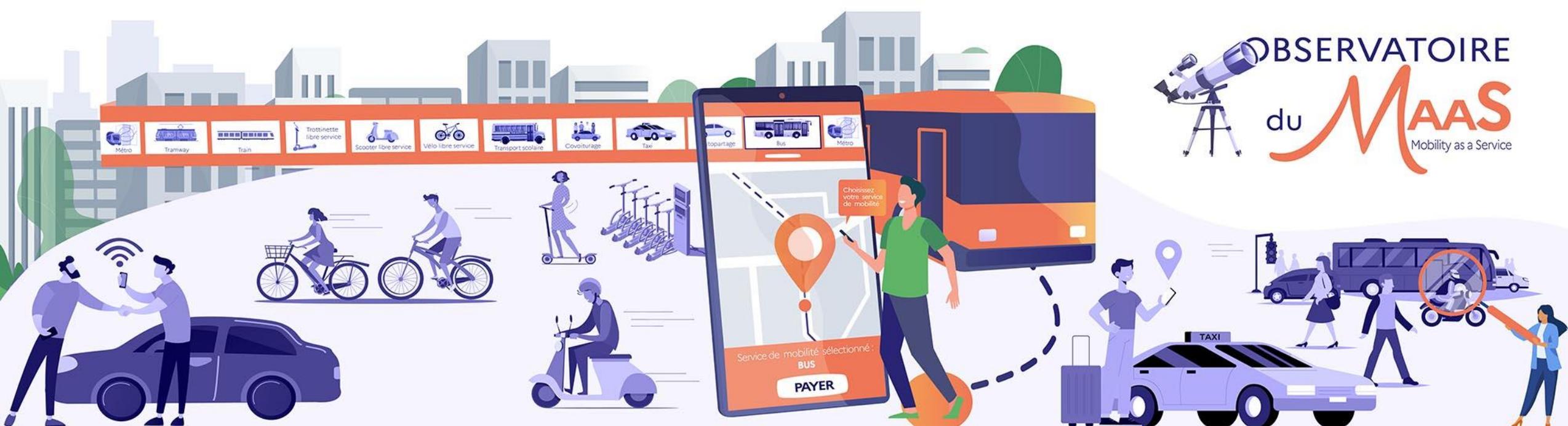
8 novembre 2022

Organisé par :



Sponsorisé par :





# MAAS & TOURISME

Corinne Flament et Clémence Favereau – FNTV

Fionn Halleman – The Mobility Heroes

Jean-Edern Rougagnou – TaxyMatch

David Riallant – Visitmoov



# REMERCIEMENTS

Membres du groupe de travail, issus des univers de la mobilité, du tourisme, du numérique

TRANZER

TAXYMATCH

ADN  
Tourisme

fntv  
fédération nationale  
des transports de voyageurs

kisio

EONA-X

spirtech

GRENOBLEALPESMÉTROPOLE

le Facilitateur de mobilité  
par JULIEN DE LABACA

MINISTÈRE  
DE LA CULTURE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

the good seat

M  
THE MOBILITY HEROES  
TOOLS FOR BETTER TRAVEL

OTIPASS

setec  
its

transdev  
the mobility company

RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

Cerema  
CLIMAT & TERRITOIRES DE DEMAIN

Visitmoov

PARIS  
Office du Tourisme  
et des Congrès

Communauté  
d'Agglomération de  
La Rochelle

b

Capitello Move  
LES NOUVELLES MOBILITÉS

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

monetech  
digital architect

MINISTÈRE  
DE LA TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



Les Rencontres de l'Observatoire du MaaS – 8 novembre 2022

Cerema  
CLIMAT & TERRITOIRES DE DEMAIN

# DIGITALISATION DU TOURISME ET DIGITALISATION DES MOBILITÉS : DEUX NIVEAUX D'AVANCEMENT DIFFÉRENTS

La concertation entre acteurs du tourisme et de la mobilité est encore exceptionnelle dans la mise en œuvre de leurs offres respectives.

## La digitalisation du tourisme

- 90% des Français planifient ou réservent leurs voyages en ligne.
- Plateforme Datatourisme, guichet unique de données: licence ouverte et format sémantique interopérable.
- Hébergements, restauration, sites, activités, événements, itinéraires.

## La digitalisation des mobilités

- Préparer et réaliser en ligne les déplacements du quotidien.
- Le MaaS est l'outil le plus abouti, mais encore rarement mis en œuvre.



# LES CONSTATS DANS LA MOBILITÉ ET LE TOURISME

Plus de 75% des mobilités touristiques se font en voiture particulière

Les systèmes de mobilité sont principalement construits pour les résidents

Les non-résidents peuvent devenir ponctuellement majoritaires dans la mobilité locale

Evolution des pratiques touristiques

Les acteurs tourisme et mobilité fonctionnent indépendamment

=> Enjeu : être prêt pour les grands évènements de 2023-2024



# PARCOURS DU TOURISTE



## Les 3 étapes du voyageur :

- En amont, lors du choix de la destination, du mode de transport longue distance (avion, train, voiture) ou de l'hébergement
- Lors de la construction du programme d'activités du séjour, qui se fait en amont ou sur place
- Sur place, lors de l'organisation d'une excursion et la gestion tout au long de sa journée (imprévu de trajet, ajout ou modification)



# LE MAAS COMME FACTEUR DE PROMOTION DE LA DESTINATION

La mobilité sur le lieu de destination reste dans l'ensemble un facteur secondaire dans le choix d'une destination et elle est peu valorisée.

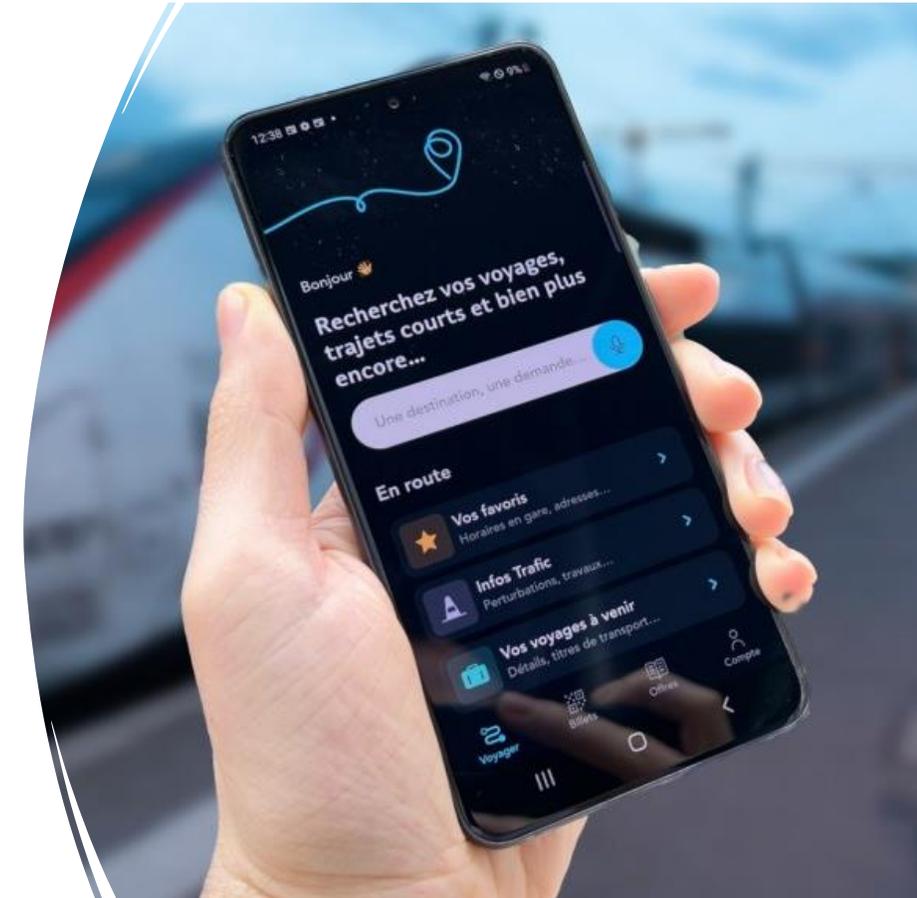
→ Exemple du Swiss Travel Pass



# LE MAAS ET LE TRANSPORT LONGUE DISTANCE

## Le transport longue distance et les trains.

→ Exemples de SNCF Connect/Trainline/Tictactrip



# LE MAAS ET L'HEBERGEMENT

Le deuxième choix structurant du séjour touristique est celui de l'hébergement sur place.

→ Exemple du Geneva Transport Card



# LE MAAS ET L'OFFRE D'ACTIVITES

Pour organiser son séjour, le visiteur doit identifier les principaux sites qu'il souhaite visiter, leur proximité les uns des autres et les moyens de s'y rendre.

- Le référencement de l'offre d'activités touristiques par les opérateurs de mobilité
- Du côté des acteurs du tourisme: Pass et MaaS
- Exemple du Pass touristique de Grenoble



# LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE RÉCHAUFFE LES RELATIONS ENTRE LES SECTEURS DU TOURISME ET DU TRANSPORT

**Le transport, 1er poste d'émission de GES pour le secteur du tourisme : 11% GES pour 7,4% PIB\***

→ L'hébergement 7%\*

**77% des 118M tonnes de CO2**

→ 80% par les visiteurs étrangers qui représentent 32% des touristes

- Changements technologiques : longs et chers, mais essentiels
- Changement d'usage : immédiat et économique, donc à promouvoir
- Transports collectifs, publics ou privés dédiés au tourisme comme l'autocar ou les taxis/vtc partagés

\* Source : ADEME 2018



# LE MAAS, SOLUTION DE RAPPROCHEMENT MOBILITE-TOURISME



## 3 “domaines” touristiques :

- Hébergement.
- Activités touristiques.
- Mobilité.

**Pour le consommateur: approche d'ensemble « une expérience de vacances ».**

**Pour les professionnels : approche segmentée.**

## Les possibilités offertes par le numérique et l'Open Data permettent :

- Rapprocher acteurs tourisme/mobilité.
- Envisager des solutions plus intégrées.
- Envisager des communications croisées, par exemple en fournissant des informations sur les offres de transport lors de la réservation d'une activité ou d'un logement.



# METTRE EN COMMUN LES DONNEES



Connecter les observatoires du tourisme et de la Mobilité.

Favoriser le partage des données et la construction d'études conjointes entre acteurs du tourisme et de la mobilité.

Expérimenter l'utilisation des données issues du MaaS  
(ex : analyse des calculs d'itinéraires)

- pour mieux identifier les pratiques des visiteurs non-résidents.
- pour développer une meilleure compréhension des mobilités touristiques sur un territoire.



# HARMONISER LES TAXONOMIES

- Une classification commune pour permettre l'échange de données entre acteurs de la donnée tourisme et de la donnée mobilité.
- Data tourisme.
- Etendre la mise à disposition des données mobilité aux informations de tarification.



Adresse de départ 

Où allez-vous ?

 Indiquez une adresse d'arrivée 

 Salons  Musées  Parc d'attraction  Sites touristiques  Stades

 Panthéon

 Notre Dame

 Tour Eiffel

 Champs Elysées

 Arc de Triomphe

 Sacré Cœur

Heure de prise en charge : 



# COORDONNER LA STRATEGIE NUMERIQUE

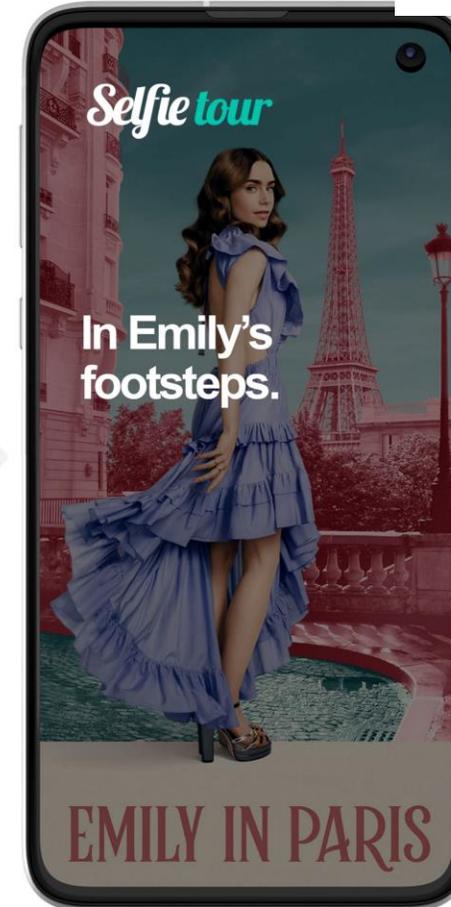
- “Smart tourism” : augmentation du niveau d’exigence des visiteurs.
- Considérer le MaaS touristique comme une vision commune qui doit se concentrer sur l’usager touristique.



# IDENTIFIER ET EXPLOITER LES MISES EN VISIBILITE DANS LA SPHERE DU NUMERIQUE

## Proposer des itinéraires touristiques dans les applications MaaS

→ Exemples de Visitmoov, Citymapper à Monaco, Google Maps avec des événements touristiques ponctuels, SNCF Connect “destinations du week-end”....



Choix Mobilité



Temps



# VERS UNE INTEGRATION FORTE ENTRE LE MAAS ET LE TOURISME?

## Pour faciliter les déplacements des touristes :

- Utiliser la même dénomination pour les signalétiques physiques et numériques.
- Préciser les conditions d'accessibilité : groupes, handicap, valises ...
- Donner un maximum de détails sur le temps de parcours, y compris quand il comprend des étapes.
- Simplifier le processus d'achat.
- Géolocaliser les POI et les intégrer dans les parcours de Mobilité.

**Valoriser la mobilité comme une activité touristique, une expérience faisant partie du voyage.**



# CONCLUSION : LES TECHNOLOGIES ÉVOLUENT ET PEUVENT CHANGER LA FAÇON DONT ON VIT LE TOURISME ET LA MOBILITÉ



## Dans le parcours touristique de demain : se déplacer mieux, pas forcément moins.

- Les possibilités de mobilité doivent être visibles pour les touristes.
- Les touristes doivent pouvoir utiliser des solutions numériques les accompagnant dans cette agilité, pour choisir le meilleur itinéraire.
- L'offre touristique doit s'adapter pour prendre en compte la mobilité...et la mobilité doit mettre en avant l'offre touristique

## Repenser les schémas de déplacements et du tourisme, tant d'un point de vue environnemental que social.

- Le tourisme a des impacts environnementaux dans les territoires où il se développe.
- Les acteurs de la mobilité évoluent dans le sens de la décarbonation, les entreprises du secteur MICE comptabilisent leurs bilans carbone

## Changer les habitudes des populations.

- Pour les amener à prendre un transport en commun (train, autocar...) pour aller à destination, ou pour utiliser des mobilités douces sur place (vélo...) ... et connecter une information transport avec une information touristique.
- Tenir compte des périodes creuses et de la saisonnalité .