Publié le 15 mai 2009

Office de tourisme : Les Sem jouent le Net

En 2011, un cinquième de la population mondiale sera connectée à Internet. Les Sem de l'hexagone ont su mettre cet outil de choix au service du développement touristique. Information, fiche produit, offre alléchante, réservation en ligne…

Avant même qu'Internet existe, les opérateurs touristiques devaient en rêver. Imaginez : un outil qui permet de développer les atouts touristiques d'une région, de montrer l'intérieur d'une chambre d'hôtel ou encore de préparer son séjour et de réserver, tout cela en temps réel !

Les Sem qui travaillent dans le secteur touristique ont tout de suite compris l'avantage de l'outil. Elles ont su l'exploiter habilement dans la gestion et le développement des offices du tourisme. La toile est devenue un formidable outil de promotion des régions, (comme avec la Sem Promotion et Innovation, Sem régionale des Pays de la Loire), des départements (comme avec la Selo, véritable portail du tourisme en Lozère) et des communes, en particulier des stations de montagne (comme la Saem Sogestar aux Rousses) ou balnéaires (comme Saint-Tropez Tourisme et Saint-Jean Activités).

La Sem des Portes du Mercantour, dans l'arrière-pays niçois, pense ainsi dépasser le simple outil d'information, pour inciter les touristes à préparer eux-mêmes un produit personnalisé qui aurait en plus l'avantage d'augmenter les réservations fermes. Sur la Côte d'azur, le web est le fer de lance d'une nouvelle approche innovante pour séduire les clients français et européens : proposer une offre forte variée en combinant les atouts Saint-Tropez (Sem Saint-Tropez Tourisme) et de Cannes (Semec). Un site Internet dédiés vient de voir le jour. Son slogan a de quoi séduire : « La Côte d'azur de vos rêves »…

Ailleurs, en Lozère, le site de la Selo (Sem départementale) qui réalise déjà 30 % du chiffre d'affaires, permettra au mois de juin une mise en liaison avec le comité départemental du tourisme, ce qui offre une complémentarité appréciable. Angers Loire Tourisme travaille toutes les possibilités

de l’outil, notamment les référencements. Le chiffre d’affaires a ainsi augmenté de près de 15 % alors que la part des ventes en ligne (22 %) peut encore être développée.