

#ET

15

les rencontres  
nationales  
du tourisme

# F3 : ONLYLYON, CAPITALE EUROPÉENNE DU SMART TOURISM



**FRANÇOIS GAILLARD**  
**ONLYLYON**



**PIERRE ELOY**  
**AGITATEURS / TOURISTIC**

#ET

15

les rencontres  
nationales  
du tourisme

# Lyon, capitale européenne du smart tourism 2019



EUROPEAN  
CAPITAL  
OF **SMART**  
**TOURISM**

**LYON** 2019



#ET

15

les rencontres  
nationales  
du tourisme

# Lyon, capitale européenne du smart tourism 2019

1. Les étapes de la candidature
2. Engagements et partenaires
3. Best practices



# 1. Les étapes de la candidature

- **Avril 2018 :**

Lancement d'un nouveau concours par l'Union Européenne invitant les villes à mettre en avant leurs bonnes pratiques en matière de tourisme intelligent.

- **Juin 2018**

Dépôt de candidature avec :

- un état des lieux de la destination sur 4 axes :
  - accessibilité
  - héritage culturel
  - durabilité
  - digitalisation
- le recensement et la mobilisation des partenaires

# 1. Les étapes de la candidature

- **Septembre 2018**

## Short list :

- La candidature de Lyon est présélectionnée avec 10 autres villes.
- Réalisation d'un nouveau document de synthèse des engagements

**Soutenance** : présentation du programme devant le jury de l'UE à Bruxelles



## 2. Les Engagements de notre candidature

### 1. Promouvoir Lyon , capitale européenne du smart tourism

- via une **stratégie digitale** : en s'appuyant sur un fort potentiel de fans et followers et le hashtag
- via des **actions de promotion**
- En accueillant la **presse** sous l'angle "smart"
- Et le **public MICE** aussi !

#LyonEUTourismCapital

### 2. Impliquer habitants et visiteurs

- **Les Lyonnais sont "smart"** : mobiliser le réseau des ambassadeurs ONLYLYON, une campagne locale d'affichage pour diffuser la "smart attitude"
- Un **accueil "smart"** en transformant le dispositif "Welcome By ONLYLYON" par "Welcome by SMART ONLYLYON",
- Des **événements Lyonnais labellisés** : Sirha, Festival des Nuits sonores, Marathon de Lyon, BAC, Fête des Lumières
- Les **outils d'accueil** : labellisation des éditions papier soit + d'1M de documents sur l'année 2019, le manifesto devient le coeur des éditos de chaque édition

## 2. Les Engagements de notre candidature

### 3. Progresser ensemble avec :

- La mise en place d'une **formation "Smart Destination"** assurée par Trajectoires de la Région AURA
- La **création du prix "Smart"** dans le cadre des Trophées du Tourisme
- Le **partage avec nos adhérents** qui recevront un kit composé d'un guide "smart destination" et un label vitrine



### 4. Agir en modèle

- Intégrer le classement **Global Destination Sustainability**
- **Un travail de valorisation** : partager les bénéfices d'être une destination "smart" avec les réseaux nationaux, européens et internationaux dans lesquels Lyon est engagée (ECM, European Citites, Lucy, Delice, etc)
- **Promouvoir l'Europe** : diffuser sur le mur d'écran du Pavillon d'accueil les films les 5 autres destinations gagnantes
- **Partage de bonnes pratiques** avec un **livre blanc online** sur les "do" et "don't" d'une destination "smart", consacrer le groupe de travail "City Branding and International Relations" d'Eurocities au Smart Tourism.

### 5. Innover avec ONLYLYON Expérience

## 2. Les partenaires de notre candidature

Ils ont contribué à l'élaboration de notre dossier de candidature :

Service Europe de



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

Service Europe de

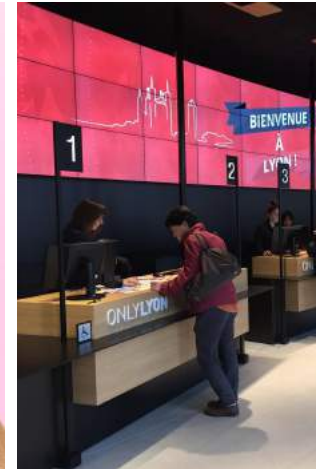
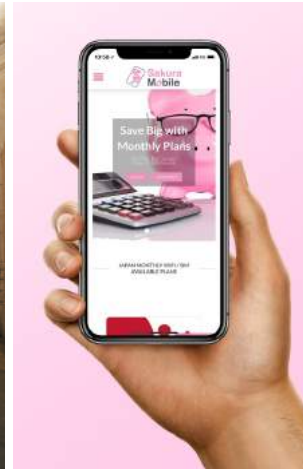
**GRAND LYON**  
la métropole



### 3. Les actions «SMART» à travers les best practices

Une récompense européenne qui fédère acteurs locaux du tourisme, institutions culturelles, visiteurs et habitants de la Métropole autour d'actions visant à porter haut les valeurs de

Respect,  
d'Accessibilité  
et de Partage



### 3. Best Practices

# Accessibilité SMART, c'est savoir s'ouvrir à tous

Une ville ouverte, à **tous les publics**, à **tous les budgets**, pour **tous les goûts**

- Lyon, gagnante de 'European City Access Award' 2018
- un partenariat avec 'Mobee Travel pour une qualification précise de l'offre accessible
- le souci d'une offre complète d'hébergements incluant en centre ville une offre bon marché attractive avec des hostels nouvelle génération



## 3. Best Practices

# Accessibilité

### LYON CITY CARD

**Giving people the keys to the city !**

Un pass RFID qui inclut :

- Les 23 musées de Lyon
- Les principales attractions touristiques (croisières, tour bus...)
- Accès illimité au réseau de transports en commun
- Visites guidées
- Des réductions et des accès prioritaires

*98% des utilisateurs recommandent la Lyon City Card !*



Disponible en version 1, 2, 3 & 4 jours  
De 25€ à 55€

### 3. Best Practices

# Durabilité SMART, c'est respecter et préserver

Un territoire préservé, une nature et des produits protégés. **L'héritage des générations futures préparé.**

- La création dès 2010 d'un label « **Ville équitable et durable** » par la Ville de Lyon



- **Accueil Vélo**

La promotion par ONLYLYON Tourisme et Congrès de la marque nationale Accueil Vélo

- qui garantit **un accueil et des services de qualité** le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance
- pour **accompagner les professionnels et les encourager à s'équiper** pour mieux accueillir ces visiteurs smart

## 3. Best Practices

# Durabilité

Lyon, « moteur » des déplacements doux



### **SUR L'EAU, EN KAYAK OU EN BATEAU**

Voir Lyon depuis l'eau, c'est porter un autre regard sur le patrimoine et les rives de ses deux fleuves.



### **SEGWAY, VELO ÉLECTRIQUE, MOBILBOARD... UNE LARGE PALETTE DE DOUCES EXPÉRIENCES**

De nombreux prestataires offrent la possibilité aux visiteurs de profiter des nombreux aménagements de la ville pour partir à sa découverte sans pollution ni gaz à effet de serre... voire sans bruit.



### **LYON CITY TREK**

Une vingtaine de parcours de randonnée urbaine permettent la découverte d'un quartier ou la déambulation au fil des fleuves. Des visites qui s'inscrivent dans une démarche de tourisme responsable.

## 3. Best Practices

# Durabilité

Tourisme d'affaires et tourisme d'agrément, le bon mix

### UNE DESTINATION « ÉQUILBRÉE »

Dans l'ensemble de ses actions, ONLYLYON Tourisme & Congrès vise l'équilibre afin de garantir aux acteurs locaux une activité lissée à la fois sur l'année, mais également une bonne répartition semaine et weekend sur les 3 cibles :

- Tourisme d'affaires
- Tourisme de loisirs
- Tourisme de proximité.

### LYON À L'ASSAUT DU



Mieux connu sous le nom de GDS-Index, cette initiative internationale, portée par les professionnels du tourisme d'affaires, vise à améliorer les performances et la responsabilité des destinations et de leurs partenaires en termes de

développement durable. Une démarche « gagnant-gagnant » pour la planète comme pour les destinations. L'enjeu est bien d'améliorer l'impact du développement des activités touristiques sur l'environnement et le cadre de vie. Parce qu'aujourd'hui déjà, choisir une destination MICE, c'est aussi choisir les engagements concrets et mesurables des destinations.

## 3. Best Practices

# Durabilité

Pour Onlylyon Tourisme & Congrès, un engagement de cohérence et d'exemplarité

En interne, lancement d'une démarche RSE, un projet collectif mobilisateur et porteur de sens pour les salariés.

Et toujours une mission de sensibilisation/information/formation des partenaires :

- Organisation de réunions thématiques
- Mise en relation avec des partenaires spécialisés (ex : Butterfly Tourism)



### 3. Best Practices

# Héritage culturel SMART, c'est la volonté de transmettre

Un **patrimoine préservé, expliqué et valorisé** pour transmettre notre histoire et nos savoir-faire

**Patrimoine mondial de l'Unesco, un héritage vivant**

Des actions auprès des habitants : La Convention Traboules

Des actions auprès des professionnels : La charte de bonnes pratiques

Des actions auprès du public :

- Le pré-accueil et l'information sur le terrain
- La médiation au cœur du Vieux-Lyon
- La réalisation d'enquêtes qualitatives





### 3. Best Practices

# Héritage culturel

Gastronomie, un héritage culturel à préserver

## BOUCHONS LYONNAIS : LE VÉRITABLE LABEL

Ce label créé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon en partenariat avec OnlyLyon Tourisme et les Bouchons Lyonnais, garantit la qualité des produits et plats proposés ainsi que l'authenticité de l'accueil et de l'ambiance des établissements sélectionnés.

22 Bouchons labellisés à ce jour

[www.lesbouchonslyonnais.org](http://www.lesbouchonslyonnais.org)



## 3. Best Practices

# Digitalisation SMART, c'est l'audace d'innover

### Les applis déjà développées

- **Traboules** : mixe un objectif de parcours de visite grâce à la géolocalisation et l'explication historique avec la réalité augmentée.
- **Murs Peints** : sur le même principe, cette application facilite la découverte d'œuvres XXL pour une 1<sup>e</sup> immersion au sein de Cité Création, des artistes spécialistes du design mural monumental.
- **Enforme@Lyon** : après la culture, le sport ! Outre des parcours forme, adaptés à tous, l'appli propose également des activités gratuites encadrées par des coaches professionnels.

### 3. Best Practices

# Digitalisation

## Expérimenter

### IGIROUETTE, LA SIGNALÉTIQUE CONNECTÉE

iGirouette® est un dispositif novateur de signalétique digitale, connectée et en temps réel qui offre un service d'informations dynamique aux piétons et aux cyclistes à l'échelle d'un quartier.

Une quinzaine d'iGirouette® ont été installées sur les quartiers de La Confluence et Gerland sur lesquelles sont affichés évènements sportifs, culturels, indication des distances (musée des Confluence, gare de Perrache), expositions etc. Pour aider le visiteur à profiter pleinement de son séjour.



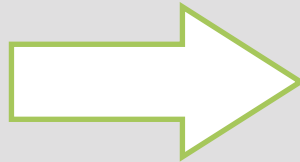
## 3. Best Practices

# Digitalisation

Innovover

L'**innovation** et la **digitalisation** au service de l'excellence de l'expérience, OnlyLyon Tourisme & Congrès lance une démarche unique en Europe.

- Accessibilité
- Héritage Culturel
- Durabilité
- Digitalisation



ONLY LYON 

Un projet de CRM de destination public/privé unique en Europe

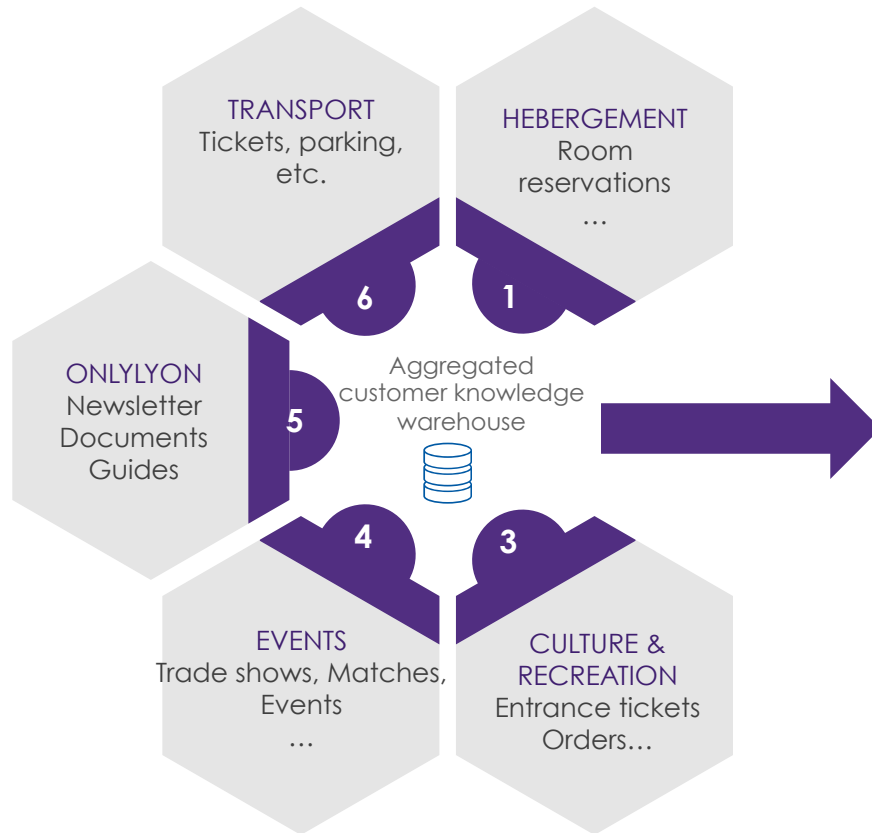
Une base de données "visiteurs" partagée par l'ensemble des acteurs de la destination et qui nous permettra de :

- favoriser la fidélité des visiteurs
- acquérir une meilleure connaissance client

afin de mettre en place une stratégie de destination optimum.

# 3. Best Practices

## THE IDEA BEHIND ONLYLYON EXPERIENCE



Nettoyer et  
dedoubler



Consolider la  
connaissance client



Campagnes  
relation clients



Benchmarking

# 3. Best Practices

## WHY ONLYLYON EXPERIENCE IS IMPORTANT ?

### GEOLOCATION

I visit the Musée des confluences with my family and pay to get in with my **Lyon City Card**. When I leave, I **get an SMS with various family activity ideas near the museum**



### LOYALTY

I came to the Swimming Pool trade show and 1 week later **received an e-mail inviting me to come back to Lyon for a family weekend**



### SATISFACTION

I **receive a "thank you" e-mail** from Only Lyon after my visit



### HOME

I reserve my room at an OnlyLyon partner hotel. 3 days before I arrive, I'm **sent customised suggestions on things to do near the hotel**



### KNOWLEDGE

Using the common data warehouse, OnlyLyon can **distinguish new customers from regular visitors and adapt content accordingly** (first-time visit v. insider secrets)







OLD TOWN, LYON-FRANCE, BY DMKF PHOTOGRAPHERS

**IN 2019**  
**CHOOSE**  
**TO FULLY**  
**LIVE YOUR**  
**LIVES**

CHOOSE LYON, ONLY LYON

**Merci !**

[LYON-FRANCE.COM](http://LYON-FRANCE.COM)

ONLY LYON 

#ET