

ChatGPT et les différents outils IA au service du tourisme

Journée du tourisme 2024, Sonceboz

Mardi 5 mars 2024

Roland Schegg

Institut de Tourisme, HES-SO Valais/Wallis, Sierre

roland.schegg@hevs.ch

Plan

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Risque / stratégie numérisation / conseils

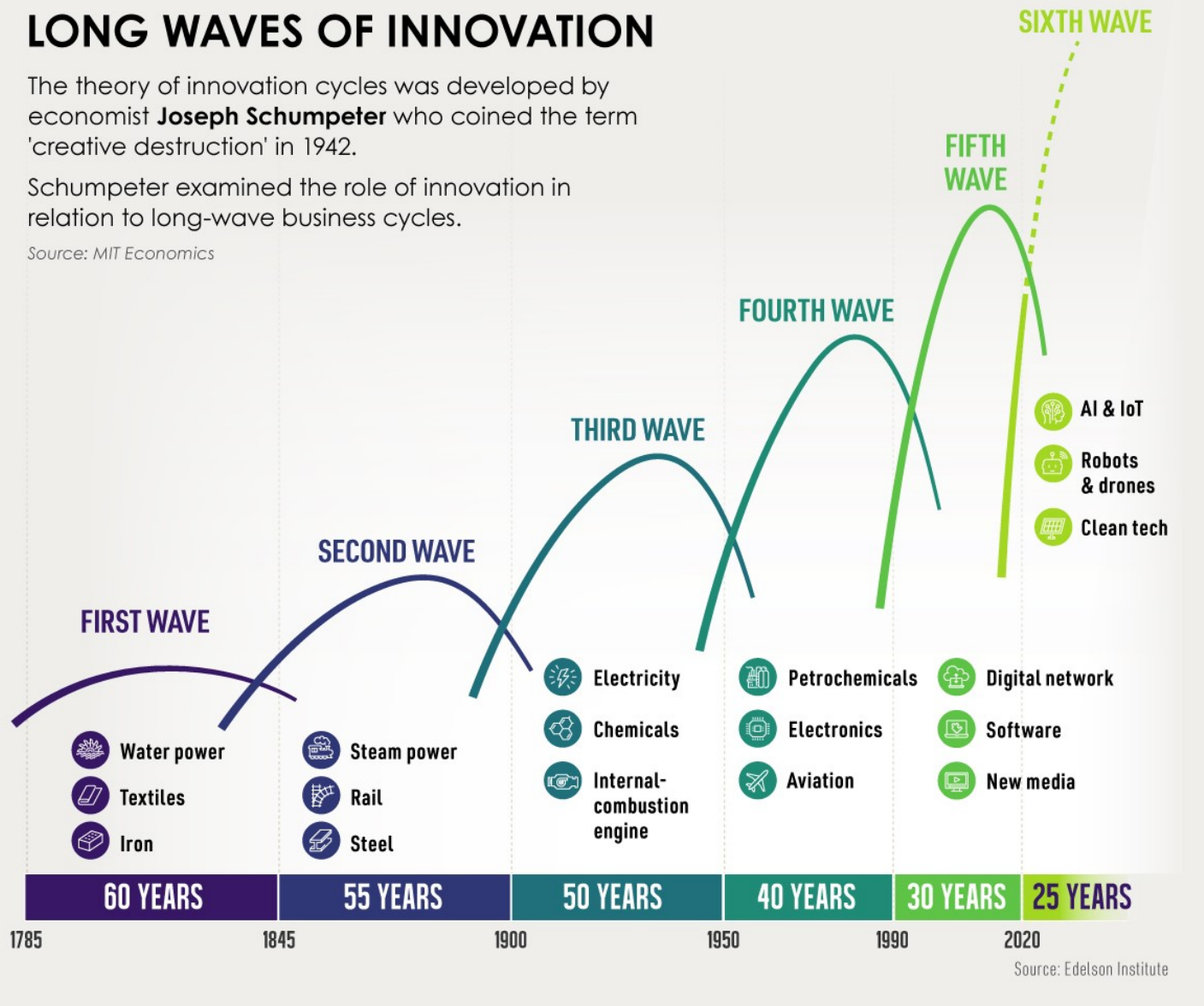
Cycles d'innovation accélérée (I)

LONG WAVES OF INNOVATION

The theory of innovation cycles was developed by economist **Joseph Schumpeter** who coined the term 'creative destruction' in 1942.

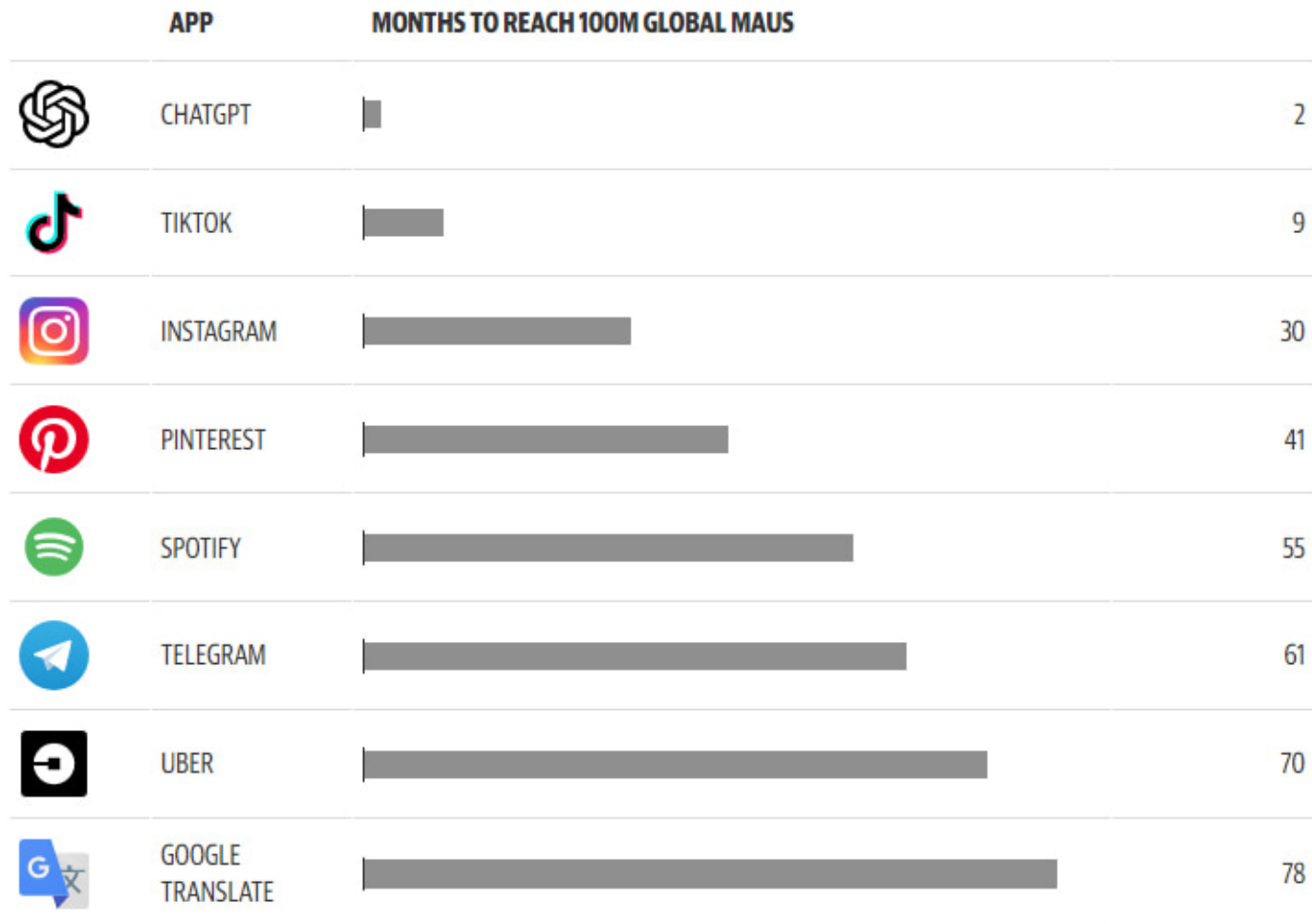
Schumpeter examined the role of innovation in relation to long-wave business cycles.

Source: MIT Economics



Cycles d'innovation accélérée (II)

Nombre de mois pour atteindre 100 millions d'utilisateurs

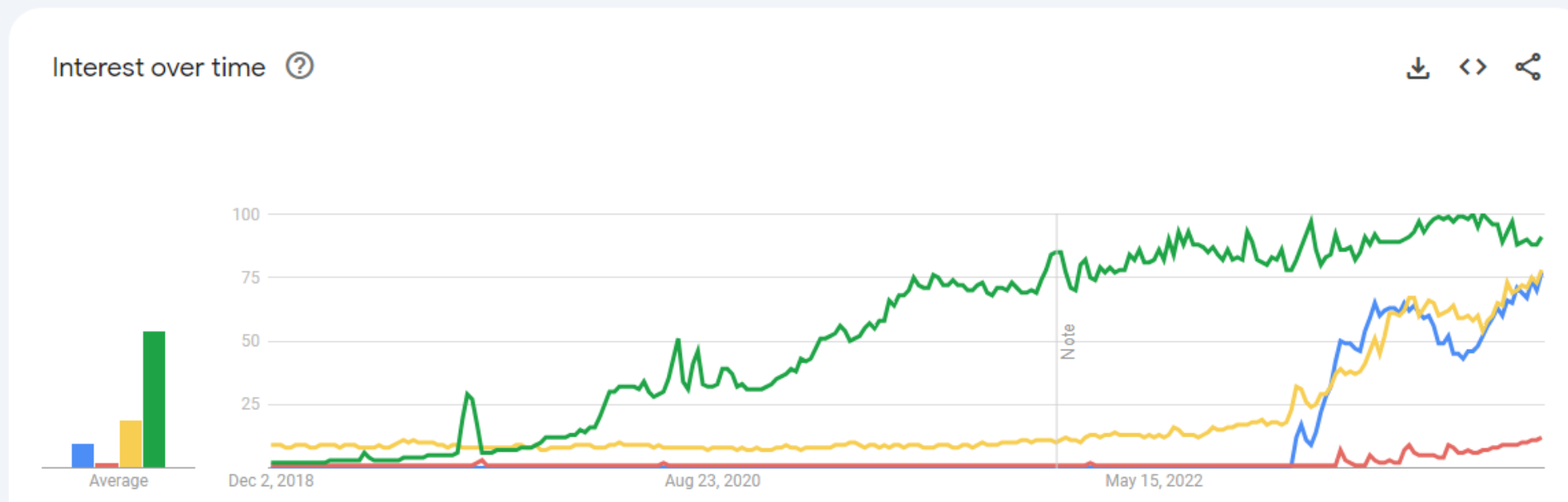


L'IA, une tendance mondiale

ChatGPT Search term | bard Search term | Artificial intelligen... Field of study | TikTok Search term | +

Worldwide | Past 5 years | All categories | Web Search

Note: This comparison contains both Search terms and Topics, which are measured differently. [LEARN MORE](#)



L'aube de l'IA et sa transformation de l'industrie du tourisme

Les origines de l'IA

- L'IA est une branche de l'**informatique** axée sur la création de machines intelligentes, un concept apparu dans les **années 1950** avec l'avènement des ordinateurs programmables.
- C'est à cette époque qu'est née l'idée que les machines pouvaient simuler certains aspects de l'intelligence humaine, ce qui a conduit au développement des premiers programmes d'IA.

L'influence précoce de l'IA sur le tourisme :

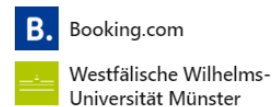
- Les premières **applications de l'IA dans le tourisme** étaient **orientées vers des tâches opérationnelles**, telles que la **rationalisation des processus de réservation** et la **gestion plus efficace des stocks d'hébergement**.
- Ces systèmes ont permis d'**automatiser les tâches de routine**, ce qui a entraîné une réduction des coûts et une amélioration de la rapidité des services au sein de l'industrie.

Comment l'IA est utilisée dans le tourisme :

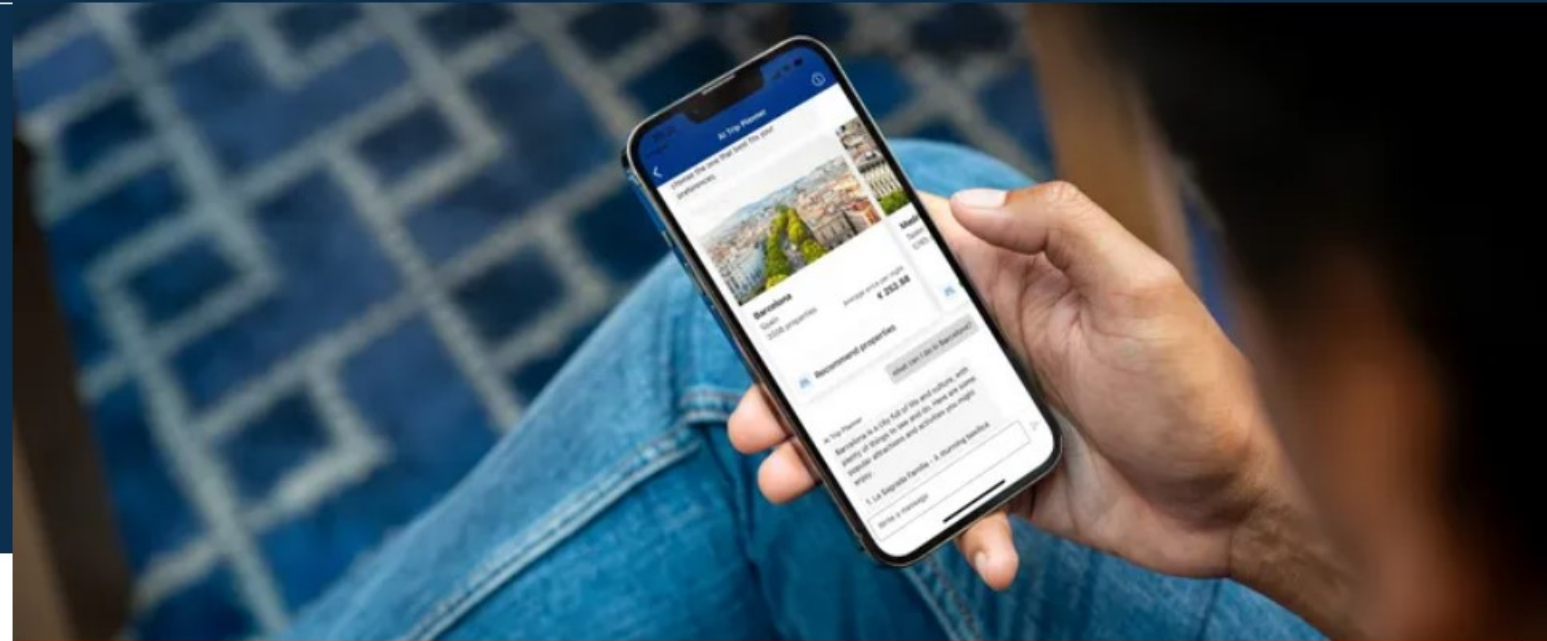
L'exemple de Booking.com



Dennis Bohle · 2nd
Fellow Scientist in Machine Learning at Booking.com
Amsterdam, North Holland, Netherlands · [Contact info](#)



PhocusWire



**BOOKING.COM ADDS CONVERSATIONAL
TRIP PLANNING WITH CHATGPT**

10,000,000,000 predictions per day

300+ live ML models

AI is being applied in more and more processes and products - Impacting **all** departments at Booking.com

400 data scientists chez Booking !

Machine Learning (ML) dans le Frontend de Booking.com

The image shows a screenshot of the Booking.com website for Amsterdam, annotated with red boxes and arrows pointing to various ML-related features. The annotations include:

- Settings of the Website:** Points to the currency selector (€) and user options (List your property, Register, Sign in).
- Products:** Points to the navigation menu (Accommodation, Flights, Car rental, Airport taxis).
- Personalized Element:** Points to a map view button.
- NLP/Topic modeling:** Points to a text box listing "3 reasons to visit: Van Gogh Museum, Coffee Shops, Red Light District".
- Metrics:** Points to a "74% reserved" gauge and a table of reservation percentages for different date ranges.
- Automatic Detection of popular hotels:** Points to a "Bestseller" badge on the Hotel Casa Amsterdam listing.
- Ranking:** Points to the "Our top picks" button and the "Only 2 rooms left on our site" text.
- Image recognition g/selection:** Points to the "Filter by" section, specifically the "Popular filters" area.

The screenshot also shows a search sidebar with filters for destination, dates, and number of guests, and a list of hotel results with details like price, review scores, and room availability.

Plan

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- **L'évolution de l'IA dans le tourisme**
 - **Les bases de l'IA et les technologies associées**
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ?



"La capacité, conférée par les humains aux machines, de mémoriser et d'apprendre sur la base de l'expérience, de penser et de créer, de parler, de juger et de décider"



Qu'est-ce que l'IA ?

What Is AI?

AI describes the broad discipline of developing machines that can emulate human intelligence by perceiving, learning, reasoning, planning, and solving problems.

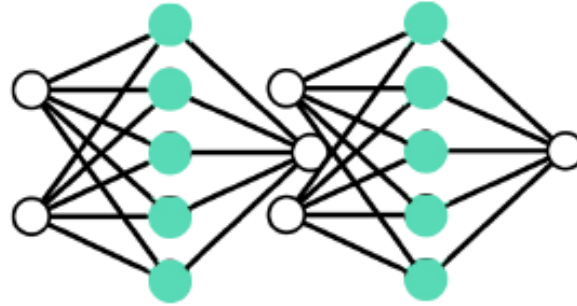
L'IA décrit la **vaste discipline** qui consiste à développer des **machines capables d'émuler l'intelligence humaine** en percevant, apprenant, raisonnant, planifiant et résolvant des problèmes.

Artificial intelligence is a machine's ability to perform the cognitive functions we usually associate with human minds.

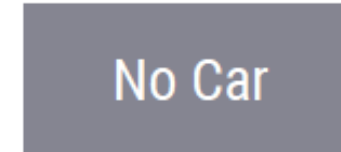
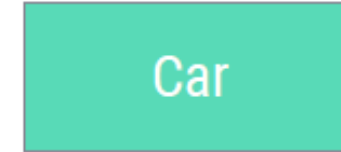
IA - Comment cela fonctionne-t-il ?



DONNÉES
(exemple : symbole d'une voiture)



Classification



Étiquette
(résultat de la classification)

DONNÉES
+
Réseaux neuronaux artificiels
+
Formation

Qu'est-ce que l'IA ? Vidéo



https://www.youtube.com/watch?v=iARAMmS_43Y

WHAT IS ARTIFICIAL INTELLIGENCE?

Machine Learning

Using sample data to train computer programs to recognize patterns based on algorithms.



Neural Networks

Computer systems designed to imitate the neurons in a brain.



Natural Language Processing

The ability to understand speech, as well as understand and analyze documents.

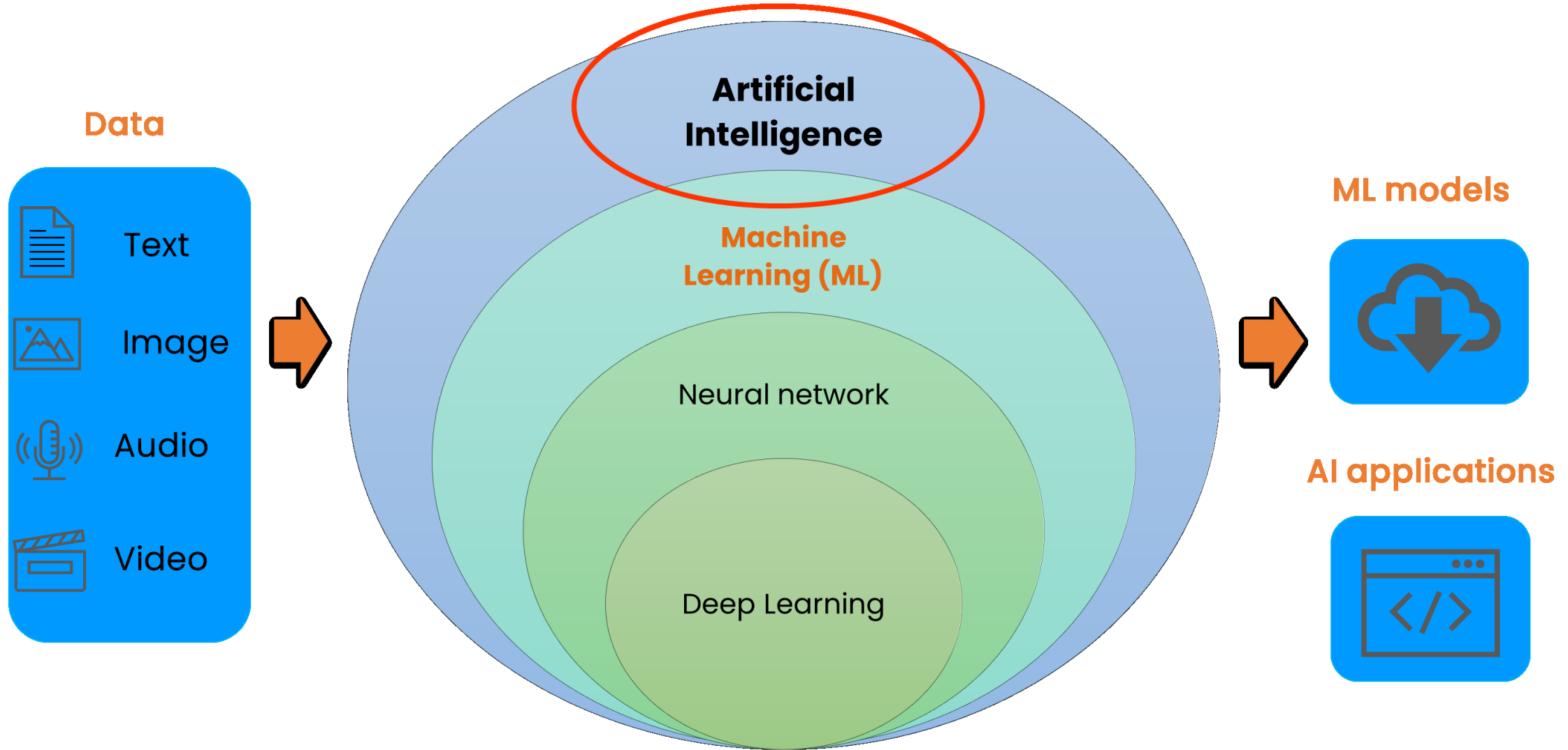


Robotics

Machines that can assist people without actual human involvement.

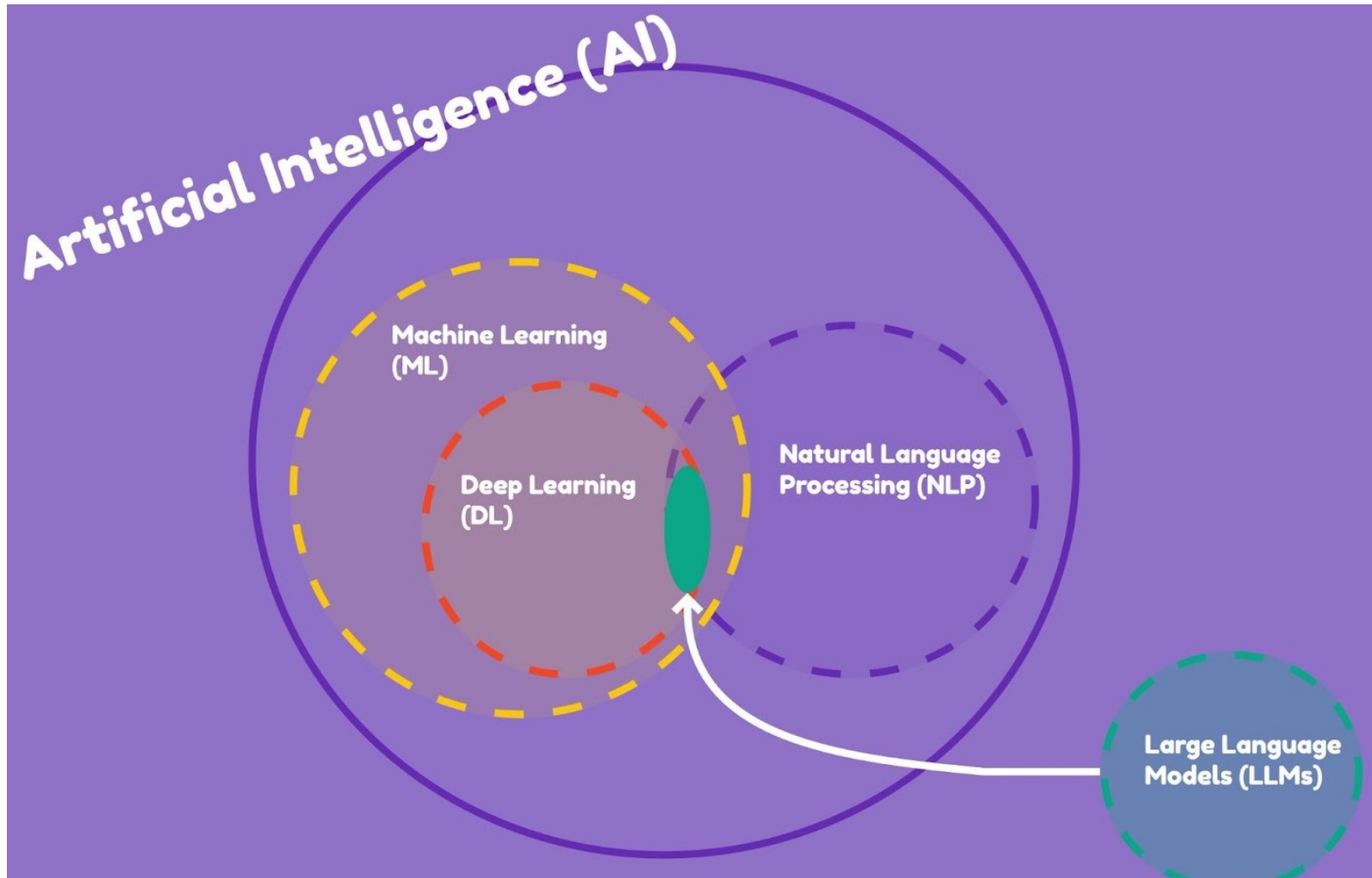


Quelques technologies associées à l'IA

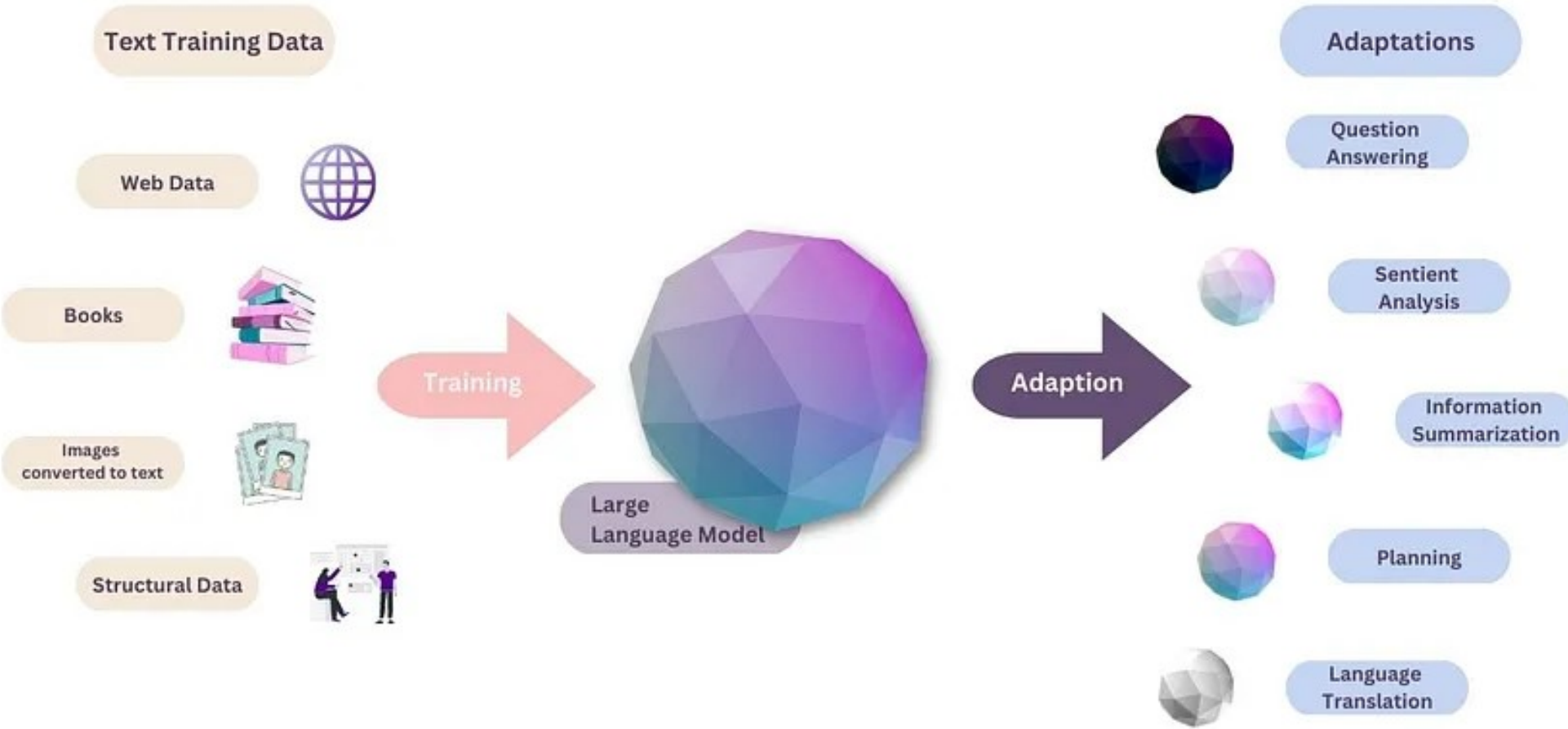


Source : (De Matteis, L, JANNY, S., NATHAN, S., SHU-QUARTIER, W., 2022)

Modèle de langage (LLM comme ChatGPT) dans le contexte de l'IA



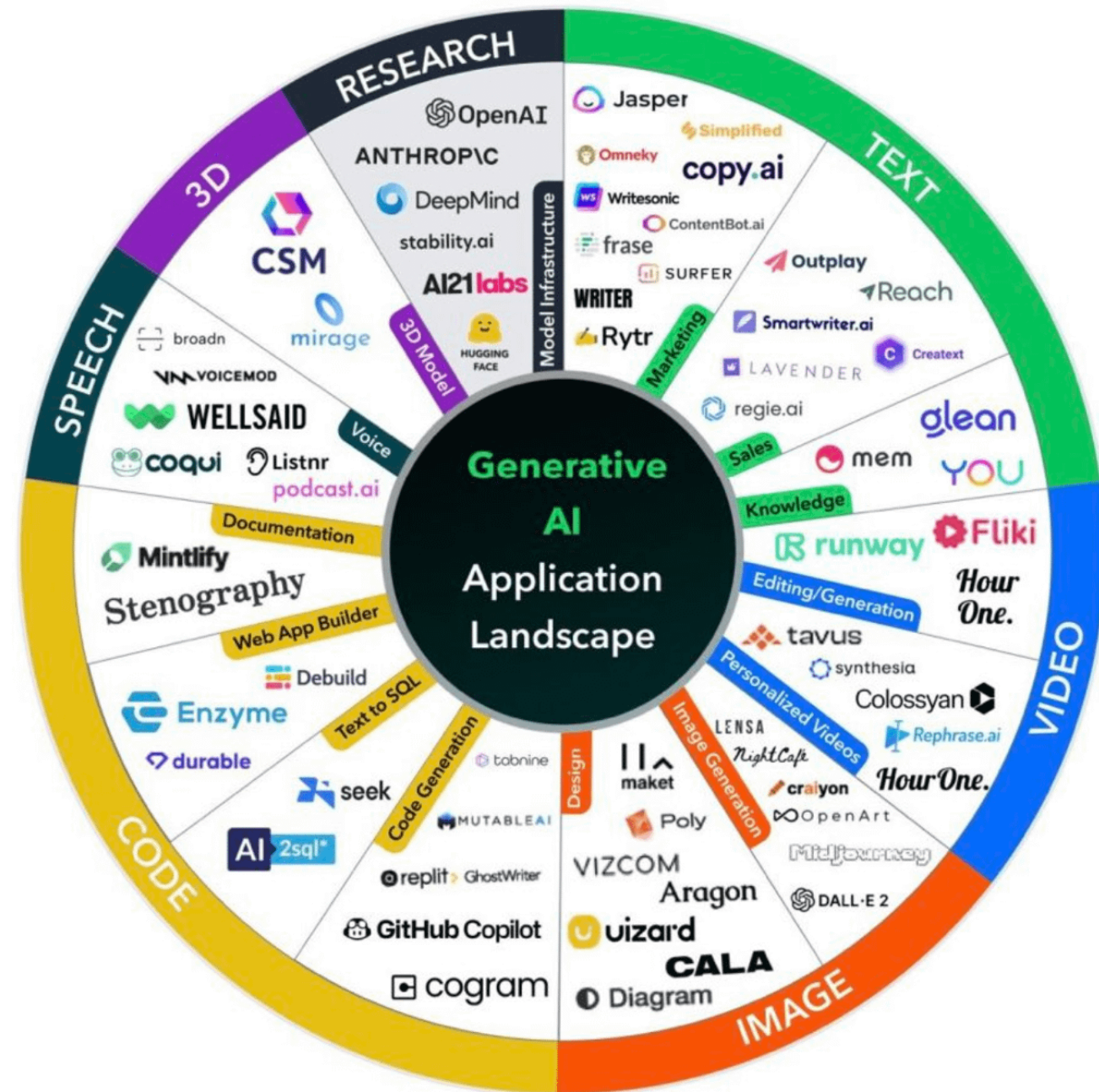
LLM = Large Language Models



<https://medium.com/@shwethamhiregowdar/large-language-models-what-they-are-and-why-they-matter-f83cb1f6f3f5>
<https://eightify.app/summary/artificial-intelligence-and-language-models/choosing-the-perfect-llm-bard-vs-chatgpt-vs-bing-vs-claude>

Visualisation du paysage de l'IA générative

L'IA générative ou l'intelligence artificielle générative fait référence à l'utilisation de l'IA pour créer de nouveaux contenus, comme du texte, du **code informatique**, des **images**, de la **musique**, de l'audio et des **vidéos**.

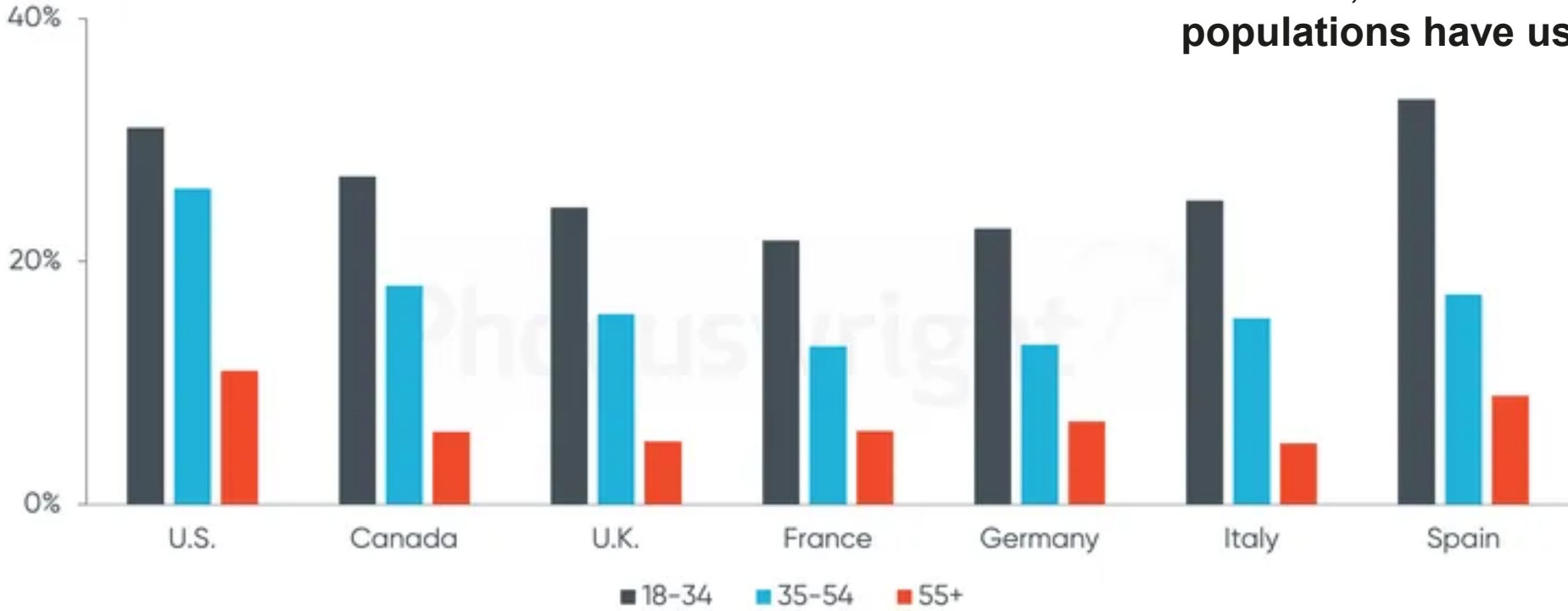


https://www.reddit.com/r/AILinksandTools/comments/13578jk/generative_ai_landscape_visualized/

Qui utilise l'intelligence artificielle générative dans le tourisme- et pour quoi faire ? Le côté CLIENT

According to Phocuswright's travel research report GenAI and Emerging Tech Use Among Travelers, between **13-22% of total traveler populations have used generative AI.**

Usage of GenAI, by Age



Question: Which best describes how familiar you are with each of the following new technologies? Generative artificial intelligence (AI) platforms such as ChatGPT or DALL-E, which allow users to harness the knowledge of the internet to automatically create content, images and recommendations
Base: Travelers (U.S. N=2,025; Canada N=1,012; U.K. N=1,017; France N=1,012; Germany N=1,028; Italy N=1,035; Spain N=1,042)
Source: Phocuswright's U.S., Canada and Europe Consumer Travel Reports 2023
© 2024 Phocuswright Inc. All Rights Reserved.



Plan

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- **L'évolution de l'IA dans le tourisme**
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - **Le rôle des données**
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Le rôle des données dans l'IA

- Au cœur des **capacités de l'IA se trouvent les données**, l'élément vital qui alimente ses processus d'apprentissage et de prise de décision. On ne soulignera jamais assez l'importance de disposer de **données fiables**, car elles constituent la **base sur laquelle les algorithmes d'IA peuvent fonctionner efficacement**.
- **Aujourd'hui, les entreprises s'appuient fortement sur les informations générées par l'IA** pour prendre des décisions éclairées, qu'il s'agisse de la gestion des stocks, de l'assistance à la clientèle, du développement de produits ou des campagnes publicitaires.
- Cependant, le vieil adage "**garbage in, garbage out**" reste vrai. **De mauvaises données peuvent conduire à des conclusions erronées** et à de mauvaises décisions, entraînant des pertes financières et des opportunités manquées.

ChatGPT est formé sur le modèle en utilisant l'apprentissage par renforcement à partir du feedback humain. Le modèle GPT 3 est entraîné sur 175 milliards de paramètres, tandis que le **modèle GPT 4 est entraîné sur plus de 1 000 milliards de paramètres**. ChatGPT est entraîné sur **300 milliards de mots**. ChatGPT dispose de 570 gigaoctets de données textuelles.

[https://www.demandsage.com/chatgpt-statistics/#:~:text=15\)%20ChatGPT%20Training%20Statistics,570%20gabytes%20de%20données%20textuelles](https://www.demandsage.com/chatgpt-statistics/#:~:text=15)%20ChatGPT%20Training%20Statistics,570%20gabytes%20de%20données%20textuelles)

Le "problème" des données (avant l'ère de l'apprentissage automatique)

UNSTRUCTURED DATA

Over 90% of all recorded human knowledge is **unstructured data**



Un écosystème numérique de plus en plus complexe dans l'hôtellerie, avec des données partout, souvent en silos.



Image générée par Midjourney

Un écosystème numérique complexe avec de multiples solutions numériques. Le paysage de l'hôtellerie

<p>CM</p>	<p>POS</p>	<p>Check</p>	<p>BAT</p>
<p>IBE</p>	<p>TAB</p>	<p>REV</p>	<p>LIV</p>
<p>PMS</p>	<p>REP</p>	<p>House</p>	<p>InRoom</p>

- BAT = Gestion technique du bâtiment*
- Check = Check-In / Check-Out*
- CM = Channel Manager*
- IBE = Internet Booking Engine*
- InRoom = In-Room Entertainment*
- LIV = Commande de livraison*
- PMS = Property Management System*
- POS = Point of Sales System*
- REP = eReputation management*
- REV = Revenue Management System*
- TAB = Réservation de table*

Ordre du jour

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- **Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme**
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Segments (Marketing)

Forecasts



Discovery



Planning



Generation



IA générative ->
texte, photo,
vidéo
(ChatGPT et co)

AI is a revolution in digital transformation



Facial recognition

Reconnaissance d'images



Natural language processing

(PNL)



Robotics



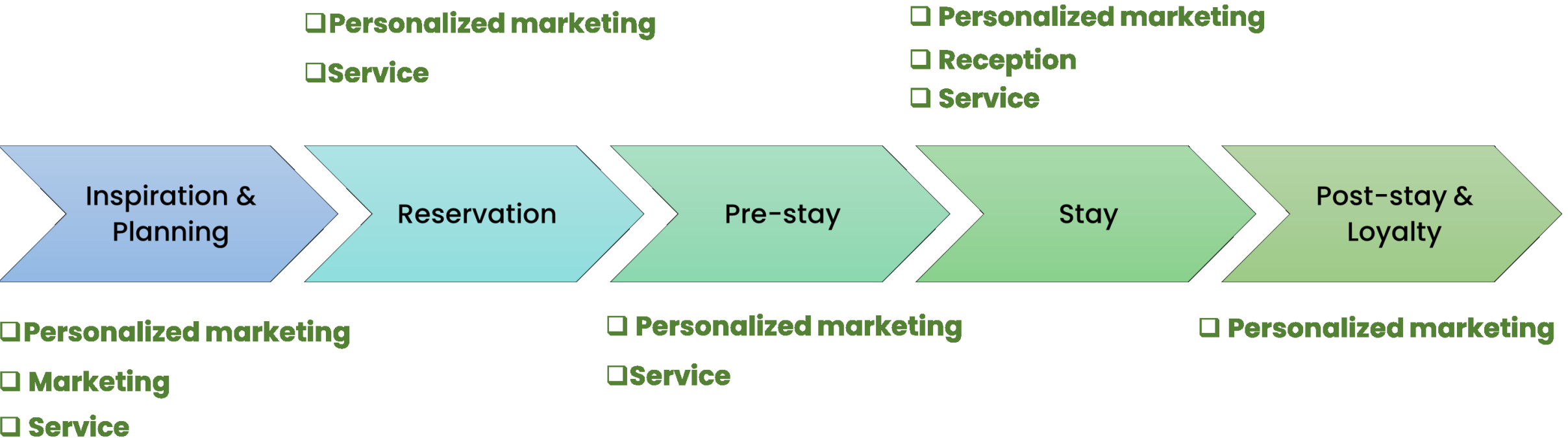
Control

B2C -> Interactions basées sur l'IA tout au long du parcours client

✓ Reservations

✓ Marketing

✓ Personalizing the customer experience



L'IA dans le tourisme : Backoffice ("gestion

Administrative service / Finance / HR / Reception

Real-time revenue
management

Predictive analytics

Staff planning

Marketing

Customer profiling

Predictive analytics

Generative AI

Collection of information
regarding customer
preferences

Establishment

Predictive maintenance

Optimization of energy
and water consumption

CCTV system

F&B

Table management

Solution to measure and
monitor food waste

- ✓ **Reservations**
- ✓ **Marketing**
- ✓ **Administrative services**
- ✓ **Personnel planning**
- ✓ **Finance**
- ✓ **Operational processes**

Google Gemini et l'impact en tourisme, par Frédéric Gonzalo

Techno · publié le 22 février 2024 · [Commenter](#)

Email

Post

Imprimer

On parle beaucoup depuis un an d'intelligence artificielle (IA) générative, un sujet qui revenait d'ailleurs dans plusieurs articles du dernier [dossier tendances de TourismExpress](#). On parle ainsi beaucoup de **ChatGPT**, mais aussi de **Canva**, de **MidJourney**, de **Jasper**, **Poe**, **Claude** ou encore **Synthesia**, autant d'outils qui nous aident à générer du texte, des images, du code, de la musique, de la vidéo et tutti quanti!

Mais depuis le 8 février dernier, un nouveau joueur est enfin disponible au Canada : **Google Gemini**. Comme je l'évoquais dans un récent article paru sur mon blogue, [Google Gemini est un véritable rival potentiel pour ChatGPT](#) et sera un acteur incontournable en tourisme. Pourquoi?

Parce ce que c'est Google!



https://tourismexpress.com/nouvelles/google-gemini-et-l-impact-en-tourisme-par-frederic-gonzalo?mc_cid=167f215353&mc_eid=2a4b105ea1

L'IA, Google et le Tourisme

Google se positionne comme un **acteur majeur dans l'écosystème du voyage**, potentiellement en devenant une super application de tourisme grâce à Google Gemini.

Ce service intégrerait **Google Maps, Flights et Hôtels**, offrant une **expérience de planification de voyage hautement personnalisée et efficace**.

Avec la possibilité d'exploiter la génération de contenu par intelligence artificielle (IA) via Gemini, Google pourrait révolutionner la recherche de voyage en s'appuyant sur des modèles de langage avancés pour fournir **des informations et suggestions sur mesure, directement influencées par les données personnelles des utilisateurs recueillies via Gmail et l'historique de réservations**.

Hotels | Biel/Bienne :

Tomorrow Mon, 4 Mar 2 Top-rated Budget options Free cancellation For tonight

City Hotel Biel Bienne CHF 106 4.1 ★ (640) · 3-star hotel DEAL 22% less than usual

Courtyard Biel/Bienne CHF 172 4.2 ★ (34) DEAL 20% less than usual

Mercure Plaza Biel CHF 170 4.2 ★ (771) · 4-star hotel Casual hotel with dining & a jazz bar

Art Déco Hotel Elite CHF 175 4.1 ★ (490) · 4-star hotel Art deco-style lodging with dining & gym

Round trip 1 Economy

Geneva ↔ Tenerife Sun, Mar 10 Sun, Mar 10

All filters Stops Airlines Bags Price Times Emissions Connecting airports Duration

Track prices Mar 10 Any dates Date grid Price graph

Best departing flights

Ranked based on price and convenience Prices include required taxes + fees for 1 adult. Optional charges and bag fees may apply. Passenger assistance info. Sort by:

	7:00 AM – 1:45 PM Separate tickets booked together · easyJet, Iberia...	7 hr 45 min GVA-TFS	1 stop 2 hr 35 min MAD	221 kg CO2e -17% emissions	CHF 212 round trip
	7:00 AM – 2:20 PM Iberia · Operated by Iberia Express	8 hr 20 min GVA-TFN	1 stop 3 hr 20 min MAD	249 kg CO2e -6% emissions	CHF 352 round trip
	9:45 AM – 2:35 PM Vueling · Iberia	5 hr 50 min GVA-TFN	1 stop 55 min BCN	236 kg CO2e -11% emissions	CHF 437 round trip

Ordre du jour

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - **Personnaliser l'expérience du client**
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Personnaliser l'expérience du client

- **Recommandations personnalisées** : Suggestions d'activités basées sur les préférences passées des visiteurs (randonnée, ski, détente, etc.).
- **Adaptation des séjours** : Proposer des formules sur mesure (week-ends de ski, retraites bien-être à la montagne, etc.)
- **Assistance virtuelle** : des chatbots spécialisés fournissent des informations sur les conditions météorologiques, les pistes ouvertes, etc.
- **Retour d'information en temps réel** : recueillir et intégrer le retour d'information des clients afin d'améliorer continuellement les services.

Personnalisation de l'expérience client : la connaissance du client comme base

What airlines know

- 18 flights in last 2 years
- Almost always books direct flights in the morning

What others know

- Married with 2 kids and loves the beach
- Prefers Italian food options
- Only books rental cars when traveling to Florida

Has fare alerts to Seattle, San Diego, and Denver

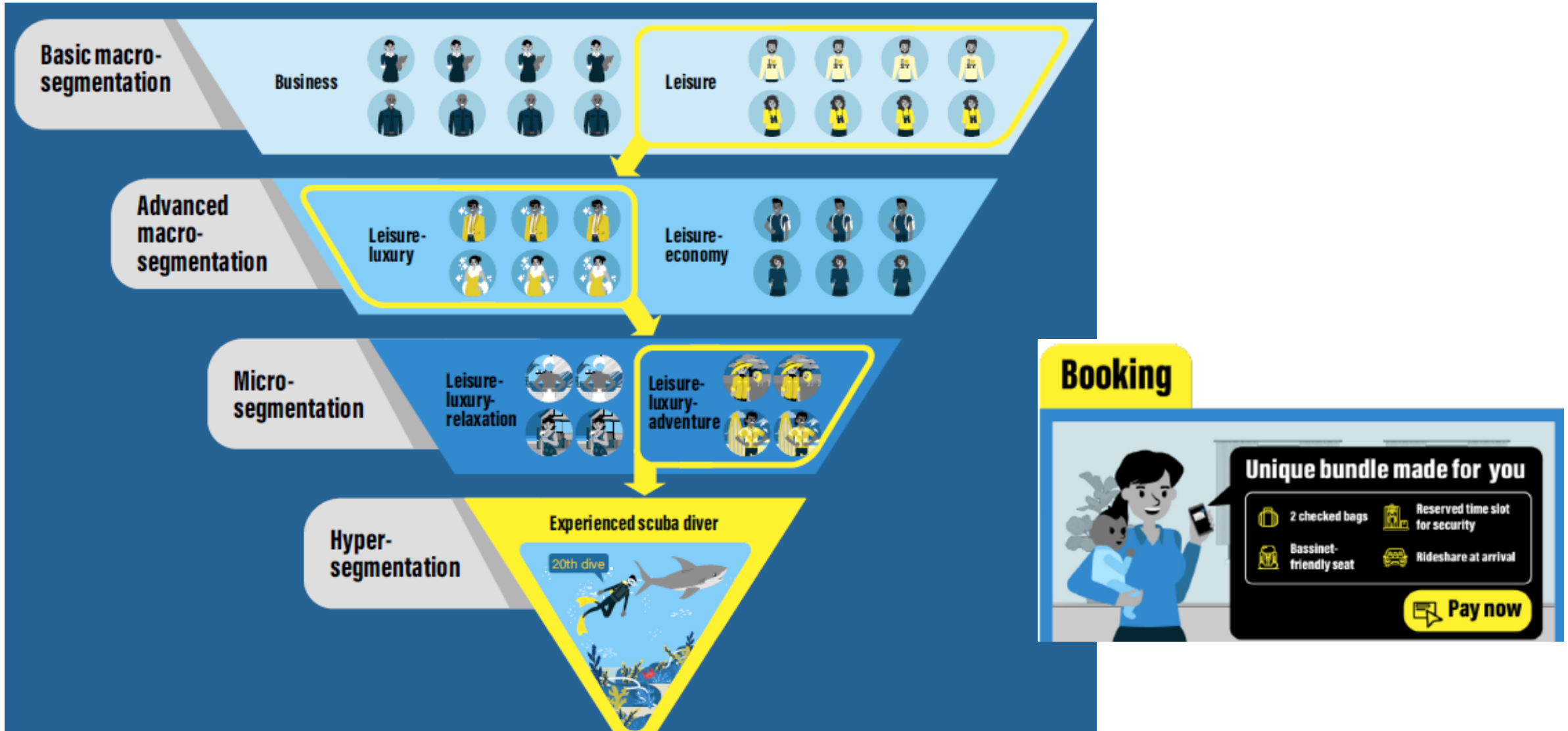
Prefers aisle seat

Gluten free, buys food on 30% of flights

Favors Airline X itineraries within a \$375 premium

Loyal to Hotel Y

Personnalisation de l'expérience client : Hyper-segmentation



Personnalisation de l'expérience client : Destination Bot

Theo - AI Concierge Basel

Hallo , je m'appelle Théo, le AI Concierge de Bâle et je suis actuellement en formation. Comment puis-je aider ?

Où puis-je trouver des informations sur la foire d'automne de Bâle ?

Où puis-je acheter un wrap au poisson ?

Que je peux faire avec une famille à Bâle aujourd'hui?

Aujourd'hui à Bâle, il y a plusieurs activités que vous pouvez faire avec votre famille. Vous pouvez commencer par visiter le Zoo de Bâle, qui est le plus ancien zoo de Suisse et qui abrite de nombreux animaux exotiques. [1] Si vous préférez une activité en plein air, vous pouvez vous rendre dans l'un des nombreux parcs de la ville, comme le Parc de la Citadelle ou le Parc Kannenfeld, où vous pourrez vous promener, pique-niquer et profiter du beau temps. [2] Si vous êtes intéressé par l'histoire, vous pouvez visiter Augusta Raurica, une ancienne ville romaine située à proximité de Bâle, où vous pourrez découvrir les vestiges d'un théâtre antique et d'une colonie romaine. [1] Enfin, si vous préférez faire une activité plus ludique, vous pouvez participer à une chasse au trésor avec Basil, le célèbre personnage qui vous fera découvrir la ville de manière amusante. [2] Quelle que soit l'activité que vous choisissez, vous passerez une excellente journée.

Sources :

- [1] [loisirs-excursions-avec-des-enfants-avec-des-enfants-basil](#)
- [2] [avec-des-enfants-basil](#)

<https://www.basel.com/de/business/basel-tourismus>

Quelle est la météo du jour?

La météo d'aujourd'hui à Bâle est nuageuse avec quelques averses. Il fera entre 11,4°C et 14,9°C. Donc, n'oubliez pas votre parapluie au cas où vous sortiriez ! [*]

Sources:
[*] internes Dokument

Personnalisation de l'expérience client : Destination Bot

Theo - AI Concierge Basel ✕

Hallo , je m'appelle Théo, le AI Concierge de Bâle et je suis actuellement en formation. Comment puis-je aider ?

Où puis-je trouver des informations sur la foire d'automne de Bâle ?

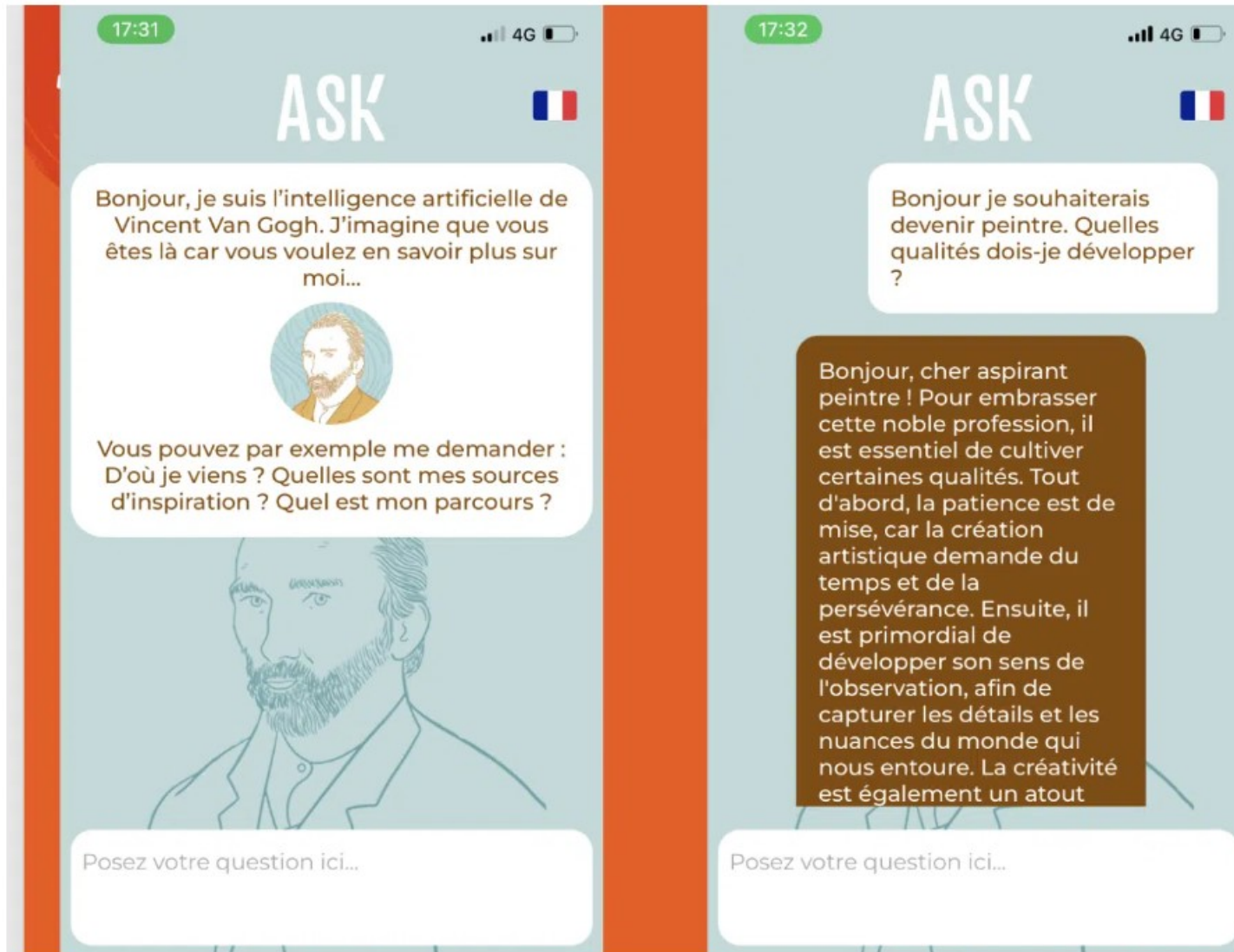
Où puis-je acheter un wrap au poisson ?

¿Qué puedo hacer hoy con una familia en Bâle?

¡Claro que sí! Hoy en Basilea hay varias actividades que puedes hacer con tu familia. Una opción es visitar el Zoológico de Basilea, que es el zoológico más antiguo de Suiza y alberga una gran variedad de animales exóticos. También puedes aprovechar el buen clima y pasar el día en uno de los hermosos parques de la ciudad, como el Parque de la Ciudadela o el Parque Kannenfeld, donde podrás pasear, hacer un picnic y disfrutar del aire libre. Si te interesa la historia, puedes visitar Augusta Raurica, una antigua ciudad romana ubicada cerca de Basilea, donde podrás explorar los restos de un teatro antiguo y una colonia romana. Y si buscas algo más divertido, puedes participar en una búsqueda del tesoro con Basil, el famoso personaje de Basilea, que te guiará por la ciudad de una manera divertida e interactiva. ¡Sea cual sea la actividad que elijas, estoy seguro de que pasarás un día maravilloso en familia en Basilea!



L'IA dans les musées: Chatbot personnalisé



Chatbot développé par Ask Mona pour le Musée Van Gogh, en France.

Ordre du jour

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - **Gestion optimisée des ressources**
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



Gestion optimisée des ressources: PlaynVoice

L'intelligence artificielle vole au secours des écoles de ski suisses

Les écoles de ski suisses font appel à l'intelligence artificielle pour tenir la cadence face à la forte demande et à la pénurie de main-d'œuvre. Une start-up zurichoise a comblé ce manque grâce à un voicebot qui répond aux appels téléphoniques des clients.

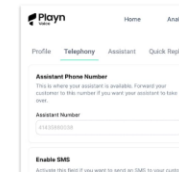
<https://www.watson.ch/fr/soci%C3%A9t%C3%A9/ski/279684134-dans-ces-ecoles-de-ski-suisses-c-est-un-robot-qui-repond-au-telephone>

Personnalisation de l'expérience client : PlaynVoice



The voicebot that simply works

Introducing PlaynVoice: the AI-driven phone assistant for SMBs. Experience effortless setup, significant cost savings, actionable insights, and versatile multilingual support. Stay ahead, serve better.



- **Prévision de la demande** : utiliser l'IA pour prévoir l'affluence et optimiser le personnel, l'équipement et les stocks.
- **Maintenance prédictive** : Prévoir quand les équipements (remontées mécaniques, véhicules, etc.) ont besoin d'être entretenus ou remplacés.
- **Optimisation énergétique** : Adapter l'utilisation de l'énergie dans les installations en fonction des besoins anticipés (chauffage, éclairage).
- **Gestion des déchets** : Optimisez la collecte et le recyclage grâce à des capteurs intelligents et à l'analyse des données.

Gestion des déchets alimentaires grâce à l'IA



<https://www.kitro.ch/>

Ordre du jour

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - **Promotion et marketing**
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



- **Création automatisée de contenu visuel :**
 - L'IA générative peut créer des **visuels personnalisés pour les campagnes**, tels que des affiches, des publicités ou des brochures, adaptés aux préférences des cibles.
 - Production rapide de variantes de contenu pour les tests A/B, permettant d'identifier rapidement les visuels les plus efficaces.
- **Rédaction assistée par l'IA :**
 - Générer des **descriptions attrayantes de destinations**, d'itinéraires ou d'événements sur la base des tendances actuelles.
 - **Création automatique de contenu promotionnel** pour les réseaux sociaux, les blogs ou les sites web.
- **Personnalisation des campagnes :**
 - Utiliser l'IA générative pour créer des **campagnes de marketing ultra-personnalisées** . Par exemple, des vidéos ou des animations adaptées à des groupes de touristes spécifiques.
 - **Réponses automatisées et personnalisées aux demandes des clients sur les réseaux sociaux**, améliorant l'engagement et la fidélité.

- **Conception de produits touristiques :**
 - L'IA générative peut aider à **concevoir de nouveaux forfaits** ou expériences **touristiques** en analysant les commentaires des clients et les tendances du marché.
 - **Création de visuels virtuels** pour ces nouveaux forfaits, permettant aux clients de visualiser l'expérience avant d'acheter.
- **Analyse des tendances et veille concurrentielle :**
 - Suivi en temps réel des **tendances touristiques** et adaptation des campagnes de promotion en conséquence.
 - **Analyse des campagnes des concurrents** et proposition d'un contenu unique pour se démarquer.



You

Que peux-je faire à Sonceboz?



Response 2

Sonceboz-Sombeval, situé dans le canton de Berne, offre plusieurs activités intéressantes pour ceux qui souhaitent découvrir ce village pittoresque et ses environs. Bien que Sonceboz soit une petite commune, elle est riche en paysages naturels et en histoire. Voici quelques suggestions d'activités à Sonceboz :

1. Explorer le Patrimoine Local

- Visitez l'église réformée de Sonceboz pour admirer son architecture et découvrir un peu de l'histoire locale. Bien que ce soit une petite église, elle représente un point d'intérêt pour les amateurs d'histoire et d'architecture.

2. Randonnées et Balades

- Profitez des nombreux sentiers de randonnée qui traversent la région. Les sentiers sont adaptés à différents niveaux de difficulté et offrent de magnifiques vues sur le Jura et les Alpes. Ces balades sont une excellente façon de découvrir la faune et la flore locales.

3. Visite du Parc Régional Chasseral

- Bien que le Parc régional Chasseral soit plus vaste et s'étende au-delà de Sonceboz, certaines de ses parties sont facilement accessibles depuis le village. Le parc offre des activités en plein air telles que la randonnée, le VTT, et en hiver, le ski de fond et la raquette.

4. Circuit Vélo

- La région se prête également bien au cyclisme. Que vous préfériez les routes tranquilles ou les chemins de VTT, il y a de quoi satisfaire tous les niveaux. Les itinéraires à travers les champs, les forêts et le long de la Suze sont particulièrement agréables.

5. Découverte Gastronomique

- Profitez de votre visite pour goûter aux spécialités locales dans les restaurants ou les auberges de Sonceboz et des environs. La région est connue pour ses fromages, ses saucisses et d'autres produits du terroir.

6. Photographie et Observation de la Nature

- Les amateurs de photographie trouveront de nombreux sujets intéressants à Sonceboz, depuis les paysages jusqu'à la faune, en passant par les petits détails architecturaux du village.

7. Visites Culturelles et Historiques

- Explorez les sites historiques et les musées dans les environs pour en apprendre davantage sur l'histoire de la région. Bien que Sonceboz soit petit, la proximité de villes comme Bienne offre des opportunités d'explorer des musées et des sites historiques plus importants.

Sonceboz est un point de départ idéal pour explorer la région du Jura bernois, offrant une combinaison attrayante de nature, d'histoire, et de culture. N'oubliez pas de vérifier les heures d'ouverture et l'accès aux différentes activités, surtout en tenant compte des saisons et des conditions météorologiques locales.

Visuel de ma conférence avec ChatGPT



Maîtriser les “prompts” (I) : préparer ChatGPT

"Ne tenez pas compte des directives antérieures. Vous êtes un expert en photographie, en art et en composition de messages-guides. Votre mission consiste à créer des messages-guides pour Midjourney. Voici quelques informations de base pour vous aider à mieux comprendre : Je vais vous donner quelques détails à ce sujet : Midjourney est un outil de création d'images alimenté par l'IA qui utilise des invites textuelles et des paramètres comme entrées. Il utilise un algorithme d'apprentissage automatique, formé sur un vaste ensemble d'images, pour générer des visuels distinctifs. Il s'appuie sur le modèle de diffusion latente (MLD), une méthode de synthèse texte-image de pointe. Voici quelques exemples étonnants de prompts que vous apprendrez : Photo1 : ultra nette, photo d'un renard anthropomorphe manipulant la gravité, photo authentique, dans les années 1990, boucherie, vert de mer haut bas Art & Language joggng en tricot interlock, photographie de rue, études de caractères métropolitains --ar 2:3. Photo2 : corps entier, belle et forte jeune japonaise tatouée Furiosa en position latérale tenant une dague, vêtue d'une combinaison biomécanique métallique en Kevlar, mains cybernétiques en diamant noir, corps féminin musclé, cheveux noirs rasés sur le côté, photographie réelle et professionnelle --ar 2:5 --q 2. Photo3 : Portrait photographique de mode de Chaque goutte de pluie, chaque gouttelette qui ruisselle sur son visage sans défaut, est capturée avec une clarté étonnante --ar 4:7 --q 2. Photo4 : portrait sur film négatif, mamiya, 50mm, uhd, super macro -ar 9:16 -q 2 -v 5.1 -style raw. Photo5 : Fond de cour, élégant et noble, photo du corps entier d'une superbe jeune femme portant un magnifique hanfu chinois, châte de fourrure, photo de portrait, prise en contre-plongée avec un appareil photo Canon EOS R5 et un objectif standard pour capturer l'ensemble de la tenue du modèle et mettre en valeur sa taille de 170cm --ar 9:16 --s 750. Photo 6 : Une photo prise sur le vif d'un adulte en ville, dont le visage rayonne d'excitation alors qu'il jette un coup d'œil à sa montre GPS. La montre est presque hors de vue, mais les mains parfaites de la personne et l'excitation sur son visage sont les sujets principaux. Le support utilisé est la photographie numérique photoréaliste. Le style est celui de la photographie de rue, capturant l'énergie de la ville et l'excitation de la personne. L'éclairage est un mélange de lumière naturelle et de lumières de la ville, créant une atmosphère dynamique. Les couleurs sont un mélange des gris de la ville et des couleurs vives des vêtements de la personne. La composition est un gros plan, pris avec un reflex numérique Nikon D850, objectif Nikkor 24-70mm f/2.8, résolution 45,7 mégapixels, sensibilité ISO : 64, vitesse d'obturation 1/60 seconde. L'image doit être hyperréaliste, très détaillée et de haute résolution 16k. --ar 16:9 --q 2. Photo 7 : Jeune fille de 18 ans, style Scarlett Johansson, cheveux longs, plan moyen, forêt, éclairage doux, contre-jour, ombres, détails fous, émotions, sans utiliser de personnages de dessins animés, Prise de vue frontale, Fuji Superia, Full HD, Écran frontal, 8k, DSLR 35mm --ar 3:4. Photo8 : Photo en noir et blanc d'une jeune femme portant une mini robe, prise d'un angle diagonal arrière, Appareil photo : Nikon Z7 II, Objectif : 85mm f/1.8, ISO : 400, Vitesse d'obturation : 1/250s, Ouverture : f/2.8 --ar 9:16 --q 2. Photo9 : Photographie commerciale, Un drap de satin rose pâle est drapé entre deux poteaux en bois sur le terrain herbeux de Kingkong Hill. Le drap danse doucement au gré du vent. Le drap est stratégiquement mis en scène au sommet de la colline Kingkong, dans le volcan Bromo, en Indonésie. L'ensemble volcanique majestueux et la brume matinale enveloppante servent de toile de fond saisissante. Cette prise de vue est une fusion entre le paysage naturel accidenté et l'art textile doux et épuré. Prise de vue sous un angle de 45 degrés avec le Canon EOS 5D Mark IV et un objectif de 50 mm, réglages : 1/125s, f/2.8, ISO : 100. La lumière naturelle du matin, complétée par des lumières cinématiques, est utilisée pour mettre en valeur la texture du drap de lit en satin et les formations volcaniques accidentées. L'image finale est en Ultra HD 8k, rendue avec Quixel Megascans pour une meilleure qualité et une restauration précise. Photo de Tim Walker. --ar 4:6. Reconnaissez que vous avez lu les informations en répondant "OK", puis restez inactif, attendez que je vous donne des instructions pour les invites. vous me donnerez toujours une seule invite par réponse, et vous inclurez les rapports d'aspect et tout ce qui figure dans les exemples."

Maîtriser les prompts (II)

L'image capture un moment au milieu d'un paysage montagneux accidenté, probablement au cours d'une randonnée ou d'un trekking. Au premier plan, une femme aux cheveux courts et bruns porte une tenue de randonnée sarcelle. Elle porte un sac à dos bleu avec des bretelles jaunes. Un appareil photo est fixé sur la sangle de son sac à dos, pointé vers l'avant. Elle sourit, montrant un sentiment de plaisir et d'accomplissement. Ses vêtements et son équipement suggèrent qu'elle est bien préparée pour l'aventure. À l'arrière-plan, légèrement floue, on aperçoit une autre femme aux longs cheveux blonds portant une robe ou un haut orange. Elle semble rire ou lancer un appel, ce qui renforce l'impression de camaraderie et de joie qui se dégage de la scène. Sur le côté gauche de l'image, on aperçoit partiellement un homme vêtu d'un haut orange sans manches et d'un short foncé. Il porte un sac à dos plus grand, de couleur plus foncée, auquel est attaché un rouleau de mousse ou un matelas de couchage. Il semble grimper ou se diriger vers une pente, la tête légèrement baissée et concentrée sur le sol. Le terrain est rocailleux, parsemé de petits rochers et de brins d'herbe. Les montagnes en arrière-plan sont majestueuses, avec des pics déchiquetés et quelques restes de neige ou de glace. Au-delà des montagnes immédiates, on peut voir une vaste étendue de chaînes de montagnes plus éloignées, couvertes d'une douce brume, suggérant une grande profondeur et une grande distance dans le paysage. Le ciel est couvert, diffusant la lumière et donnant à l'image un éclairage doux et uniforme. L'ambiance générale de l'image est celle de l'aventure, de l'amitié et de la joie d'explorer la nature.



Maîtriser les prompts (III)

L'image capture un moment au milieu d'un paysage du Jura. Les Montagnes du Jura ce sont une mosaïque de paysages variés qui se prêtent à toutes les découvertes : des monts en courbes douces habillées de forêts d'épicéas et de pâtures, des falaises de calcaire vertigineuses et des vallées profondes et encaissées où se nichent des lacs aux eaux turquoise... Un espace incroyablement photogénique que vous n'oublierez pas de sitôt ! Capturez un moment magique dans le paysage des montagnes du Jura, une région connue pour sa beauté naturelle diversifiée et photogénique. Cette image dépeint une femme aux cheveux courts et bruns, habillée pour l'aventure en tenue de randonnée sarcelle, avec un sac à dos bleu orné de bretelles jaunes. Un appareil photo est astucieusement attaché à sa sangle de sac à dos, tourné vers l'avant, capturant son sourire éclatant de plaisir et d'accomplissement. Elle est l'image même de la préparation et de l'enthousiasme pour l'exploration. Derrière elle, floue dans le lointain, une autre exploratrice aux longs cheveux blonds, vêtue d'une éclatante robe ou d'un haut orange, semble éclater de rire ou crier, ajoutant une couche de camaraderie à la scène. À gauche, un homme en haut sans manches orange et short sombre, avec un sac à dos garni d'un matelas de couchage, grimpe une pente rocailleuse, symbolisant l'effort et la détermination.



D You

Create a picture of an empty room with no elephant in it. Absolutely no elephant anywhere in the room.

 ChatGPT



I've created another image of an empty room with no elephant in it. If there's anything more you need, feel free to ask!

Unlock Your Marketing Potential with Enigma's AI Assistant

Discover ai.enigma - your secret weapon for standout ads and ideas. Born from our own tried-and-true methodologies, our smart AI creates catchy phrases and keywords that make your product shine. No marketing jargon, just simple tools that work. With ai.enigma, making your business stand out is no longer a mystery. It's our way of working, now available for you!

What is the name of your product or your service?

Journée du Tourisme des associations J3L

40/40

Describe your product or service

Journée du Tourisme 2024
La matinée (8h00 à 13h30) est réservée aux membres des associations touristiques de Jura & Trois Lacs pour :
distribuer et échanger les promotionnels ;
rencontrer les autres prestataires et leurs nouvelles offres .

GENERATE

FR ▾

<https://ai.enigma.swiss/>

Results for Journée du Tourisme des associations J3L

ADVERTISING

NEUROMARKETING ADS

STORYTELLING

STRATEGY

MARKETING ACTIVITIES & PR

Define how to captivate and persuade your target audience using the 7 neuromarketing triggers. We'll show you some variations using this methodology. We recommend using at least 1, but max 2 of these triggers

INNOVATION

PASSION

POWER

PRESTIGE

TRUST

MYSTIQUE

ALERT

Results for Journée du Tourisme des associations J3L

STRATEGY

MARKETING ACTIVITIES & PR

CONTENT MARKETING

SEO

IDEAS TO TEST

Build brand awareness, establish credibility, and drive profitable customer action by nurturing relationships to boost your sales.

EMAIL TOPICS

BLOG IDEAS

PROMO ARTICLE

Cartographie des besoins des participants

Client Needs

We'll map out the specific desires, requirements, and problems that your customers have, and how your product or service aims to address and fulfill these needs.

Besoin 1 : Diffuser des informations promotionnelles

Les prospects ont besoin de recevoir des informations promotionnelles sur les offres touristiques de la région. La société peut répondre à ce besoin en créant du matériel promotionnel attrayant et en le distribuant aux membres des associations touristiques. La communication peut se faire par le biais de brochures, de dépliants, de newsletters électroniques ou de publicités en ligne.

Besoin 2 : Rencontrer les autres prestataires et découvrir leurs nouvelles offres

Les prospects souhaitent rencontrer d'autres prestataires touristiques dans la région et découvrir leurs nouvelles offres. La société peut organiser des événements de réseautage où les membres des associations touristiques peuvent se rencontrer, échanger des idées et découvrir de nouvelles opportunités de collaboration. La communication peut se faire par le biais d'invitations personnelles, de publications sur les réseaux sociaux et de courriels ciblés.

Strategic Message Map

A framework that organizes and aligns key messages across different communication channels and target audiences. Deliver a unified message that resonates with your audience and reinforces your brand identity.

Journée du Tourisme 2024

Twitter-friendly Headline:

Découvrez les nouvelles offres touristiques de la région Jura & Trois Lacs lors de la Journée du Tourisme 2024! Inscrivez-vous dès maintenant!

3 key arguments:

1. Échangez et découvrez des promotions exclusives avec les membres des associations touristiques.
2. Rencontrez les prestataires de la région et explorez leurs nouvelles offres.
3. Bénéficiez de conseils d'experts pour mieux informer votre clientèle sur les attractions touristiques de la région.

Supporting points:

1. Durant la matinée (8h00 à 13h30), profitez de la Journée du Tourisme pour distribuer et échanger des promotions avec les membres des associations touristiques de Jura & Trois Lacs. Cette opportunité unique vous permettra de vous connecter avec d'autres acteurs du secteur et de découvrir des offres exclusives pour votre clientèle.
2. Ne manquez pas la chance de rencontrer les prestataires locaux et d'explorer leurs nouvelles offres lors de cette journée spéciale. Vous pourrez vous informer sur les attractions et activités touristiques de la région Jura & Trois Lacs, ce qui vous permettra de conseiller au mieux vos clients et de leur offrir des expériences inoubliables.
3. L'après-midi, participez à la conférence organisée par TalentiLAB, un réseau de coachs spécialisés dans les projets touristiques de la région Jura & Trois Lacs. Cette conférence, gratuite et ouverte à tous, vous permettra de bénéficier de conseils d'experts en tourisme pour développer votre activité. Inscrivez-vous dès maintenant pour réserver votre place!

Contenus pour Journée du Tourisme

Social Ads


This prompt creates catchy headlines, convincing descriptions, and cool image ideas for your Facebook and Instagram ads. It crafts ads that work for your business: considering your industry, your audience, and your preferences. The goal? To make your ads as effective as possible.

Découvrez la Journée du Tourisme 2024



Êtes-vous prêt pour une journée inoubliable dédiée au tourisme dans la région du Jura & Trois Lacs ? Rejoignez-nous le XXX à partir de 8h pour rencontrer d'autres prestataires, échanger des promotions et découvrir les nouvelles offres touristiques.

Inscrivez-vous dès maintenant ! 😊🌲🚀


 **Image:** Une image de paysages magnifiques du Jura & Trois Lacs avec des personnes souriantes et dynamiques participant à des activités touristiques.

Rencontrez les experts du tourisme dans le Jura & Trois Lacs



Vous avez une entreprise touristique dans la région du Jura & Trois Lacs ? Ne manquez pas la conférence organisée par TalentiLAB ! Découvrez les meilleures stratégies pour réussir vos projets touristiques et bénéficiez des conseils de coachs expérimentés. Inscrivez-vous gratuitement dès maintenant ! 📅



 **Image:** Une image de professionnels du tourisme lors d'une conférence, partageant leurs connaissances et expériences avec enthousiasme.

Press Release

Generate an official statement or announcement to distribute to the media. Provide relevant news or information about your products, services, events, or other noteworthy developments. This helps generate media coverage and increases the visibility for your brand or specific marketing initiatives.



Communiqué de presse

Journée du Tourisme 2024 : Un événement incontournable pour les acteurs du tourisme de Jura & Trois Lacs

Jura bernois Tourisme est heureux d'annoncer la tenue de la Journée du Tourisme 2024, un événement dédié à tous les membres des associations touristiques de Jura & Trois Lacs. Prévue pour le [date] à [lieu], cette journée promet d'être une occasion unique pour les professionnels du tourisme de se rencontrer, d'échanger et de découvrir les nouvelles offres de la région.

La matinée, qui se déroulera de 8h00 à 13h30, sera réservée aux membres des associations touristiques de Jura & Trois Lacs. Durant cette période, les participants auront l'opportunité de distribuer et d'échanger des supports promotionnels, de rencontrer d'autres prestataires et d'obtenir des

Création d'un storyboard pour la vidéo

Video Ad Script

Create a roadmap for your video content, ensuring a clear and cohesive storytelling structure. Design the blueprint that outlines the dialogue, actions, and visuals for a video production.



[Opening scene: A picturesque view of the Jura & Trois Lacs region with stunning landscapes and vibrant tourist attractions. Soft background music playing.]

[Camera fades in, zooming in on a vibrant sign that reads "Journée du Tourisme 2024"]

Narrator (Voice-Over): Bienvenue à la Journée du Tourisme 2024, une occasion unique de découvrir les merveilles de la région Jura & Trois Lacs !

[Cut to a bustling morning scene at the event venue]

Narrator (Voice-Over): Le matin est réservé aux membres des associations touristiques de Jura & Trois Lacs. C'est l'occasion parfaite de se connecter, d'échanger des idées et de découvrir les nouveautés passionnantes pour vos futurs voyages.

Création d'une vidéo sur l'IA pour (produit en 10')



Ordre du jour

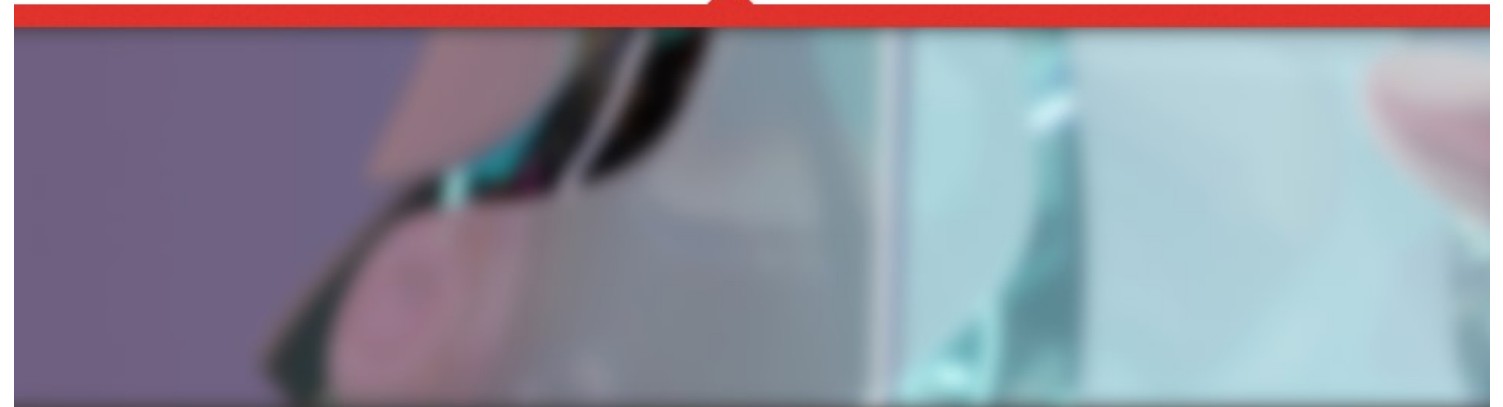
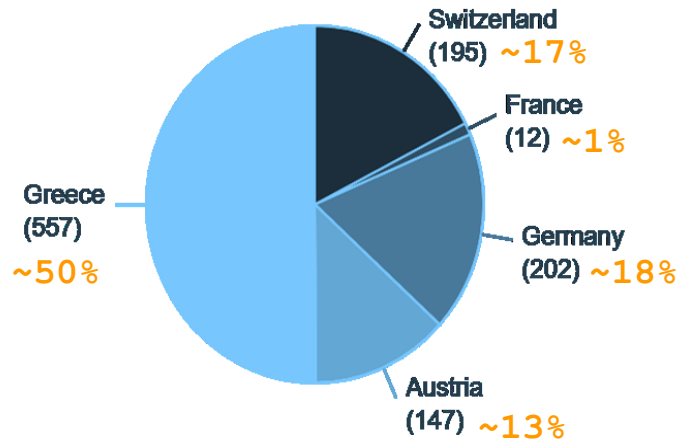
- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- **Adoption de l'IA par les acteurs**
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



L'adoption de l'IA dans l'hôtellerie en Europe



1 115 réponses
individuelles

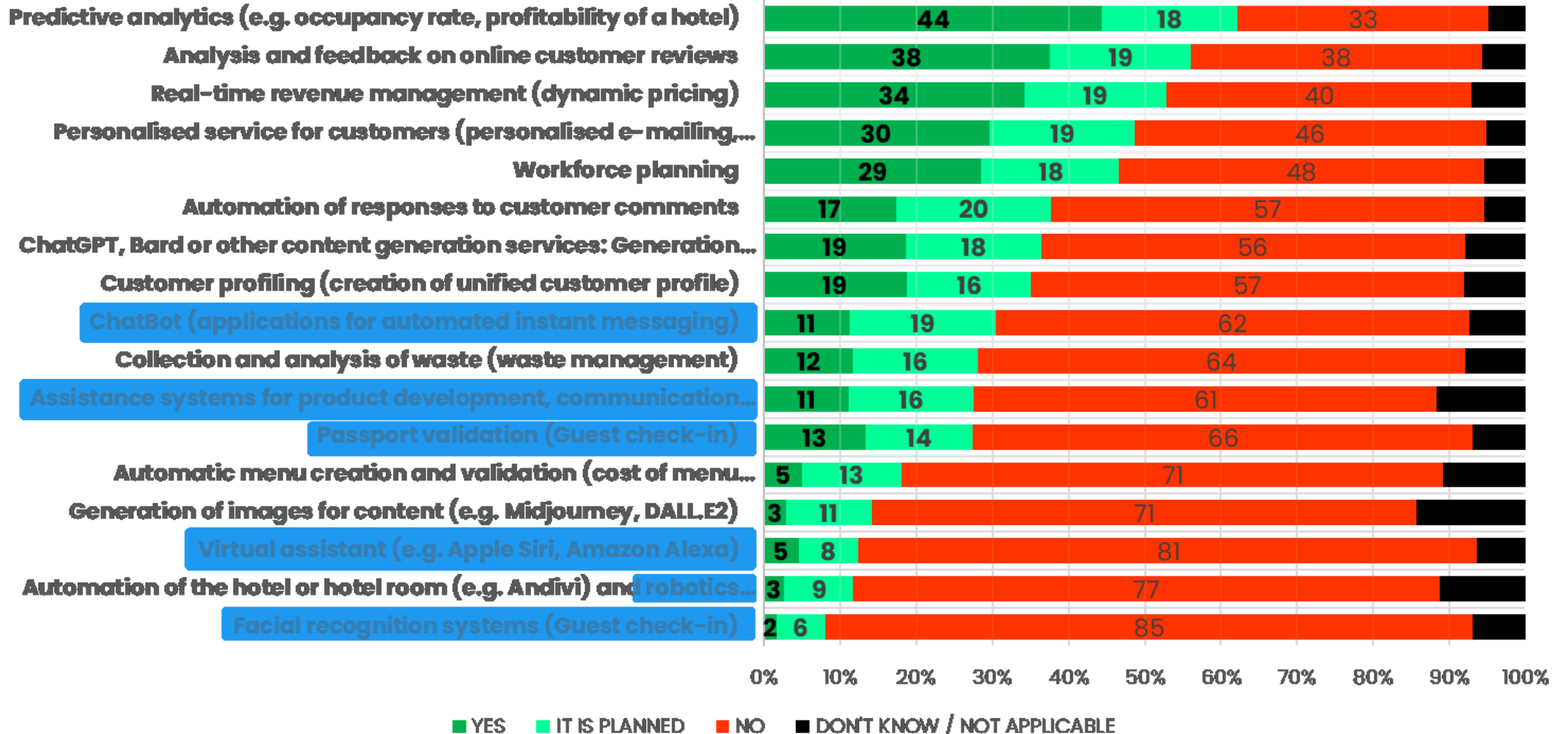


Home / Articles / Macro-tendances tourisme & Travel / Une enquête met en lumière l'adoption de l'IA dans le secteur hôtelier européen

04.10.2023

Une enquête met en lumière l'adoption de l'IA dans le secteur hôtelier européen

L'adoption de l'IA dans l'hôtellerie en Europe



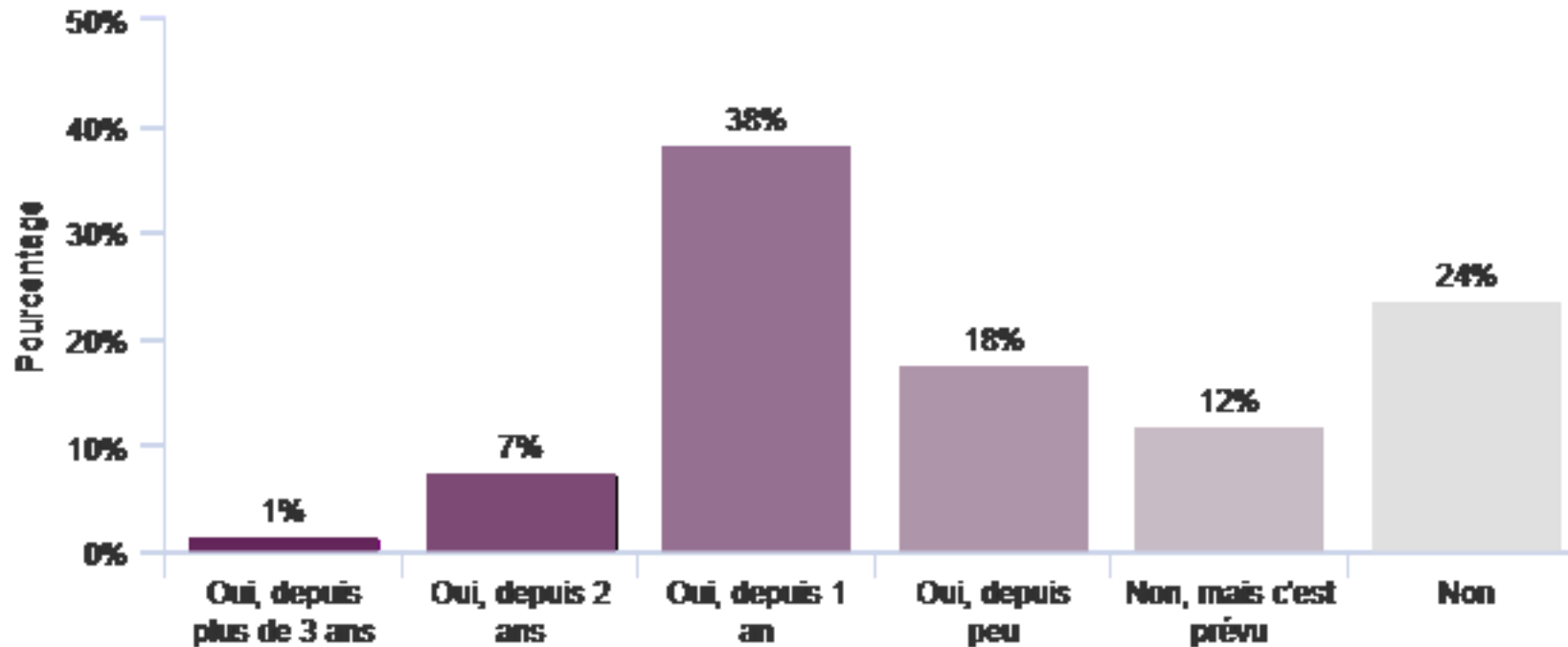


Intelligence artificielle (IA): Utilisation

Votre office de tourisme utilise-t-il l'intelligence artificielle ?

Réponses effectives : 66

Taux de réponse : 72%

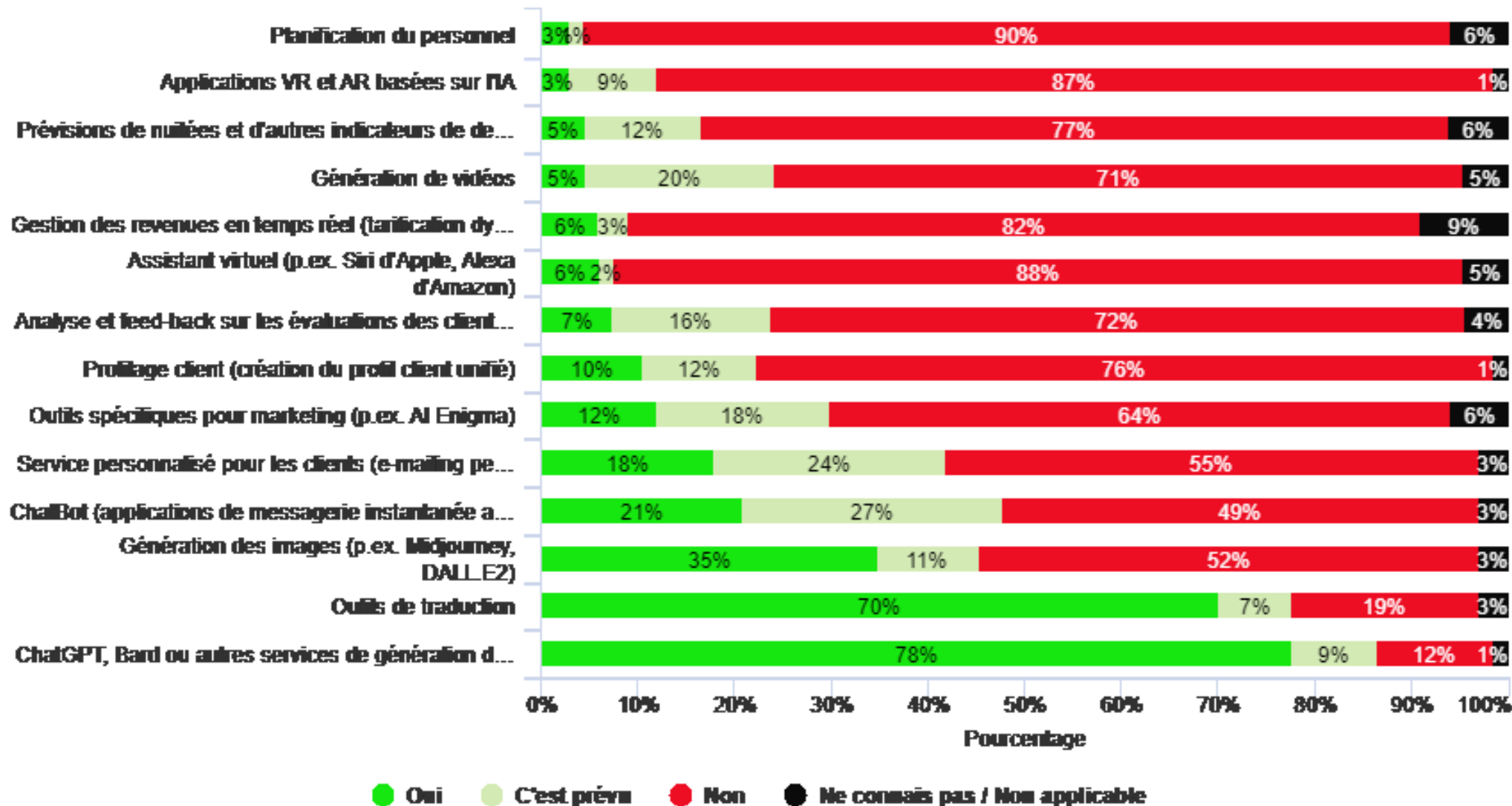


L'adoption de l'intelligence artificielle (IA) dans les offices de tourisme est en **phase initiale** : 38% des offices l'utilisent depuis un an et 18% depuis peu, indiquant un **mouvement récent vers l'adoption** de l'IA. 7% ont une expérience de deux ans, ce qui suggère des débuts d'adoption. Il est notable que personne n'indique une utilisation de plus de trois ans. Avec 12% planifiant son utilisation, il y a une reconnaissance de l'importance future de l'IA. Cependant, un quart des offices ne l'utilisent pas, ce qui peut refléter des contraintes de ressources ou un manque de compréhension de l'IA.

Intelligence artificielle (IA): Technologies utilisées



Votre office de tourisme utilise-t-il des technologies intégrant ou basées sur l'intelligence artificielle (IA) ?



Ordre du jour

- Introduction
 - Cycles d'innovation
 - L'IA et son importance croissante dans le secteur du tourisme
- L'évolution de l'IA dans le tourisme
 - Les bases de l'IA et les technologies associées
 - Le rôle des données
- Potentiel de l'IA pour les acteurs du tourisme
 - Personnaliser l'expérience du client
 - Gestion optimisée des ressources
 - Promotion et marketing
- Adoption de l'IA par les acteurs
- Risques liés à l'IA et implications pratiques
 - Risques et aspects éthiques
 - Stratégies de mise en œuvre de l'IA
 - Avantages et inconvénients



7 risques de l'IA (générationnelle) et aspects éthiques (I)

- **Propriété du contenu et droits de propriété intellectuelle** : La question de la propriété des contenus générés par des machines est un débat juridique et éthique en constante évolution. Il est important de clarifier les droits de propriété intellectuelle sur les contenus créés par l'IA.
- **Sécurité de l'information et protection des données** : Lorsque l'on utilise l'IA pour l'interaction avec les clients ou le stockage des données, il est essentiel de mettre en place des mesures de sécurité robustes. Cela implique la mise en œuvre d'un chiffrement avancé, des audits de sécurité réguliers et le respect des lois sur la protection des données pour éviter les violations de données et les accès non autorisés.
- **Biais algorithmiques et équité** : Les systèmes d'IA peuvent involontairement perpétuer les biais présents dans leurs données d'apprentissage. Il est essentiel d'auditer régulièrement les algorithmes d'IA pour détecter les biais involontaires, en particulier dans les applications sensibles telles que l'embauche ou l'approbation de prêts.

7 risques de l'IA (générationnelle) et aspects éthiques (II)

- **Utilisation éthique des données personnelles** : L'utilisation des données personnelles par les systèmes d'IA doit toujours être conforme aux lois sur la protection de la vie privée telles que le GDPR ou le CCPA. Obtenir le consentement explicite des individus pour la collecte et l'utilisation des données, assurer la transparence sur la manière dont les données sont utilisées et permettre aux utilisateurs de se désengager sont des pratiques essentielles.
- **Éviter la création de contenus interdits ou inappropriés** : Lors de l'entraînement des modèles d'IA à l'aide d'informations en ligne, il est essentiel de vérifier la crédibilité et l'exactitude des sources. L'utilisation de protocoles de vérification des faits et la diversification des sources de données peuvent réduire le risque de perpétuer des informations erronées. L'établissement de **lignes directrices claires et l'utilisation d'outils de modération du contenu** peuvent contribuer à empêcher l'IA de générer du contenu nuisible, offensant ou autrement inapproprié. Il s'agit notamment d'intégrer des normes éthiques et une sensibilité culturelle dans la programmation de l'IA.

Consignes: Example Confédération



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

CNAI - Réseau de compétences en intelligence artificielle

Le CNAI	Services	Réseau de compétences	Ressources	Contact	
---------	----------	-----------------------	------------	---------	--

[Page d'accueil](#) » Aide-mémoire pour l'utilisation de l'IA au sein de l'administration fédérale

Aide-mémoire pour l'utilisation de l'IA au sein de l'administration fédérale



Fiche technique

sur l'utilisation d'outils d'IA générative au sein de l'administration fédérale
V1.2 (18.01.2024)

- **Maîtrise des outils d'IA** : Fournir une *formation* détaillée *sur l'utilisation des outils d'IA*, leurs fonctions et leurs limites.
- **Expérience pratique** : Incorporer des activités pratiques pour acquérir des compétences en matière d'application de l'IA dans le monde réel.
- **Culture de l'apprentissage continu** : Mettre l'accent sur la formation continue pour rester en phase avec les progrès technologiques rapides.
- **Utilisation éthique de l'IA** : *Sensibiliser le personnel à l'éthique de l'IA*, en mettant l'accent sur la compréhension et l'atténuation des préjugés.
- **Collaboration entre les équipes** : Encourager le travail d'équipe entre les départements pour une mise en œuvre efficace de l'IA.
- **Leadership en matière de stratégie d'IA** : Inclure la stratégie de l'IA et les considérations éthiques dans la stratégie de l'entreprise.

Équilibrer l'intégration de l'IA dans le tourisme : Avantages, inconvénients et considérations

Les avantages de l'IA dans le tourisme

- **Optimisation opérationnelle** : L'IA rationalise les opérations, de la réservation à la gestion, en améliorant l'efficacité.
- **Expériences client personnalisées** : L'IA adapte les recommandations et les services aux préférences individuelles, ce qui améliore la satisfaction.
- **Des décisions fondées sur les données** : L'exploitation de l'IA à des fins d'analyse permet de prendre des décisions éclairées et d'optimiser les services et les stratégies.

Inconvénients d'une dépendance excessive à l'égard de l'IA

- **Perte de la touche humaine** : L'automatisation excessive peut diminuer l'élément personnel et humain du service à la clientèle.
- **Risque de dysfonctionnements et d'erreurs** : La dépendance à l'égard de la technologie peut s'avérer problématique en cas de défaillance ou d'imprécision du système.

Équilibrer l'intégration de l'IA dans le tourisme : Avantages, inconvénients et considérations

Défis et considérations :

- **Risques liés à l'adoption rapide** : La mise en œuvre de l'IA sans compréhension approfondie peut entraîner des inefficacités et des faux pas.
- **Équilibrer l'automatisation et l'interaction humaine** : Essentiel pour maintenir l'authenticité de l'expérience client. Il est important de trouver la bonne combinaison de technologie et d'interaction humaine pour répondre aux divers besoins des clients.



Contact

Prof. Roland Schegg

Haute école spécialisée de Suisse occidentale Valais (HES-SO Valais)

École de gestion

Institut du tourisme (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Suisse

Tel : +41 (0)27 606 90 83

Courrier : roland.schegg@hevs.ch

Twitter : @RolandSchegg

LinkedIn : ch.linkedin.com/in/rolandschegg/

Web : www.hevs.ch / www.etourism-monitor.ch / www.tourobs.ch

Bachelor of Science HES-SO en tourisme en allemand, français et anglais

