

LIVRE BLANC · HÔTELLERIE ET TOURISME

L'IA générative à l'office de tourisme et dans les destinations.

Pour les offices de tourisme, les comités départementaux et régionaux, les agences d'attractivité et les agences réceptives : accueil, communication, groupes, relation partenaires, observation. Dix cas testés en formation, des prompts prêts à copier, et les règles pour une information juste et datée.



SOMMAIRE

Dix cas d'usage, du comptoir d'accueil au bilan de saison.

Chaque cas tient sur une page : pour qui, avec quel outil, quelles données fournir, le prompt à copier, ce que vous obtenez et le point de vigilance. Commencez par les cinq règles de la page suivante.

–	Avant de commencer : cinq règles pour vos données	p. 3
01	Répondre aux questions des visiteurs au comptoir et par e-mail	p. 4
02	Construire la FAQ visiteurs du site	p. 5
03	Rédiger la fiche d'un site ou d'un prestataire en trois langues	p. 6
04	Composer le programme d'un séjour de groupe	p. 7
05	Préparer l'agenda et la lettre de la semaine	p. 8
06	Écrire un contenu de destination pour le site	p. 9
07	Animer le réseau des partenaires	p. 10
08	Analyser la fréquentation et les questionnaires de satisfaction	p. 11
09	Préparer l'accueil d'un journaliste ou d'un éducteur	p. 12
10	Contrôler et enrichir les fiches de la base d'information touristique	p. 13
–	Aller plus loin avec Wavia	p. 14

Cinq règles pour utiliser l'IA générative au service des visiteurs et des partenaires.

1

Un compte professionnel, pas un compte gratuit

Sur les offres Team, Business ou Enterprise, les données ne servent pas à entraîner les modèles et les comptes sont administrés. Les comptes gratuits ou personnels n'ont rien à faire avec les questions des visiteurs ou les données des partenaires.

2

L'IA répond à partir de vos sources, jamais de mémoire

Brochures, fiches, agenda : on charge la documentation de l'office dans un projet et l'on demande à l'IA de dire quand l'information manque, plutôt que de l'inventer.

3

Une information datée et vérifiée

Horaires, tarifs, accès et événements changent : chaque contenu porte sa date de mise à jour et se vérifie auprès du prestataire avant publication.

4

Les partenaires valident ce qui les concerne

Une fiche, un chiffre, une citation d'un hébergeur ou d'un site de visite se publient avec son accord. L'office reste garant de l'exactitude de ce qu'il diffuse.

5

Former les équipes, par métier

L'article 4 de l'AI Act demande aux structures de s'assurer que leurs équipes maîtrisent les outils d'IA qu'elles utilisent. Une formation par métier (accueil, communication, groupes, direction), sur vos propres documents, est la façon la plus sûre d'y répondre.

01

Répondre aux questions des visiteurs au comptoir et par e-mail

POUR QUI

Conseillers en séjour, accueil

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets
(documentation de l'office chargée)

DONNÉES À FOURNIR

Vos brochures, l'agenda, les horaires des sites, la question du visiteur

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Un visiteur nous écrit : « [question] ». Voici notre documentation (brochures, agenda, horaires des sites, documents du projet).

1. Réponds à partir de la documentation uniquement, dans la langue du visiteur, en six lignes au plus.
2. Propose deux idées complémentaires adaptées à son profil [famille, couple, randonneur, groupe].
3. Si une information n'est pas dans la documentation ou date de plus d'un an, dis-le et indique qui contacter.

Ce que vous obtenez

Une réponse précise et personnalisée, dans la langue du visiteur, en deux minutes.

Point de vigilance

Horaires, tarifs et conditions d'accès changent souvent : on vérifie auprès du prestataire avant d'affirmer.

02

Construire la FAQ visiteurs du site

POUR QUI

Accueil, numérique, communication

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

Les questions reçues sur une saison (comptoir, téléphone, e-mails), sans données personnelles

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les questions reçues par l'office pendant la saison [saison] (document joint).

1. Regroupe-les en vingt-cinq questions types au plus, par thème (venir, se loger, visiter, manger, avec des enfants, accessibilité).
 2. Rédige pour chacune une réponse de trois phrases, claire et datée, avec le lien utile [lien].
 3. Signale les réponses à mettre à jour à chaque saison.
- Écris les questions comme un visiteur les tape dans un moteur de recherche.

Ce que vous obtenez

Une FAQ utile aux visiteurs, bien lue par les moteurs de recherche et les assistants IA.

Point de vigilance

Chaque réponse porte une date de mise à jour ; une FAQ périmée coûte plus de confiance qu'elle n'en rapporte.

03

Rédiger la fiche d'un site ou d'un prestataire en trois langues

POUR QUI

Rédaction, éditions, numérique

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets (charte éditoriale de la destination)

DONNÉES À FOURNIR

Les informations validées par le prestataire, vos photos, votre charte éditoriale

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les informations validées pour [site, restaurant, activité] : [informations]. Notre charte éditoriale est dans le projet.

1. Rédige la fiche en français : un titre, une accroche de vingt mots, une description de 100 mots, les informations pratiques en liste.
2. Adapte-la en anglais et en [allemand, néerlandais, espagnol], en tenant compte de ce qui intéresse chaque clientèle.
3. Liste les informations manquantes à demander au prestataire. N'ajoute aucune information absente des données fournies.

Ce que vous obtenez

Une fiche homogène avec les autres, dans les langues de vos visiteurs, prête à intégrer.

Point de vigilance

La fiche est relue par le prestataire avant publication : c'est son offre qui est décrite.

04

Composer le programme d'un séjour de groupe

POUR QUI

Service groupes,
agences réceptives

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

La demande du groupe,
les prestataires
partenaires, les temps
de trajet connus

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Un groupe de [nombre] personnes [profil : seniors, scolaires, comité d'entreprise] souhaite un séjour de [durée] autour de [thème], le [dates]. Nos prestataires partenaires : [liste].

1. Propose un programme jour par jour, avec horaires, visites, repas et temps de trajet réalistes.
2. Prévois une variante en cas de pluie.
3. Liste les réservations à faire et la date limite de chacune.
4. Rédige la présentation du programme pour le client, une page, ton chaleureux.

Ce que vous obtenez

Un programme cohérent et une proposition client prête en une demi-heure.

Point de vigilance

Capacités, tarifs groupes et accessibilité se confirment auprès de chaque prestataire avant envoi.

05

Préparer l'agenda et la lettre de la semaine

POUR QUI

Communication, accueil

OUTIL CONSEILLÉ

Claude, puis votre outil d'e-mailing

DONNÉES À FOURNIR

La liste des événements validés de la semaine

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les événements validés du [date] au [date] : [liste avec lieu, horaire, tarif, public].

1. Sélectionne les huit temps forts, en variant les publics (familles, culture, nature, gastronomie).
 2. Rédige la lettre de la semaine : un titre, une introduction de trois lignes, une notice de deux lignes par événement.
 3. Propose trois messages courts pour les réseaux sociaux.
- Garde les horaires et les tarifs exactement tels qu'ils sont fournis.

Ce que vous obtenez

Une lettre et des posts prêts chaque lundi, à partir de l'agenda validé.

Point de vigilance

Un événement annulé ou déplacé se corrige partout : on relit l'agenda la veille de l'envoi.

06

Écrire un contenu de destination pour le site

POUR QUI

Communication,
numérique

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets

DONNÉES À FOURNIR

Vos contenus existants,
les mots-clés
recherchés par vos
visiteurs, vos photos

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Rédige un article sur [thème : un week-end à vélo, les marchés de producteurs, la destination en hiver] pour le site de [destination].

1. Un titre qui répond à la recherche « [requête] », une introduction de trois phrases qui donne la réponse tout de suite.
 2. Cinq parties avec intertitres, des lieux réels tirés de nos fiches [fiches], les informations pratiques à la fin.
 3. Une FAQ de quatre questions à la fin de l'article.
- N'invente aucun lieu, aucun horaire, aucun chiffre.

Ce que vous obtenez

Un contenu utile, structuré pour les moteurs de recherche et les assistants IA, à partir de vos propres fiches.

Point de vigilance

Chaque lieu cité est vérifié et relié à sa fiche ; le texte est relu par une personne qui connaît le territoire.

07

Animer le réseau des partenaires

POUR QUI

Direction, relation
partenaires

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

Les chiffres de
fréquentation
diffusables, le
calendrier des actions
de l'office

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Rédige la lettre trimestrielle aux partenaires (hébergeurs, restaurateurs, sites de visite) de [destination].

1. Trois chiffres clés de la saison à partir de [chiffres], commentés en une phrase chacun.
2. Les actions de l'office du trimestre à venir et ce que les partenaires peuvent y gagner.
3. Un appel à participation clair : [atelier, éductour, mise à jour des fiches], avec la date limite.

Ton simple, une page au plus.

Ce que vous obtenez

Une lettre partenaires régulière,
qui donne envie de participer aux
actions de l'office.

Point de vigilance

On ne diffuse que des chiffres
validés et publiables, jamais de
données d'un partenaire nommé
sans son accord.

08

Analyser la fréquentation et les questionnaires de satisfaction

POUR QUI

Direction, observatoire

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou Copilot dans Excel

DONNÉES À FOURNIR

Les comptages de l'accueil, les réponses aux questionnaires, sans données personnelles

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les comptages de fréquentation de l'accueil et les réponses aux questionnaires de satisfaction de [saison] (fichiers joints).

1. Présente la fréquentation par mois, par provenance et par motif de visite, comparée à [saison précédente].
2. Résume les réponses ouvertes en cinq thèmes, avec deux citations par thème.
3. Rédige cinq constats chiffrés et trois pistes d'action pour l'an prochain. Garde les calculs visibles dans un onglet pour que je puisse les vérifier.

Ce que vous obtenez

Un bilan de saison lisible pour le conseil d'administration, en une matinée.

Point de vigilance

Les chiffres repris dans un rapport officiel se vérifient à la source ; un petit échantillon se signale comme tel.

09

Préparer l'accueil d'un journaliste ou d'un éducteur

POUR QUI

Presse, promotion

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

Le profil du média ou des participants, les prestataires disponibles

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Nous accueillons [journaliste de tel média, groupe d'agences] du [date] au [date], intéressé par [thème].

1. Propose un programme de visites et de rencontres adapté à son angle, avec les interlocuteurs à solliciter.
2. Rédige le dossier de présentation de la destination en deux pages, avec cinq sujets possibles d'article.
3. Prépare le message de remerciement et de suivi à envoyer après sa venue.

Ce que vous obtenez

Un accueil presse préparé et des sujets d'article qui donnent envie d'écrire.

Point de vigilance

Les invitations et les prestations offertes respectent les règles de l'office et sont validées par la direction.

10

Contrôler et enrichir les fiches de la base d'information touristique

POUR QUI

Gestion de l'information, numérique

OUTIL CONSEILLÉ

Claude avec un export de la base (Apidae, DATAtourisme ou autre)

DONNÉES À FOURNIR

L'export des fiches de votre territoire (informations publiques des prestataires)

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici l'export des fiches [hébergements, restaurants, activités] de notre territoire (fichier joint).

1. Repère les fiches incomplètes : description absente ou trop courte, horaires manquants, pas de traduction, pas de photo, mise à jour de plus d'un an.
2. Classe-les par priorité selon la fréquentation de la catégorie.
3. Rédige le message type à envoyer aux prestataires pour mettre à jour leur fiche.

Présente le résultat en tableau, une ligne par fiche.

Ce que vous obtenez

Une liste de fiches à reprendre, priorisée, et un message prêt pour relancer les prestataires.

Point de vigilance

Les modifications passent par les règles de saisie de la base ; l'IA repère et rédige, elle ne publie pas.

ALLER PLUS LOIN

De ces dix prompts à une destination qui répond mieux à ses visiteurs, dans leur langue.

Wavia est une agence IA fondée à Nantes en 2023, certifiée Qualiopi. Nous formons les équipes à l'IA générative sur leurs vrais dossiers, nous relient l'IA à leurs outils et nous développons les agents qui manquent.

Former vos équipes, par métier

Accueil, communication et numérique, groupes, relation partenaires, direction : par groupe de dix au plus, sur votre documentation et vos fiches. Financé par votre OPCO, le plus souvent AKTO, ou par votre plan de formation.

Choisir et paramétrer vos licences

Claude Team, ChatGPT Business ou Microsoft 365 Copilot, réglés pour les données des visiteurs et des partenaires, avec la charte d'utilisation.

Relier l'IA à vos outils

Exports de votre base d'information touristique lus dans Claude, connecteurs officiels en lecture seule (Google Workspace, Microsoft 365, Brevo, data.gouv), ou connecteur sur mesure.

Un agent IA sur mesure

Réponses aux questions des visiteurs à partir de votre documentation, contrôle des fiches, lettre de la semaine : l'agent prépare, vos conseillers valident.

Réserver un échange de 15 minutes

Ou par téléphone : 06 44 22 69 86

4,9/5 sur plus de 280 avis Google · plus de 3 000 collaborateurs formés · wav-ia.fr/ia-hotellerie-tourisme