

Panel 1

Les destinations aujourd'hui : état des lieux

Brigitte Küng, cheffe de projet chez Hanser Consulting

Christian Gressbach, directeur de Toggenburg Tourismus

Martin Nydegger, directeur de Suisse Tourisme

Marcel Perren, directeur de Luzern Tourismus

Nathalie Seiler-Hayez, directrice du Beau-Rivage Palace à Lausanne

Angelo Trotta, directeur de Ticino Turismo

**Mon OGD ?
C'est booking.com !**

Parole d'un entrepreneur sondé

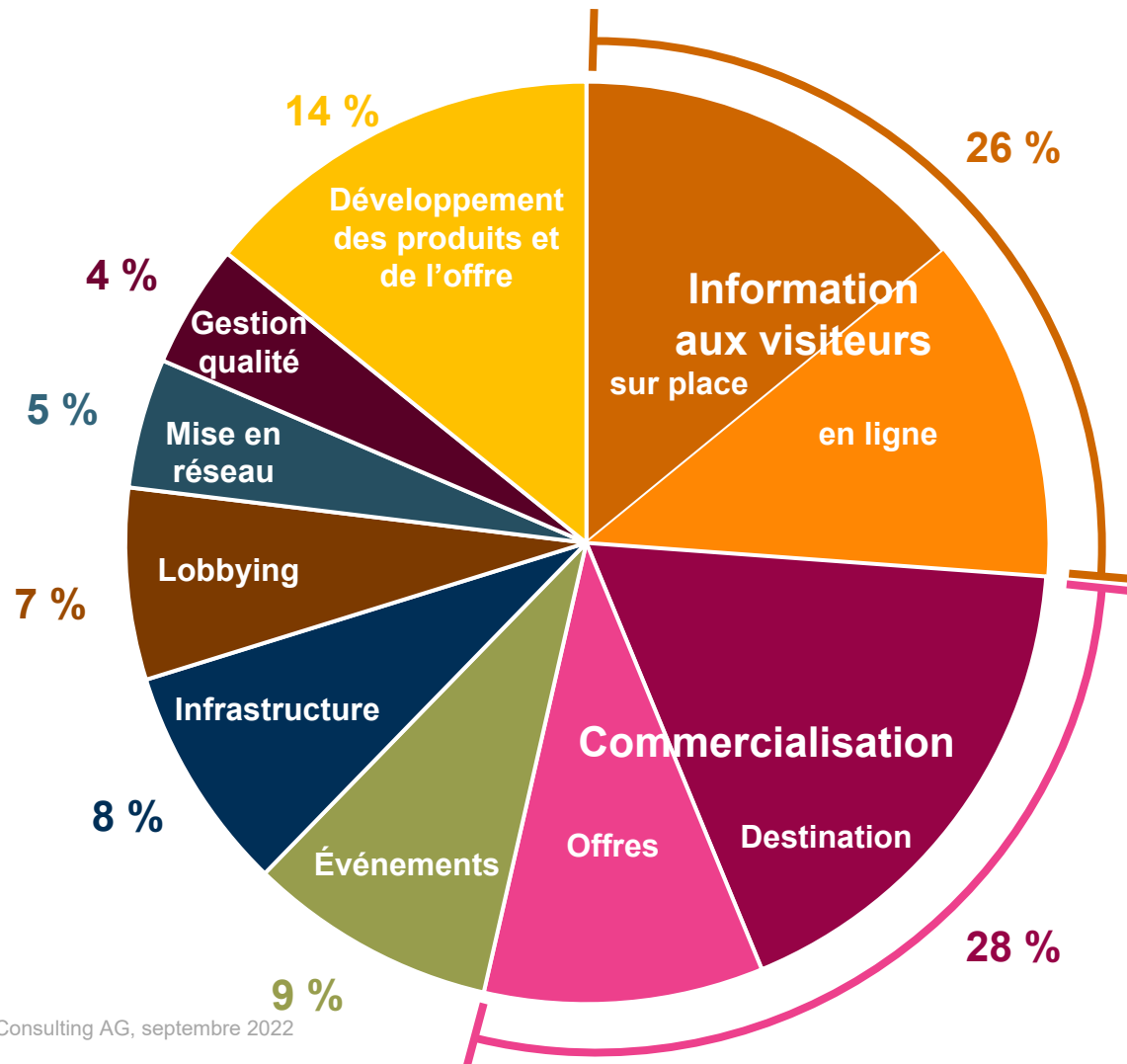
Introduction

**Qu'attendre ou ne pas (plus)
attendre des OGD dans le
contexte actuel
et à l'ère numérique ?**

Rôle et tâches des OGD



Utilisation des ressources : le budget moyen d'un OGD



n = 47

Source : IMP-HSG & Hanser Consulting AG, septembre 2022

Développement stratégique des destinations et des régions : qui est à la manœuvre ?

Qui est à la manœuvre s'agissant de la mise en œuvre / du développement ?

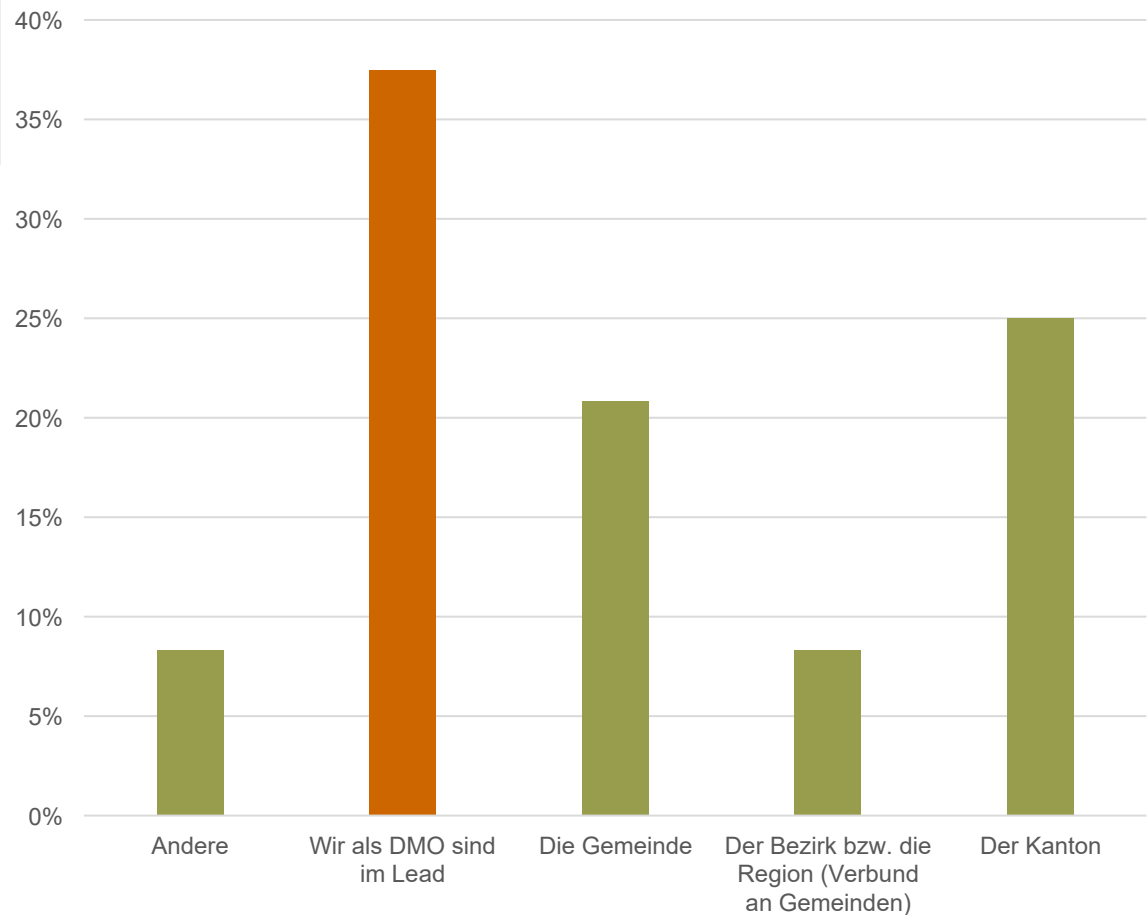
Stratégies de développement de la destination

Plans directeurs locaux et régionaux

Stratégies régionales de développement

Stratégies de promotion économique

Concept touristique régional global (CTG)



n = 47

Source : IMP-HSG & Hanser Consulting AG, septembre 2022

Rôle d'un OGD

OGD = acteur du développement régional

OGD = agence de marketing de la destination

OGD = prestataire de services pour les partenaires touristiques

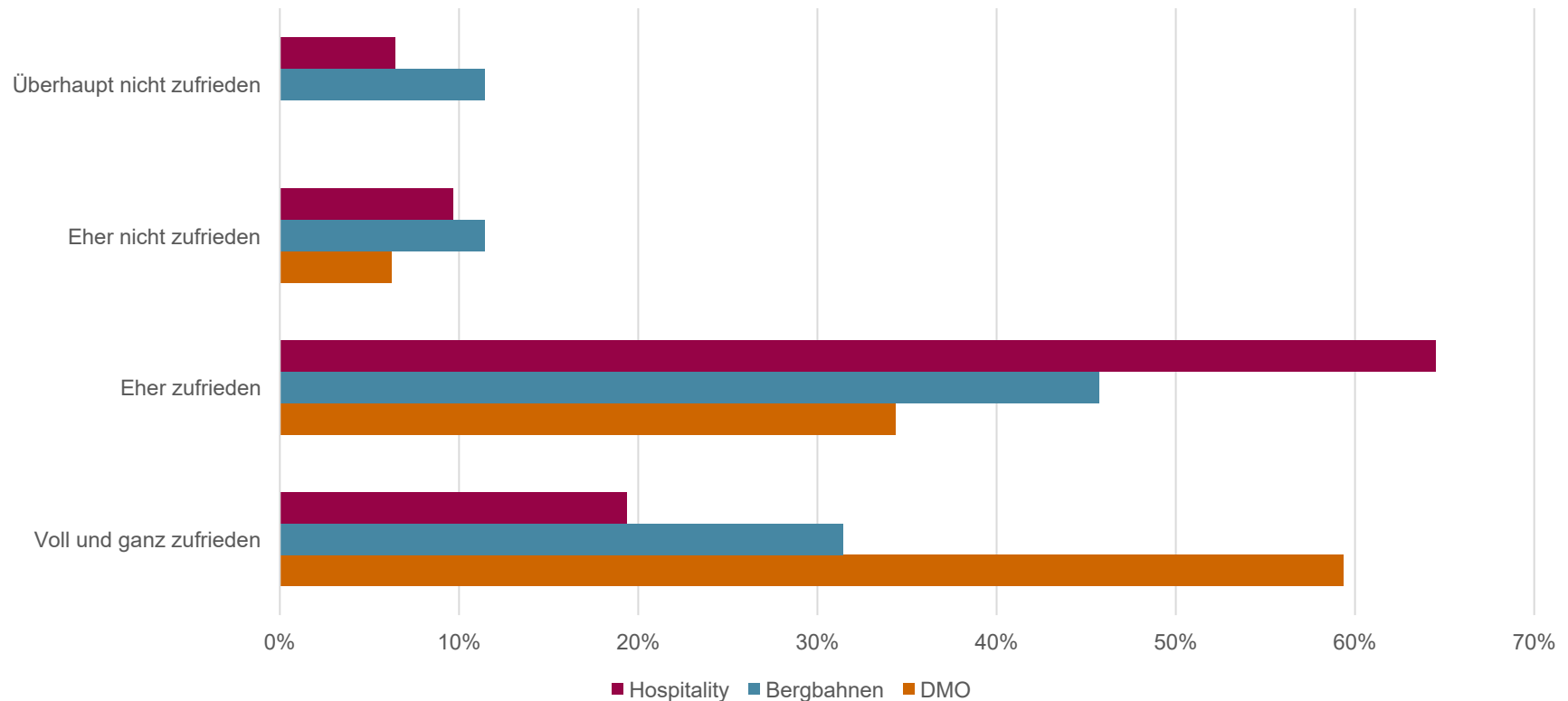




Collaboration avec d'autres organisations touristiques

Collaboration avec d'autres organisations touristiques

Bewertung der Zusammenarbeit mit anderen Tourismusorganisationen



n=175

Source : IMP-HSG & Hanser Consulting AG, septembre 2022

« S'il n'est pas nécessaire que la collaboration entre les organisations touristiques fonctionne, celle entre les organisations touristiques et les partenaires touristiques se doit de fonctionner. »

Parole d'un entrepreneur sondé

Collaboration avec d'autres organisations touristiques

**Quand la collaboration fait-elle
sens... ou pas ?**

Merci de votre attention

