

## Conseil exécutif

Cent huitième session

Saint-Sébastien (Espagne), 23-25 mai 2018

Point 9 de l'ordre du jour provisoire

CE/108/9 rev.1  
Madrid, 15 mai 2018  
Original : anglais

### Discussion thématique : « Le tourisme et la transformation numérique »

#### I. Mise en perspective

---

1. Le tourisme est l'un des secteurs les mieux placés pour stimuler la croissance partagée, créer des emplois, réduire la pauvreté et favoriser le développement durable et la paix. Représentant 10 % du PIB mondial, le tourisme a un impact significatif sur les exportations, la création d'emplois, l'investissement, le développement d'infrastructures et la promotion de l'inclusion sociale. Du point de vue des exportations mondiales, le tourisme vient en troisième lieu après les produits chimiques et les carburants : le tourisme international (recettes du tourisme international et transport de passagers) représentait 1 442 milliards d'USD en 2016, soit 30 % des exportations mondiales de services et 7 % du total des exportations de biens et services.

2. De plus, de par sa nature intersectorielle et sa vaste portée, le tourisme stimule également l'esprit d'entreprise et la croissance des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) qui, avec les jeunes pousses (*start-ups*), sont les principaux moteurs de l'innovation et de la création d'emplois.

3. Néanmoins, le tourisme fait face à un certain nombre de défis allant de la responsabilité de ses impacts sociaux et environnementaux à la gestion efficace de la numérisation, une stratégie pour répondre aux exigences du voyageur moderne et à l'augmentation de la compétitivité.

4. Certes, parallèlement à la croissance continue du tourisme ces dernières années, nous avons également assisté à une évolution des modèles commerciaux et du comportement des consommateurs, principalement en raison de la crise économique mondiale, des progrès technologiques et de l'émergence des plates-formes numériques (souvent désignées sous le nom d'économie du partage), des mégadonnées (*big data*) ou de la géolocalisation.

5. Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) a probablement été le principal moteur du changement. Sans aucun doute, la révolution technologique transforme déjà la chaîne de valeur du tourisme, modifiant le marché, la demande de compétences et les caractéristiques des emplois touristiques.

6. Selon le Forum économique mondial, « au cours de la prochaine décennie (2016-2025), la numérisation dans l'aviation, les voyages et le tourisme devrait injecter jusqu'à 305 milliards de dollars



de valeur dans l'industrie, faire migrer 100 milliards d'USD de valeur des acteurs traditionnels vers les nouveaux concurrents et générer des bénéfices évalués à 700 milliards d'USD pour les clients et la société en général, en réduisant l'empreinte environnementale, en améliorant la sécurité et la sûreté, et en permettant aux consommateurs d'économiser en temps et en argent. De plus, il y aura un déplacement net des emplois tels qu'ils existent actuellement dans le secteur, partiellement compensé par la création d'emplois qualifiés de la prochaine génération à l'intérieur et à l'extérieur de l'écosystème du voyage »<sup>1</sup>.

7. Dans ce contexte, l'avenir du tourisme et son aptitude à favoriser le développement, la croissance et la création d'emplois dépendront de sa capacité à reconnaître et à s'adapter aux tendances et changements clés qui auront des incidences sur le secteur à court, moyen et long terme.

8. Législation et réglementation dépassées, peur de l'échec, manque de sensibilisation, manque de coopération et de communication entre les parties prenantes concernées, manque de savoir-faire technologique et manque de financement ne sont que quelques-uns des défis auxquels le tourisme est confronté pour s'adapter à la révolution technologique. Cependant, avec de bons outils en matière de politique, formation et gestion, l'innovation et la technologie peuvent déboucher sur des emplois plus nombreux et de meilleure qualité et des opportunités d'affaires dans le tourisme, améliorer globalement le bien-être et la prospérité de nos sociétés et contribuer à un avenir plus durable.

9. Afin d'anticiper, de relever et de surmonter les nouveaux défis et tendances du secteur du tourisme, l'Organisation mondiale du tourisme se concentre actuellement sur sa stratégie en matière d'innovation et de transformation numérique qui lui permettra de se positionner comme l'organisme chef de file mondial de la quatrième révolution industrielle dans le tourisme.

10. D'une manière générale, l'OMT vise, par cette stratégie, à jouer un rôle moteur dans la numérisation du tourisme et à créer un écosystème d'innovation et d'entrepreneuriat qui maximisera le potentiel du secteur en termes de croissance économique, de création d'emplois et de développement durable.

11. Pour atteindre les objectifs susmentionnés, l'OMT se concentrera sur deux axes d'action et six projets stratégiques, comme suit :

### **Innovation**

- a) *UNWTO Innovation Hub Network* (Réseau de pôles d'innovation de l'OMT)
- b) *UNWTO Tourism Tech (Ad)ventures* : Forums d'innovation consacrés au tourisme qui rassemblent tous les acteurs de l'écosystème pour stimuler l'innovation, l'esprit d'entreprise et surtout l'investissement dans le tourisme
- c) *Digital Network Platform* : Plate-forme numérique de réseaux de grandes sociétés, de jeunes pousses, d'investisseurs et d'universitaires de premier plan
- d) *Tourism Innovation Leaders Programme* (Programme des chefs de file de l'innovation dans le tourisme) : Communauté de figures de proue de l'innovation, animés par l'esprit d'entreprise et une conscience sociale, œuvrant au développement durable du tourisme

<sup>1</sup> Forum économique mondial : 'The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2017' (<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>)

- e) Tendances et lignes directrices en matière d'innovation

### Transformation numérique

- f) Destinations intelligentes et renforcement des capacités grâce à l'utilisation des nouvelles technologies.

## II. Objectifs

12. La discussion thématique sur « Le tourisme et la transformation numérique » servira de plateforme à tous les acteurs de l'écosystème (gouvernements, jeunes pousses, investisseurs, grandes sociétés, universitaires, institutions) pour débattre des défis actuels et des possibilités à saisir découlant des processus de numérisation et d'innovation. En outre, ce sera une occasion privilégiée d'explorer les synergies et les possibilités de collaboration entre les secteurs public et privé dans le but de mettre en place des conditions propices à l'innovation et à l'entrepreneuriat dans le tourisme.

## III. Programme provisoire

<b>Maître de cérémonie : Mme Natalia Bayona</b> , Experte principale de l'OMT pour l'innovation et la transformation numérique	
<b>09:30-9:45</b>	<b>Allocution de marque de S.E.M. Nika Gilauri</b> , ancien Premier Ministre de la Géorgie
<b>09:45-10:30</b>	<b>Table ronde</b> <b>Modérateur : Mr Juan José Güemes</b> , Vice-Président aux affaires économiques et Président du Centre d'entrepreneuriat et d'innovation, IE Business School <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mme María Garaña</b>, Directrice générale d'EMEA, Google Professional Services</li> <li>• <b>M. Amuda Goueli</b>, PDG, Destinia</li> <li>• <b>M. Svend Leirvaag</b>, Vice-Président aux affaires du secteur, Amadeus IT Group</li> <li>• <b>Mme Diana Robino</b>, Vice-Présidente aux métiers du voyage, partenariats d'entreprise, Mastercard</li> <li>• <b>M. Enrique Sarasola</b>, Fondateur et Président, Room Mate</li> <li>• <b>M. Javier Sobrino</b>, Directeur Stratégie et savoir, FC Barcelone</li> </ul>
<b>10:30-11:15</b>	<b>Discussion générale</b> <b>Modérateur : S.E.M. Gustavo Santos</b> , Ministre du tourisme de la République argentine
<b>11:15-11:30</b>	<b>Conclusions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>M. Zurab Pololikashvili</b>, Secrétaire général de l'OMT</li> <li>• <b>S.E.M. Gustavo Santos</b>, Ministre du tourisme de la République argentine</li> </ul>

#### **IV. Lignes directrices pour la discussion**

---

13. Afin d'assurer une participation fructueuse et animée à la discussion générale, le secrétariat invite les délégations à s'attacher plus particulièrement à :

- a) Échanger des informations sur les défis actuels et les possibilités découlant de la transformation numérique dans le tourisme ;
- b) Faire connaître les meilleures pratiques en matière d'utilisation de la technologie ;
- c) Faire connaître les meilleures pratiques en matière de promotion de l'innovation et des investissements ;
- d) Proposer des domaines dans lesquels le secrétariat pourrait intervenir et se prêtant à une coopération accrue entre les membres de l'OMT sur cette question ; et
- e) Présenter des propositions concrètes de mise en relation des gouvernements avec des jeunes pousses, des investisseurs et de grandes sociétés pour stimuler l'innovation dans le secteur du tourisme aux échelons régional et mondial.

14. Les délégations souhaitant prendre la parole pendant la discussion générale sont priées de contacter le secrétariat par courriel avant le 21 mai ([aramos@unwto.org](mailto:aramos@unwto.org)), en indiquant en objet de leur message : « Discussion thématique ». Le secrétariat les inscrira sur la liste des intervenants de façon à organiser au mieux la discussion. Compte tenu des contraintes de temps, il est essentiel de limiter la durée de l'intervention de chaque chef de délégation à trois minutes maximum.

15. Un service d'interprétation simultanée sera assuré en anglais, arabe, espagnol, français et russe.

#### **V. Suite à donner par le Conseil exécutif**

---

##### **PROJET DE DÉCISION<sup>2</sup>**

*Le Conseil exécutif,*

1. *Reconnaît* que l'intégration de l'innovation et de la numérisation dans l'agenda mondial du tourisme est d'une importance fondamentale pour rester compétitif et maximiser le potentiel du secteur en termes de croissance économique, de création d'emplois et de développement durable ;
2. *Prend note* de la stratégie en matière d'innovation et de transformation numérique et des différentes activités entreprises par le secrétariat dans ce domaine ; et
3. *Prie* le Secrétaire général de poursuivre ses efforts de promotion de l'innovation et de la numérisation pour le développement du secteur du tourisme.

---

<sup>2</sup> Ceci est un projet de décision. Pour la décision finale adoptée par le Conseil, veuillez vous reporter au document des décisions publié à la fin de la session.

## Annexe I: Liste des intervenants

### H.E. Mr. Nika Gilauri

Mr. Gilauri has been a managing partner of Reformatics since 2012 and a senior advisor to McKinsey & Company since 2014. Earlier, he spent 8 years in the Georgian government, where he served as Minister of Energy (2004-2007), Minister of Finance (2007-2009) and Prime Minister (2009-2012).



Mr. Gilauri's term as Prime Minister was notably marked by rapid economic recovery and growth in the aftermath of the 2008-2009 global economic crisis: Georgia's GDP rose from -9.0% when Mr. Gilauri was appointed (Q2 2009) to +8.1% when his term came to an end (Q2 2012). Georgia's budgetary deficit also decreased during his term as Prime Minister, dropping from 9% in 2009 to 3% in 2012.

During his time in government, Mr. Gilauri guided reforms in the energy sector, fiscal policy, healthcare, customs, tourism, education and other spheres of economic development, and contributed to efforts to improve Georgia's overall business environment.

During Mr. Gilauri's term as Prime Minister, in 2009-2012, the number of international tourists in Georgia increased by 195%, from 1.5 million to more than 4.4 million people. According to the UNWTO World Tourism Barometer for 2013, the increase in the number of foreign tourists in Georgia was the highest in Europe, which made Georgia one of the fastest growing tourism markets in the world.

In his more recent capacity as managing partner of Reformatics, Mr. Gilauri has been involved in over 20 advisory assignments on three continents, consulting high-ranking government officials and politicians including presidents and prime ministers.

### Ms. Maria Garaña, Managing Director of EMEA, Google Professional Services

Maria has lived in and led companies in Europe, Middle East, Africa, Latin America and the US. She has worked with companies like Citi, Accenture, Bain & Company, TV Azteca and Zoom Media, at which she was the CEO.



In 2003, Maria joined Microsoft as Marketing and Operations Director (BMO) Mexico. During her time with Microsoft she has held the position of General Manager South Cone and President and CEO of Microsoft Spain. In 2015, Maria was appointed as Vice-president EMEA, Microsoft Cloud Business Solutions where she assumed the highest responsibility of operations, sales, marketing and management of partner relations for business solutions for the EMEA region. The division of business solutions includes Microsoft software that optimizes the management of organizations, from enterprise resource planning (ERP) tools to customer relationship management (CRM) solutions, including products for the management of market intelligence and reporting.

In 2017, she became the Managing Director of EMEA, Google Professional Services. She and her team work every day to help customers in the digital world earning more, saving more and having happy clients and employees. She has built excellent partnerships with business and government leaders, academia and press. She is also a board member of the following

companies in retail and banking, DIA Group and Euler Hermes.

#### **Mr. Amuda Goueli, Co-Founder & CEO, Destinia**

Amuda is the Founding Partner of the companies Destinia.com, Tor.travel (ex.Transhotel group), Muchoviaje.com, Tech Solutions Travel and creative agency Planilandia which operate in the online sector.

He is currently the CEO of the online travel agency Destinia.com and a member of the Management Bodies of the Spanish Association of Digital Economy (Adigital) and the Travel Agent Union (CEAV).



His personal interest in coaching led him to devote part of his time to preparing conferences and talks on Entrepreneurial Management and E-commerce, with the aim of helping online businesses, small businesses and entrepreneurs generate business through online commerce.

He started working in the online sector in 1997, occupying the post of Marketing and Contents Director in Globalclick. From 2000 on he devoted his energy to developing Destinia.com. His professional experience in communication media such as Televisión Española, Telemadrid and Advertising Agencies and his training as a programmer have allowed him and the Destinia.com team to be present in 35 countries and reach 73 million users in 2017.

#### **Mr. Juan José Güemes, Vice President of Economic Affairs and Chairman of the Entrepreneurship & Innovation Center, IE Business School**

Juan Jose Güemes (1969) joined the prestigious academic institution IE Business School in March 2010 as President of the International Center for Entrepreneurial Management after seventeen years of intense political activity. He had previously served in a broad range of government departments, including tourism, finance and employment, gender policies, and health.



Güemes holds a Bachelor's Degree in Economics and Business Administration (Universidad Complutense, Madrid, 1992) and a Master in Financial Markets (Universidad San Pablo CEU, Madrid, 1993). He began his career as an analyst at the Bank of Spain in 1991, before serving as Economic Adviser to Spain's People's Party in the Spanish Parliament from 1993 to 1996. He later served as advisor to the Deputy Prime Minister and Minister of Finance Rodrigo de Rato Figaredo, who appointed him Deputy Director of his Cabinet in 1998.

In the year 2000 Juan Jose Güemes was appointed General Secretary of Tourism, being responsible for the international promotion of Spain as a tourist destination. In the three years he headed tourism in Spain, he modernized the country's brand image and promoted a strategy to take Spanish tourism into new markets and products. During his term of office, the State Society for Tourism Information Management was created to promote Spain online. Today, the Spanish Tourist Board is a leader in the use of the Internet for the promotion of tourist destinations and tourist products.

His work in government organizations gained him a reputation for entrepreneurial ideas and innovation in the public sector. As President of IE's International Center for Entrepreneurial



Management he is focused on fostering the entrepreneurial spirit and creating new business and social projects, as well as promoting women-led entrepreneurship.

**Mr. Svend Leirvaag, Vice President, Industry Affairs, Amadeus IT Group**

Svend Leirvaag, Vice President, Industry Affairs, leads Amadeus' government and institutional affairs globally, including Amadeus' Corporate Social Responsibility (CSR) programs, such as the Click for Change partnership with UNICEF, and Amadeus' Sustainability initiatives.



Svend holds a degree in Business Administration from the USA, and started his career as a management trainee in Scandinavian Airlines in 1986, before joining newly established Amadeus in 1988. He returned to SAS in 1992 as Director of Marketing & Distribution. Working for the SAS CEO he led the implementation of TQM/LEAN in SAS' commercial division worldwide, and subsequently the development and implementation of SAS' travel agency programme in Scandinavia. After leaving SAS in 1997 he embarked on a successful management consulting career, acting as trusted advisor to top management across different industries. Svend rejoined Amadeus in 2011.

Svend is a respected travel industry expert, and has broad international management and consulting experience from airlines, hotel chains, travel management companies, and online travel distribution.

**Ms. Diana Robino, Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships, Mastercard**

Senior Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships Mastercard.



Diana Robino is Senior Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships, Mastercard. In this role, Ms. Robino is responsible for developing and launching differentiating solutions for partners in the B2B travel vertical. These solutions range from digitalized payments and providing efficiencies for travel agencies and travel suppliers, new technology for better interfaces and leveraging big data for insights on the travel ecosystem.

Diana's experience in financial services extends to business development, general management, marketing, loyalty, and operations. Previous roles include global new product development for credit and debit, global affluent products and management of the global HSBC relationship. Prior to Mastercard, Diana held key positions at Citigroup and American Express in Latin America, US, Europe and MEA.

Diana was an Adjunct Professor in Marketing at the University of Miami, received a Master of Business Administration from Southern Illinois University and completed graduate studies in Quality Management at the University of Miami.

### Mr. Kike Sarasola, Founder and President, Room Mate

Currently, Kike is a trendsetting pioneer in the tourist industry thanks to his visionary, disruptive and rebellious character. Proof of these traits are the international recognitions he's received, including but not limited to the 2017 European Gold Medal for Merit at Work and the 2015 Medal for Tourist Accomplishments granted by the Spanish Council of Ministers. That same year he was also named Man of the Year by GQ and granted Architectural Digest's Special Award for supporting Interior Design.



Over the past year, Sarasola has been invited to lecture at over 100 conferences worldwide where he has not only spoken about the hotel industry as such, but also about leadership, innovation and entrepreneurship. *More Ideas and Less MBAs* is the title of this innovative book, one he wrote with the purpose of motivating people who are willing to take risks in the name of what they believe in.

In 2017, the American programme "Hotel Hell" presented by Gordon Ramsay premiered in Spain. Kike was asked to star in the Spanish version, which tripled Discovery Max's audience and was a trending topic for the 8 weeks during which the 1st season aired.

Following this successful experience with the show and convinced that being happy is a profitable enterprise, Kike decided to share the know-how that made Room Mate a model of success and has launched a new business line: X-Perience by Room Mate, a tailor-made hospitality consultancy service managed and executed by Room Mate experts in combination with PwC's state of the art technology.

### Mr. Javier Sobrino, Strategy & Knowledge Director, FC Barcelona

Javier is Strategy & Knowledge Director at FC Barcelona. He has developed the Corporate Strategic Plan (2015-2021) and coordinates its implementation. He leads the Club's Innovation activities, which include the launch and development of the Barça Innovation Hub project, leading innovation initiative in the sports industry.



Javier is also Professor of Strategic Management & Innovation in the sports industry in different Universities. He has written different books, including "Sport, an economic sector" and "Sports Diplomacy". He has also been involved in projects related to sport policies implementation and the transversal impact of sport.

He has an MBA from INSEAD and a Law and Business Degree at Universidad Pontificia Comillas (ICADE) in Madrid.

A proud father of three, he has developed his career in the sports industry as a consultant serving different international sport clubs and institutions. Prior to that, he worked in the banking sector in strategic planning positions and as Senior Manager at Accenture.