

COLLOQUE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE



toujours
la bonne
saison

TOURISME
BAS-SAINT-LAURENT

atelier 5

Comment être trouvé et visible à l'ère de l'intelligence artificielle?

Lysandre Michaud-Verreault
membre du Groupe de travail
iA+Tourisme



MA MISSION

Faire de la communication et des talents les moteurs d'une transformation stratégique réussie

J'accompagne les organisations à naviguer le changement, innover dans leurs pratiques, affiner leurs stratégies et optimiser leur performance en misant notamment sur les données, la communication et la gestion stratégique du changement. Mon approche combine formation, stratégie-conseil et accompagnement personnalisé. J'accompagne également les organisations dans l'intégration stratégique et éthique de l'intelligence artificielle (iA), en faisant de cette technologie un levier d'innovation et de performance durable, tout en adressant les enjeux de découvrabilité.



A woman with long brown hair, wearing a light-colored t-shirt and a yellow backpack, is seen from behind. She is wearing VR goggles and looking into a futuristic, digital cityscape. The scene is overlaid with various data visualizations, including maps, charts, and icons. The word "AGENDA" is prominently displayed in the center of the image. The background shows a city street with people and buildings, all rendered in a stylized, digital aesthetic with a teal and orange color palette.

AGENDA

LA DÉCOUVRABILITÉ À L'ÈRE DE L'IA

AGENDA :

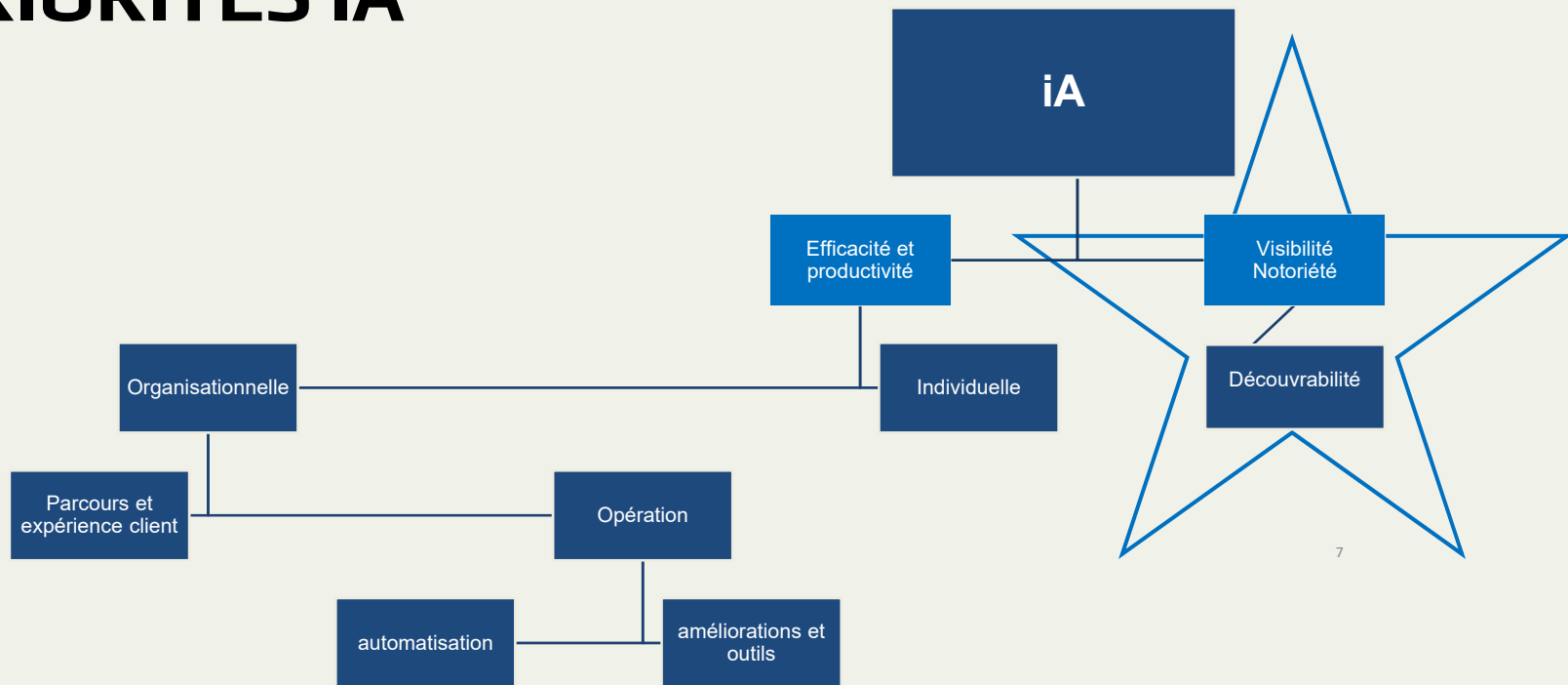
- L'IA en tourisme
 - et son utilisation par nos clients potentiels
 - La découvrabilité : Comment ça fonctionne et ce que c'est
 - Meilleures pratiques
- Période de questions



DÉCOUVRABILITÉ

MISE EN CONTEXTE

PRIORITÉS IA



7



DÉCOUVRABILITÉ

QUI UTILISE L'IA... ET POURQUOI

**en 2025, 12 % des Canadiens utilisaient l'IA comme
premier réflexe pour s'informer**

source: Étude DCTL rapport 2025

70 % de la Génération Z et **63 %** des Millénariaux déclarent avoir déjà utilisé l'IA pour planifier au moins un de leurs voyages.

37 % des voyageurs québécois intègrent les outils IA pour créer des itinéraires.

source : Croix Bleure, intentions de voyage 2026
source : Skift

L'IMPACT

**BÉNÉFICES → UTILISATION MASSIVE → NOUVEAUX COMPORTEMENTS → NOUVELLES
ATTENTES → CHANGEMENTS ET TRANSFORMATIONS MAJEURES**

11

L'IMPACT SUR LA RECHERCHE EN LIGNE TRADITIONNELLE

Baisse de 25 % du volume des recherches sur les moteurs traditionnels (ex.: google) anticipée dès 2026 au profit des IA génératives ou agents virtuels.

Effets directs :

- Cristallisation du Zero Click Search
- Chute de près de 50 % du trafic organique
- Changements majeurs dans les attentes des utilisateurs

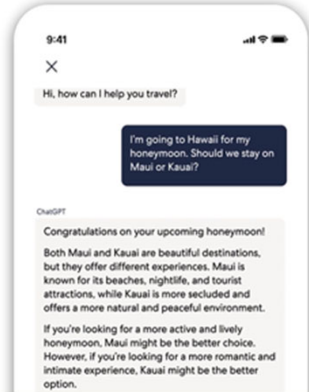
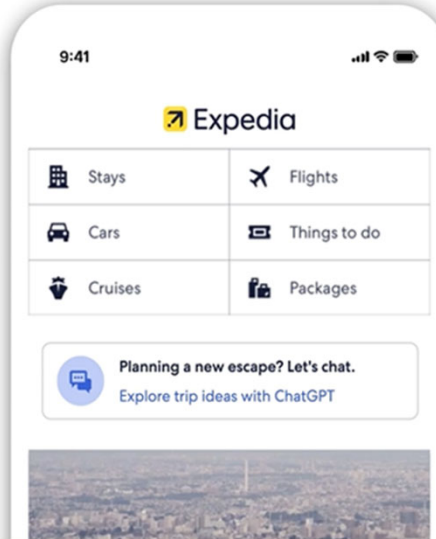
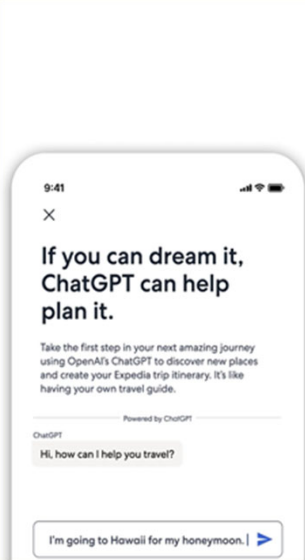
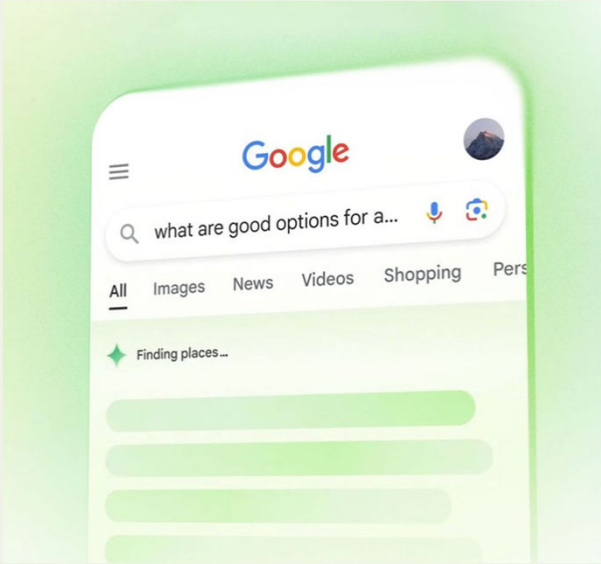
12

L'IMPACT SUR LES COMPORTEMENTS ET LES ATTENTES

- ★ **s'attendent à une réponse personnalisée**
- ★ **veulent un résumé immédiat, exact et complet**
- ★ **veulent qu'on leur filtre la complexité**
- ★ **cherchent une recommandation de confiance**
- ★ **veulent tout faire au même endroit**

13

L'IMPACT SUR LES OUTILS



L'IMPACT SUR LES OUTILS

- Génère automatiquement un résumé de votre entreprise à partir des avis, photos et commentaires récents
- Met de l'avant les éléments que les visiteurs mentionnent le plus : types d'activités, ambiance, forces, irritants
- Crée des "palmarès IA" locaux
- Transforme vos avis et photos en principaux facteurs de découvrabilité, souvent avant votre site Web

Amqui
Québec

Itinéraires Enregistrer À proximité Envoyer au téléphone Partager

En bref
Amqui est une ville canadienne au Québec, chef-lieu de la MRC de La Matapédia, dans la région administrative du Bas-Saint-Laurent et dans la région to... Plus

Hôtels

 133 \$ Auberge L'Ambas... 4,3 ★ (365) hôtel quatre étoiles	 125 \$ Hôtel les quatre b... 4,8 ★ (31)	 4,3 ★
---	---	-----------

[Afficher plus d'hôtels](#)

Locations de vacances

 134 \$ Villa Chambre pour 8	 223 \$ Chalet Chambre pour 4	 17 SAY Chalet Chambre pour 4
---------------------------------------	--	--

[Voir d'autres établissements](#)

Photos

Couches

Réglements du Bioparc Bioparc Ruine

Bioparc de la Gaspésie - Bonaventure
4,5 ★★★★★ (1 100)
Attraction touristique · 📍

Aperçu Billets Avis À propos

Itinéraires Enregistrer À proximité Envoyer au téléphone Partager

Entrée À propos de ces résultats ⓘ
Vous donne accès à ce lieu

Bioparc de la Gaspésie - Bonaventure 29,50 \$ >
Site officiel
Des frais supplémentaires peuvent s'appliquer

📍 123 Rue des Vieux Ponts, Bonaventure, QC G0C 1E0

🌐 bioparc.ca

📞 (418) 534-1997

📍 2GRM+RQ Bonaventure, Québec

📍 Votre historique Maps

📍 Ajouter une étiquette

[Suggérer une modification](#)

Du propriétaire

Le Bioparc est maintenant fermé au public pour la saison 9 sept. 2025

Mises à jour des clients

Couches

rocher percé

Retour

Rocher Percé
4,8 ★★★★★ (560)
Île

Aperçu Avis À propos

Itinéraires Enregistrer À proximité Envoyer au téléphone Partager

Roche calcaire de 433 mètres de long avec arche naturelle accessible par un sentier sablonneux à marée basse.

📍 Percé, QC G0C 2L0

📍 Votre historique Maps

📍 Ajouter une étiquette

Mises à jour des clients

Rocher Percé il y a un an

Photos et vidéos

Tout Les plus récentes il y a 25 jours Vidéos

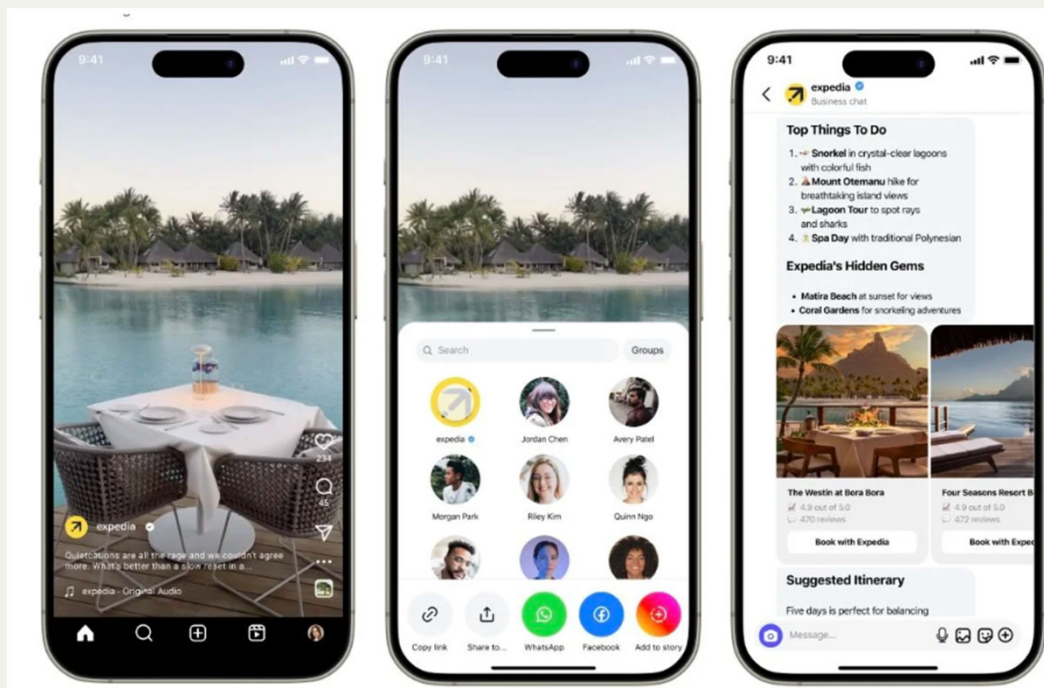
[Ajouter des photos et des vidéos](#)

Résumé des avis

Couches

L'IMPACT SUR LES OUTILS

Trip Matching d'Expédia





DÉCOUVRABILITÉ

CE QUE C'EST ET COMMENT ÇA FONCTIONNE

COMMENT ÇA FONCTIONNE

Les recommandations IA sont basées sur :

- Ce qu'elle sait sur la personne
- +
- Ce qu'elle connaît et comprend

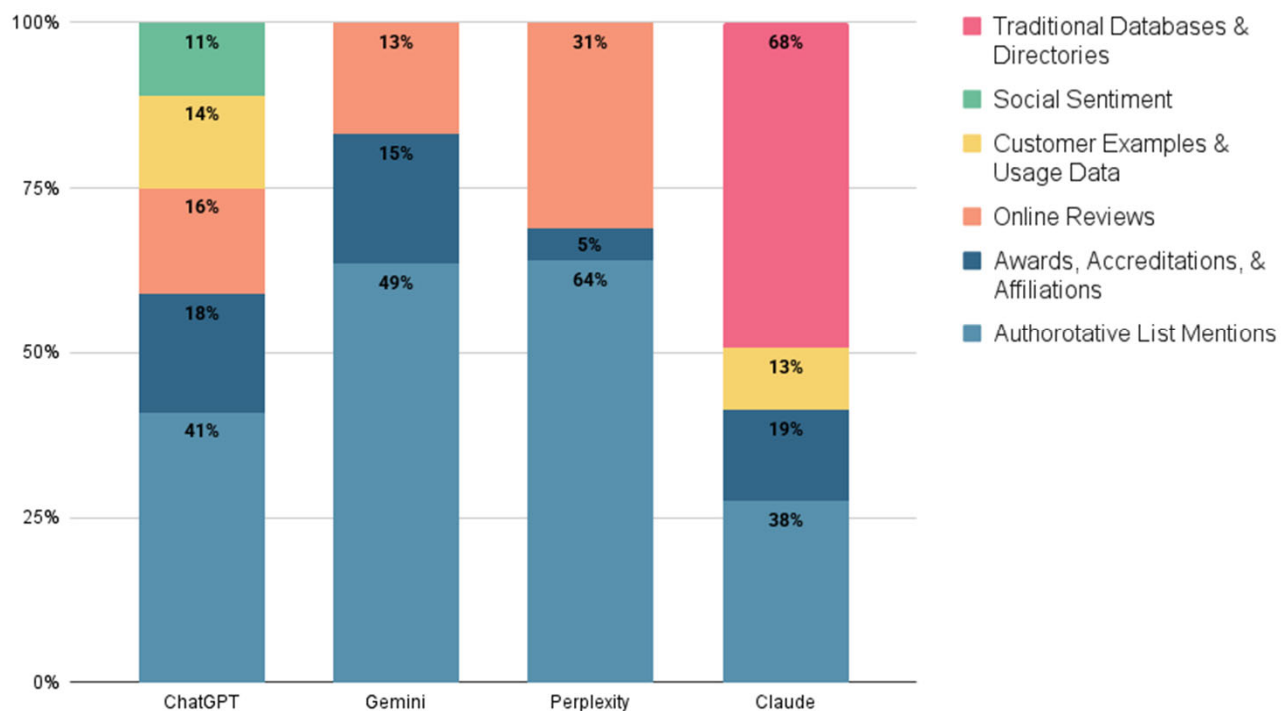
COMMENT ÇA FONCTIONNE

L'IA n'évalue pas la qualité et ne juge pas objectivement



COMMENT ÇA FONCTIONNE

AI Recommendation Algorithm Breakdown



- Traditional Databases & Directories
 - Social Sentiment
 - Customer Examples & Usage Data
 - Online Reviews
 - Awards, Accreditations, & Affiliations
 - Authoritative List Mentions
- Bases de données et répertoires
Réseaux sociaux et forums
Exemples clients et données d'utilisation
Avis en ligne
Prix, accréditations et affiliations
Mentions dans des classements et listes (articles)

LA DÉCOUVRABILITÉ

Concept stratégique clé pour rester visibles et compétitifs dans un environnement numérique dominé par l'iA

ÉVALUER SA DÉCOUVRABILITÉ

- ★ VISIBILITÉ GLOBALE
- ★ ET PAR PLATEFORME
- ★ EXACTITUDE DE L'INFORMATION ET NIVEAU DÉTAILS
- ★ COMPRÉHENSION
- ★ TON ET MISE EN VALEUR
- ★ FRAÎCHEUR DE L'INFORMATION (À JOUR)
- ★ SOURCES D'AUTORITÉ






A group of business professionals are seated around a long table in a modern meeting room. The room features large floor-to-ceiling windows that offer a panoramic view of a city skyline, likely New York City, with various skyscrapers and a clear blue sky with scattered clouds. The scene is captured from behind the participants, showing their silhouettes as they engage in a meeting. The overall atmosphere is professional and collaborative.

DÉCOUVRABILITÉ

MEILLEURES PRATIQUES

MEILLEURES PRATIQUES

À mettre en place :

-  Optimiser ses contenus Webs
-  Structurer ses données et penser GEO...(et SEO, AEO, LEO...!)
-  Développer une stratégie de référencement
-  Réactiver les méthodes traditionnelles d'engagement et de rayonnement
- Réaliser un audit
-  Revoir la façon dont on se mesure

1. OPTIMISER SES CONTENUS

Pourquoi c'est crucial?

L'IA et les assistants vocaux privilégient des réponses claires et pertinentes

Bonnes pratiques :

- Élaborez une stratégie de contenu riche, utile, pertinente et omnicanale
- Optez pour un contenu concis et organisé, court et direct. Évitez le jargon
- Créer des FAQ adaptées aux questions fréquentes
- Écrivez en langage naturel, Rédiger de manière plus conversationnelle
- Publiez et mettez à jour régulièrement pour être reconnu comme source fiable
- Mettez en valeur vos prix, accréditations, affiliations
- Localisez votre contenu
- Maitrisez votre narratif

Sans oublier... le contenu visuel, vidéo et expérientiel

1. OPTIMISER SES CONTENUS

l'IA ne se limite plus à « lire » du texte, elle interprète :

- des images
- des vidéos
- des symboles
- des signaux visuels, culturels, sensoriels et contextuels

Êtes-vous reconnaissables sans être nommés?

2. STRUCTURER SES DONNÉES ET GEO

Stratégies sur site (On-Page GEO)

Pourquoi c'est crucial?

Les IA génératives ne recherchent pas seulement des mots-clés mais interprètent la structure et la qualité des contenus. Un site bien structuré et optimisé est mieux compris et référencé.

Bonnes pratiques:

- Utilisez des balises de données structurées (Schema.org): permet aux algorithmes de comprendre, de classer le contenu de façon plus précise et de l'extraire pour répondre aux requêtes (notamment vocales)
- Structurez son site, assurez une hiérarchie claire et logique, rédigez des balises méta-titres et méta-descriptions pertinentes pour chaque page
- Catégorisez et organisez vos pages selon vos segments touristiques, saisons, etc.
- Optimisez la vitesse et la performance du site (compression des images, mise en cache).
- Rendez votre site mobile-friendly

3. STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT

Stratégies hors site (Off-Page GEO)

Pourquoi c'est crucial?

L'IA favorise les sources fiables et reconnues : plus un site est cité ailleurs, plus il est jugé pertinent et crédible. il est donc impératif de renforcer l'autorité de votre site web via des liens référents (backlinks).

Bonnes pratiques :

- Amplifier vos relations publiques, diffusez des communiqués de presse, accueillez des médias
- Créer des partenariats stratégiques
- Collaborez avec les influenceurs
- Profiter des annuaires spécialisés et revendiquer et optimiser ses profils

* Un **backlink (lien référent)** est un lien provenant d'un autre site Web qui pointe vers le vôtre, ex.: un blog de voyage publie un article sur "*Les 10 plus belles plages du Québec*" et inclut un lien vers le site de **Tourisme Gaspésie**

4. REVENIR AUX BASES

Engagement et expérience client

Pourquoi c'est crucial?

Les avis, témoignages et contenus créés et/ou partagés par les consommateurs renforcent la confiance, influencent l'IA et boostent la visibilité d'une marque, destination ou organisation.

Bonnes pratiques :

- Mettez sur le UGC et l'IGC
- Demandez aux visiteurs de laisser des avis sur Google, TripAdvisor et autres plateformes
- Invitez les gens à raconter leur expérience en ligne : blog, médias sociaux, avis
- Faites une veille régulière et répondez aux commentaires – positifs comme négatifs. Profitez-en pour fournir davantage de détails et divulguer des informations fréquemment demandées, ou corriger des erreurs de manière bienveillante

5. EFFECTUER UN AUDIT

1. DRESSEZ une liste de scénarios
 - En fonction du parcours voyageur et de vos profils types
2. COMPLETEZ et bonifiez cette liste
3. FAITES des tests :
 - manuels (tests utilisateurs)
 - avec outils payants / en ligne
4. DOCUMENTEZ pour en tirer des constats

EN COMPLÉMENT :

1. ÉVALUEZ : votre présence sur les sources stratégiques pour l'IA : OTA, médias, les avis en ligne, etc.
2. ÉVALUEZ VOS LIENS RÉFÉRENTS

5. EFFECTUER UN AUDIT

Si d'autres destinations, secteurs, marques ou organisations sont privilégiées :

- volume
- Optimisation IA
- Forte compétition
- Complaisance des modèles

Si les informations sont erronées, incomplètes ou peu attractives:

- Des contenus obsolètes ou imprécis
- Manque de données récentes, claires et structurées

5. EFFECTUER UN AUDIT

Outils utiles

💡 [Ai Search Grader de Hubspot](#), [Gumshoe](#), [Generative Pulse de Muck Rack](#), [Peec.ai](#) : Effectuent un audit sommaire

💡 [Ahrefs](#), [Semrush](#), [Moz Link Explorer](#), [Ubersuggest](#) : Analyse des liens entrants (quantité, qualité, ancre, type de site), repère les sites qui parlent de votre entreprise sans nécessairement faire un lien (mentions non-liées)

💡 [Google Search Console](#) : pour voir les termes réellement recherchés

💡 [Mention](#) ou [Brand24](#) pour détecter les mentions de votre entreprise sans lien (sans backlinks) pour repérer des occasions de demander un backlink ou corriger un contenu

6. REDÉFINIR SES KPIS

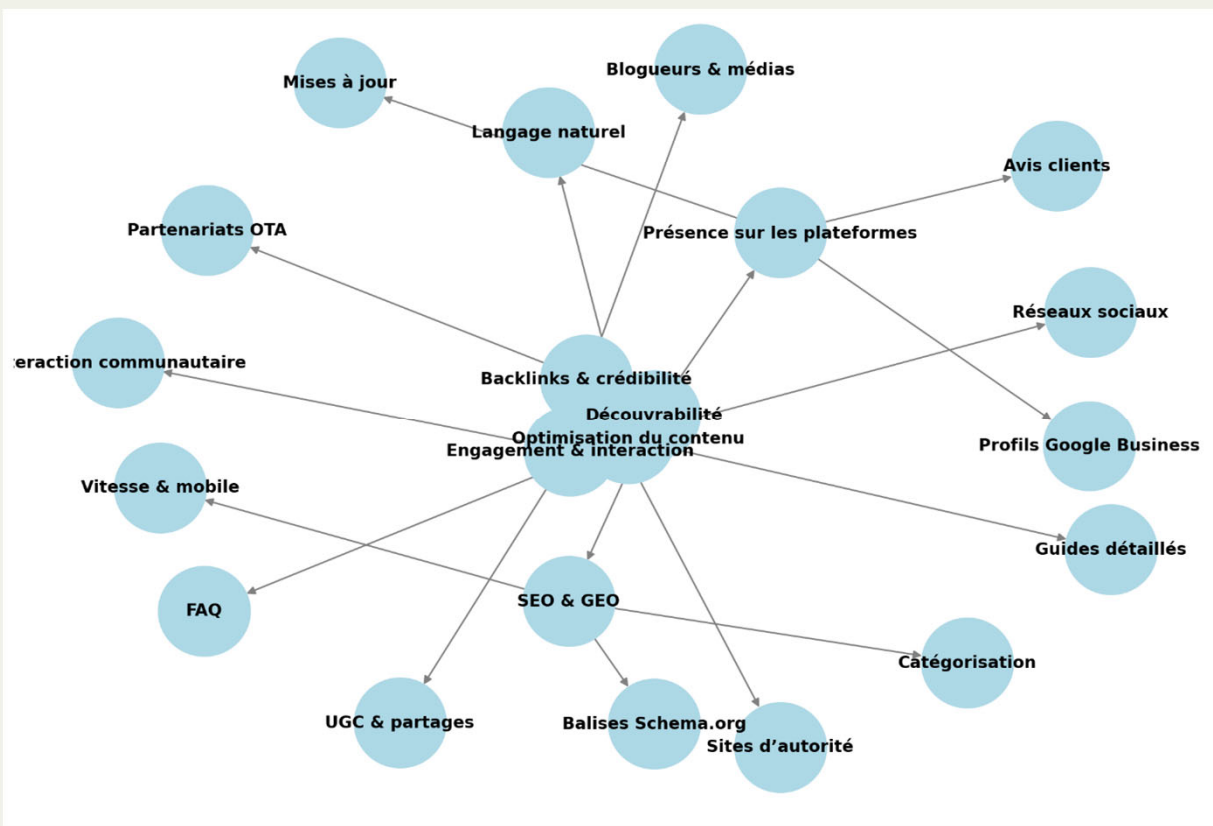
- ★ Réputation
- ★ Part de voix
- ★ Engagement élargi : mentions sociales, UGC, influenceurs, signaux hors site officiel
- ★ Portée
- ★ Visibilité IA et SEO / fréquence
 - ★ Qualité de la représentation
- ★ Exactitude et cohérence
- ★ Sources d'autorité
- ★ Etc.



DÉCOUVRABILITÉ

CONCLUSION

FAITES DES CHOIX!



10 ACTIONS CONCRÈTES

1. Mettez à jour votre Google Business Profile (profil d'entreprise google), rafraîchissez vos photos et ajoutez-en de nouvelles
2. Mettez à jour les informations sur votre site Web
3. Ajoutez une FAQ ou minimalement 3 à 5 questions-réponses fréquentes
4. Mentionnez clairement votre emplacement géographique sur votre site
5. Répondez aux avis (et corriger les informations au besoin)
6. Écrivez un court billet de blogue sur votre site sur l'expérience à vivre et mentionnez votre localisation macro et micro (région, MRC, ville, attrait à proximité connus)
7. Vérifiez que vous êtes bien présents et à jour sur les répertoires touristiques clés
8. Collaborez avec vos voisins pour des liens croisés (backlinks)
9. Faites plus de relations médias
10. Accueillez des journalistes et influenceurs dont le contenu est répertorié, et dont les sites sont reconnus



QUESTIONS

À VOUS LA PAROLE

MERCI!

RESTONS EN CONTACT

✉ lysandre.m.verreault@gmail.com
🌐 [linkedin.com/in/lysandremverreault](https://www.linkedin.com/in/lysandremverreault)



LYSANDRE M V

Communication. Humain. Innovation.