

Destination Canada accroît le tourisme local à l'aide de l'IA de Google



Défi

Le tourisme représente l'un des moteurs économiques les plus puissants au pays, mais les données essentielles sont fragmentées à l'échelle d'innombrables sources, rendant ainsi difficile d'avoir une vue d'ensemble claire du secteur. Sans une plateforme centrale de confiance, les décisions dépendent d'informations fragmentées, ce qui limite la capacité du Canada à libérer pleinement le potentiel du tourisme.

Solution

Pour surmonter ce problème, Destination Canada s'est associée à Statistique Canada et au ministère de l'Innovation, de la Science et du Développement économique pour créer une plateforme unifiée qui rassemble de grandes quantités de données et fournit des statistiques opportunes aux gouvernements, aux communautés et aux entreprises de l'écosystème touristique canadien. Au moyen de Google Cloud, Destination Canada a créé le Consortium de données touristiques canadiennes, un pôle de confiance pour l'accès aux statistiques et le partage de ces dernières ainsi qu'une source centrale du renseignement sur le tourisme. La plateforme révolutionne la façon dont les destinations canadiennes sont mises en marché, développées et gérées. En unifiant les silos de données, elle sert d'emplacement unique pour des données, des études et des statistiques solides qui contribuent à des décisions plus judicieuses et renforcent la concurrence mondiale du Canada.

Impact

Le Consortium de données touristiques canadiennes a déjà unifié plus de 34 milliards de lignes de données provenant de 230 sources à l'échelle de plus de 5 000 régions. Continuant de croître, il libère des capacités avancées comme les prévisions en temps réel, l'analyse prédictive et les outils d'IA générative. Il permet aux communautés, aux voyageurs et aux gouvernements de faire des investissements plus rapides et judicieux, comme le marketing ciblé et l'offre de nouvelles expériences, et remplace l'analyse fragmentée par une prise de décision simplifiée et convaincante. À l'aide de l'IA de Google, le secteur du tourisme canadien est positionné pour renforcer sa concurrence mondiale et générer des revenus annuels pouvant aller jusqu'à 160 milliards de dollars d'ici 2030.

« À l'aide de l'IA de Google, nous offrons aux entreprises et aux gouvernements locaux des données en temps réel qui contribuent à stimuler le tourisme. »

Meaghan Ferrigno,
Présidente-directrice générale
par intérim



Voir g.co/innovationcanadienne pour en savoir plus