

ASSISE DU TOURISME

Les enjeux de la valorisation économique de l'offre touristique

Présenté par Madame Rose-Lee RAQUI
Docteur en Relations Internationales
Direction de la Mission de la Prospective et de
l'Évaluation des Politiques Publique

Les NTIC facteurs d'une valorisation économique de l'offre touristique

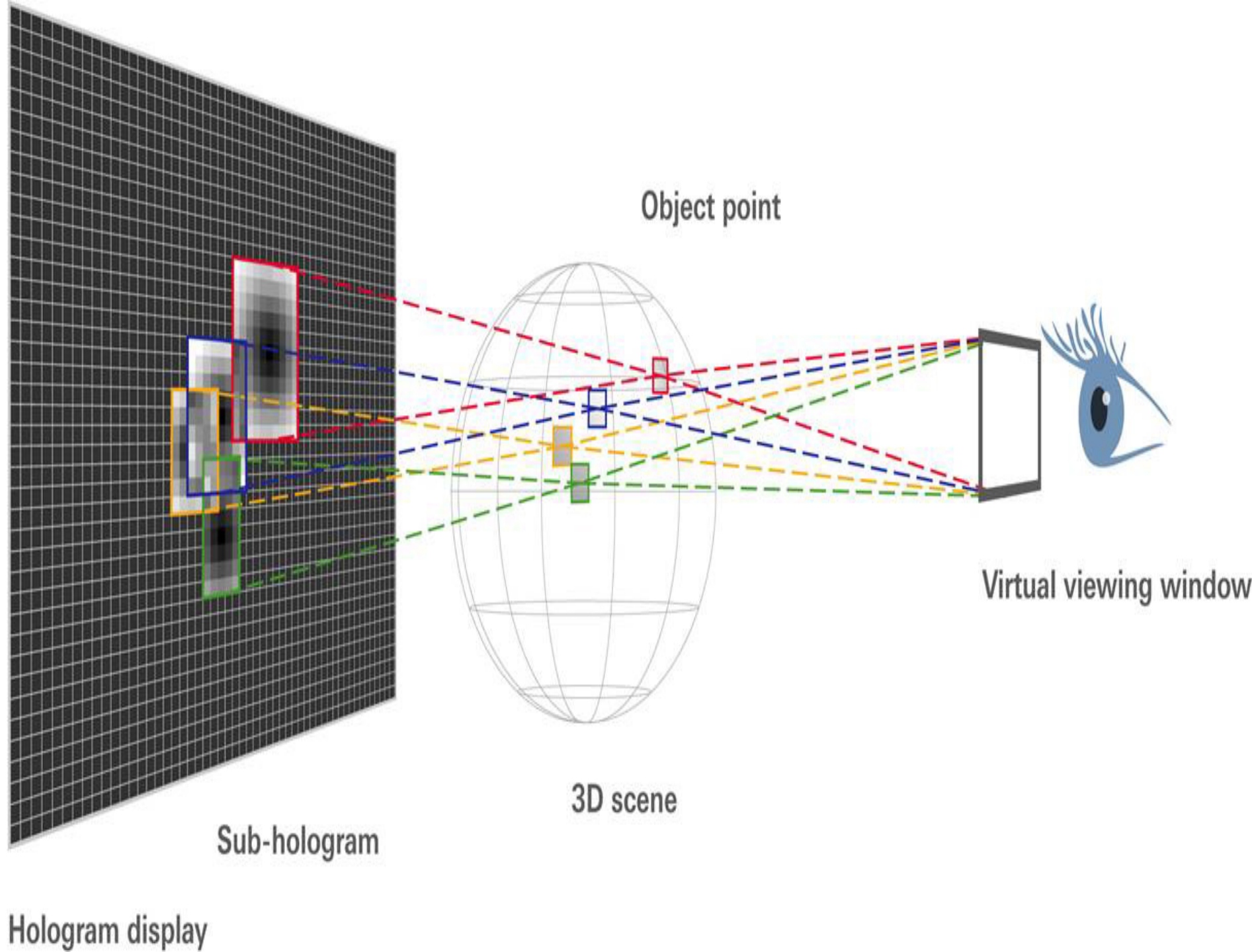
L'irruption des technologies de l'information dans le processus économique bouleverse la vision traditionnelle de la commercialisation des voyages, offrant ainsi aux destinations touristiques du Sud une opportunité en termes de visibilité et d'autonomie internationales.

- L'adoption massive des TIC en tourisme, depuis quelques années, a eu pour effet de créer une course de vitesse entre divers opérateurs du tourisme pour rejoindre le client (agences de voyages, hôtels, etc.) ; elle a entraîné une réduction des barrières à l'entrée en ce qui concerne la commercialisation des produits de voyage et a permis l'insertion de nouveaux acteurs dans l'e-tourisme. La réduction de l'écart numérique en tourisme devient un objectif vital à atteindre au plus tôt. C'est alors la multiplication des sites d'e-tourisme par les tour-opérateurs et les organismes de gestion de destination (OGD) des pays récepteurs qui implantent au sein de leur structure un système de gestion de destination (SGD).

L'enjeux de l'hologramme effet 3D: concept fascinant

- **L'holographie** est un procédé d'enregistrement de la phase et de l'amplitude de l'onde diffractée par un objet. Ce procédé d'enregistrement permet de restituer ultérieurement une image en trois dimensions de l'objet. Ceci est réalisé en utilisant les propriétés de la lumière cohérente issue des lasers.

- Sur les paysages.
- Les lieux.
- Mémoires (hommes et femmes).
- Sur l'offre (package)
- Visuel (images)
- Vidéo
- Sur la faune flore Environnement

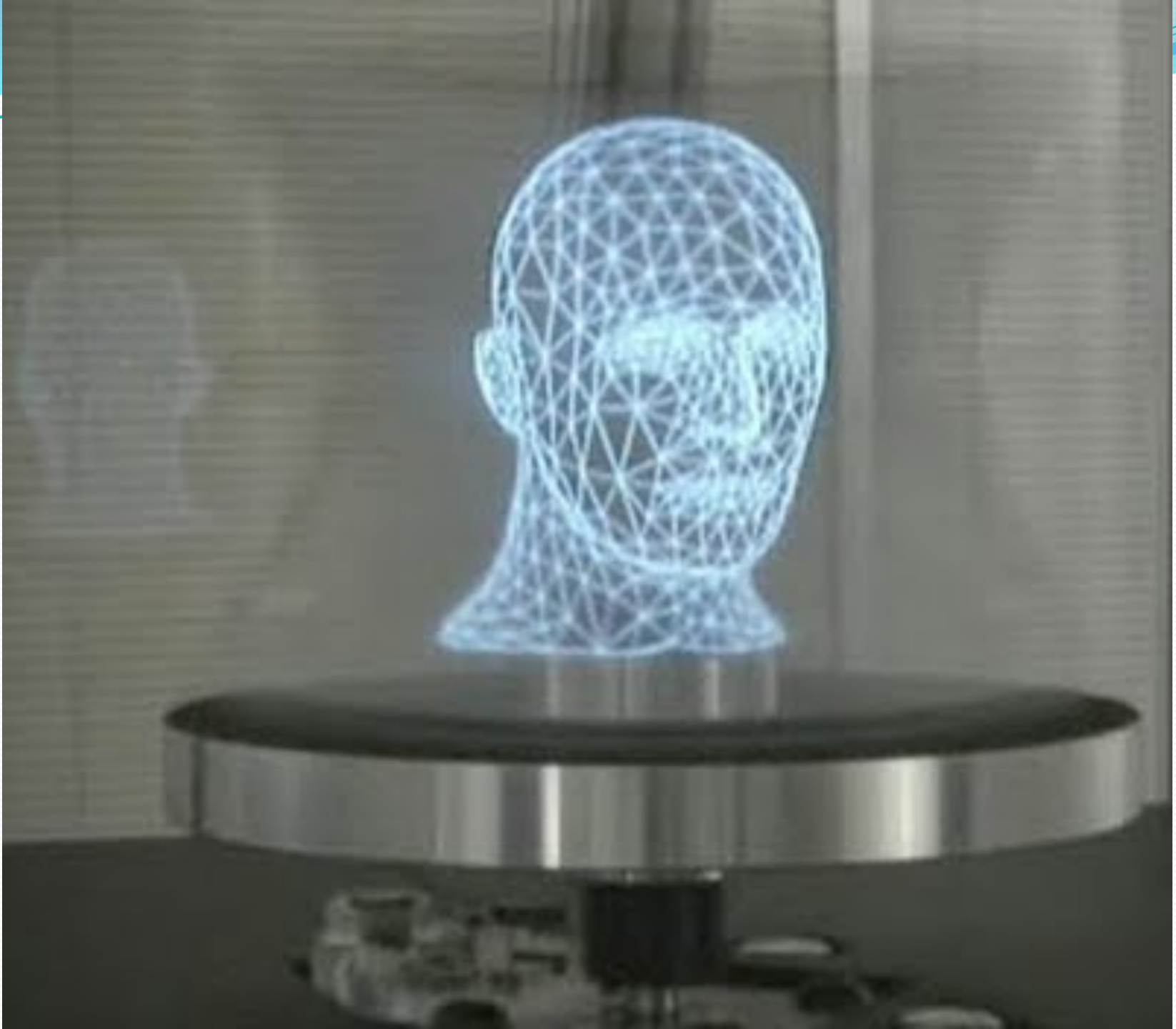










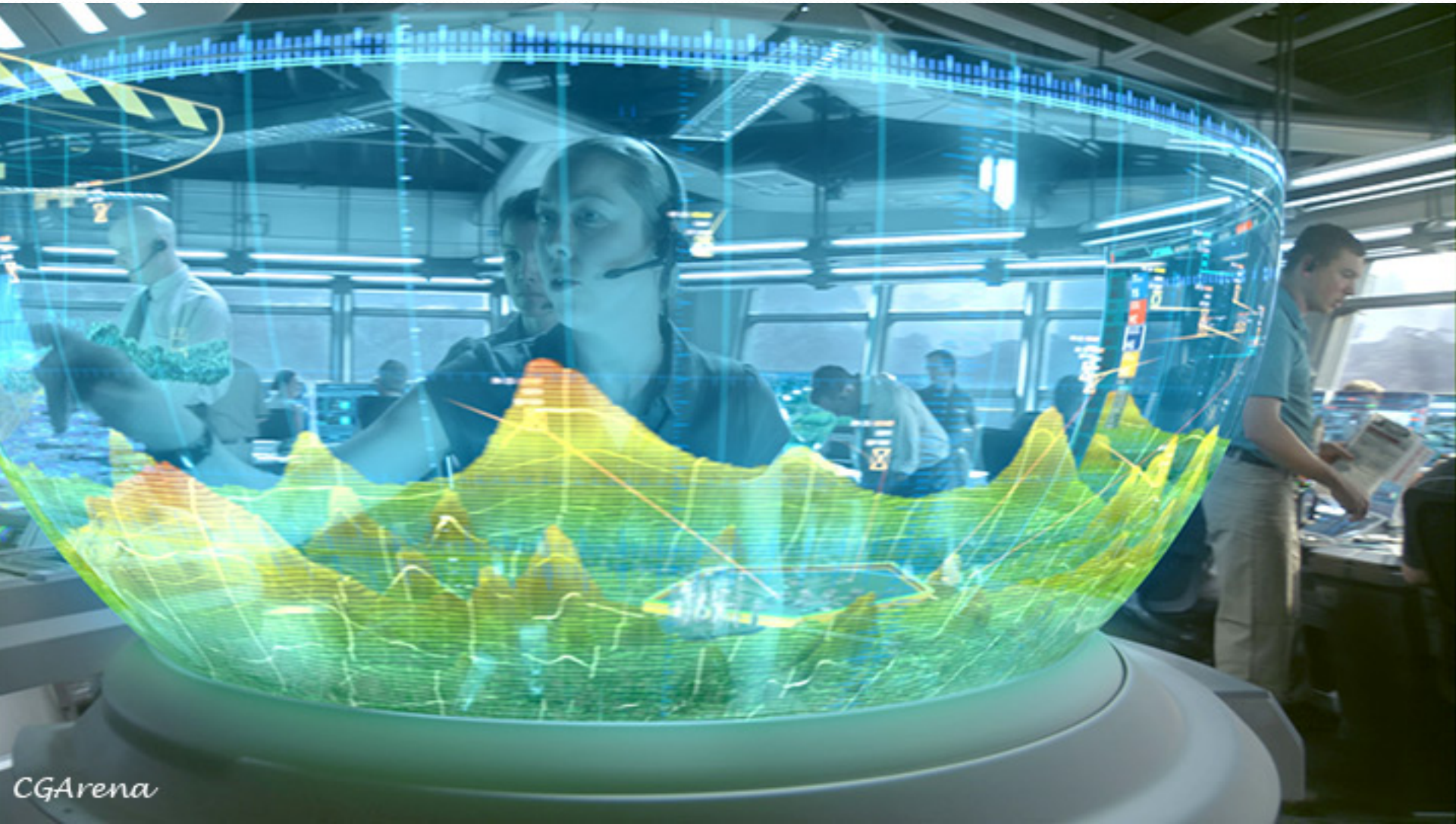




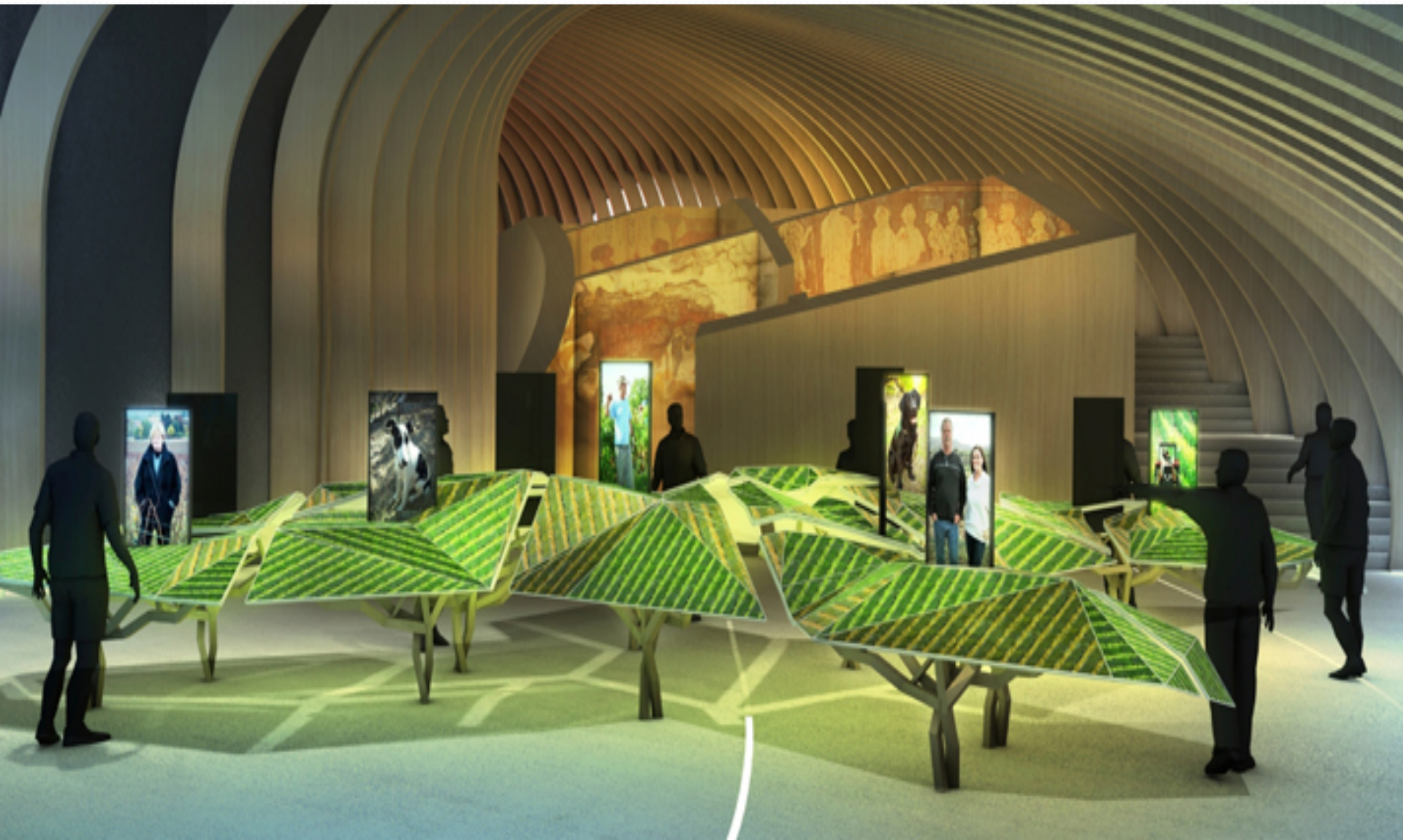
Célèbre hologramme du film Avatar



De la transparence à l'immateriel



Une scénographie innovante







L'utilisation des TIC au service de la découverte du patrimoine et culturelle des villes.

l'importance de l'usage du numérique dans le domaine de la culture et du patrimoine. Il est notamment adopté pour valoriser le territoire et le rendre plus attractif. Offre touristique et offre culturelle doivent donc être liées, voire incluses dans un *packaging* d'après le principe d'offre globale, afin de proposer un accompagnement complet tout au long du séjour du visiteur.

- Exemple de projets :

- **Projet G3D**: Mise en place d'une plate-forme de Recherche et Développement pour G3D : Guadeloupe en 3D. L'objet étant de développer un parcours urbain en réalité augmentée. Il permet aux visiteurs, équipés d'une tablette spécifique, de découvrir la Guadeloupe telle qu'elle était au XVIIIème siècle. Ce produit culturel nécessite un budget de développement de 3,8 millions d'euros . Il est la première réalisation mondiale d'un parcours urbain en réalité augmentée.

- **Jeu interactif :Les mystères de Guadeloupe:** Cette initiative en partenariat avec des Musées; le Memorial Acte et les maisons de Patrimoine. Grâce à ce dispositif en ligne, des étudiants, principalement, confrontent leurs connaissances sur les lieux culturels de la Guadeloupe et les collections de Musée afin de vaincre leurs adversaires et gagner le tournoi. Le bilan sera plutôt positif puisque les joueurs admettrons qu'ils possèdent à présent une meilleure connaissance de la ville.
- Le projet des QR codes dans les villes: Il permet alors une hausse significative de la fréquentation des visiteurs sur le site internet. La deuxième étape est l'installation de vingt-cinq QRcodes dans les centre-ville sur des édifices, des sites ou des demeures, privés ou publics. Ces dispositifs sont cependant peu visibles pour le public et une signalétique serait à prendre pour être combinée aux NTIC. Objectif étant d'en faire la promotion de cet outil.

- **Regarder le futur en 3D**: il est réalisé en partenariat avec des entreprises et un centre de réalisation virtuelle dans le cadre du projet européen CISNET de soutenir les entreprises culturelles et créatives. Le projet vise à numériser les procédés et des informations ajoutés. Le but réside à la fois dans le souhait de sauvegarder les métiers d'artisanat, mais aussi d'appuyer les guides de Guadeloupe, labellisée Ville d'Art et d'Histoire. Des QR Codes sont également installés dans les ateliers afin d'expliquer la réalisation d'une pièce ou d'un produit. A long terme, la Technopole devra montrer la potentialité du numérique auprès des pratiques culturelles, et démarquer ses entreprises pour leurs innovations. Ce projet est donc appelé à être étendu à d'autres entreprises du territoire Guadeloupéen.

● Projet des nouveaux outils numériques développer

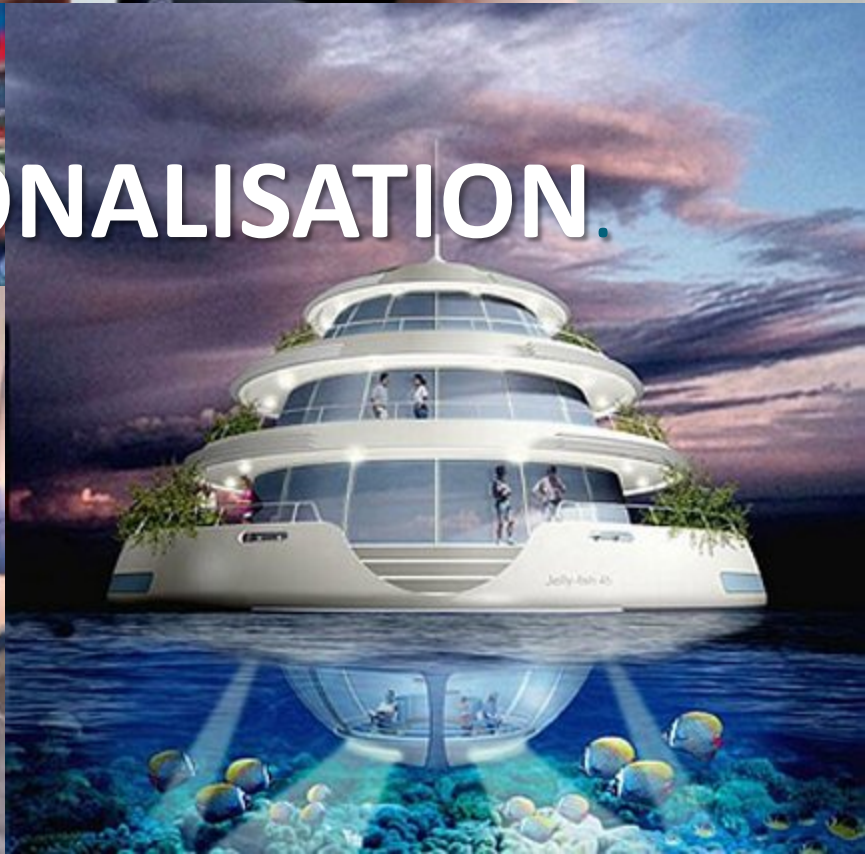
:Le E-tourisme, qui regroupe toutes les activités touristiques sur le net allant de la publicité à la réservation de voyages, et le M-tourisme, qui est le E-tourisme appliqué aux Smartphones, rencontrent un véritable succès. Devant ce constat, il faut recréer le site internet des Offices de Tourisme. Amélioré, son contenu s'adaptera aujourd'hui automatiquement à tous les supports. Les bâtiments-même des Offices de Tourisme devront être totalement réorganisé dans le but d'accorder plus de place aux dispositifs multimédia : tables tactiles, panneaux interactifs, etc. devront être également développé deux parcours de visites virtuelles sur le site et des visites commentées téléchargeables. Devront être mis en avant l'histoire et l'évolution des Villes. Les visiteurs pourront ainsi voir les changements opérés sur la Guadeloupe grâce à des outils tels qu'une maquette animée, un livre numérique et un film en 3D.

- Le patrimoine est un enjeu majeur de développement et d'attractivité pour les territoires qui investissent dans les NTIC pour le valoriser. Dans une politique de décentralisation et de développement local, les régions, les départements, les communautés de communes et les communes doivent tenter de tirer parti de leurs richesses patrimoniales. Aujourd'hui, on assiste à une surenchère de l'offre multimédia due à la concurrence entre les villes.
- Pour les « Villes et Pays d'art et d'histoire », il s'agit de créer un atout de développement territorial qui intègre les nouvelles technologies, de sortir d'une image passéiste et d'être à la jonction entre hier et demain. Le multimédia doit permettre d'avoir une vision contemporaine du patrimoine tournée vers l'avenir. De plus, l'esprit de consommation qui guide le visiteur oblige le médiateur culturel à être inventif. Le multimédia offre un panel de propositions de médiation permettant de séduire et de fidéliser un large public.

- Les NTIC doivent enrichir et accompagner une visite guidée, pas la remplacer. Le multimédia doit être un outil au service du patrimoine et pas une finalité en soi.
- Le programme de recherche et de création numérique LEDEN, par exemple, met en œuvre des projets multimédias innovants en vue de les évaluer.
- Dans une société du divertissement généralisé, l'outil multimédia se doit d'être ludique et de distraire le public.
- Toutefois, le multimédia est tout de même un outil au formidable potentiel dès lors que l'on n'oublie pas le fond.



LA PROFESSIONALISATION.



- Alors que la notion de sur-mesure se fait une place de choix dans l'hôtellerie, la personnalisation ne s'applique plus au seul service mais gagne peu à peu l'ensemble des espaces hôteliers, jusque dans la chambre. Elle répond à la volonté croissante des hôteliers de s'adapter au mieux aux préférences des clients et à leurs attentes en termes de confort et de services. De la décoration à l'aménagement et de l'atmosphère aux divertissements, la tendance gagne aujourd'hui l'ensemble de la chambre d'hôtel, jusque dans ses moindres recoins.



● Axes prioritaires:

- les professionnels ne parlent plus de séjour hôtelier mais d'expérience client, dont la chambre fait partie intégrante en jouant un rôle primordial dans la quête du bien-être des clients et adapter tous les aspects de la chambre d'hôtel aux préférences de leurs hôtes.
- Créer un concept de chambre 100% personnalisable baptisé My Room Concept. Il s'agit d'une pièce créée pour être modulable et répondre à trois des attentes actuelles des consommateurs : la flexibilité, pour faire de la chambre un espace de nuit, de détente comme de réception ou de restauration ; la personnalisation, pour donner le choix aux clients de la décoration et de l'aménagement de la pièce en fonction de leurs envies et de leurs besoins ; et la volonté de travailler à l'hôtel, exprimée aujourd'hui par une grande majorité des voyageurs d'affaires et même de loisirs.

- Un espace pensé pour que le client puisse être maître de sa décoration et de son ambiance grâce à un ensemble d'outils technologiques. Il sera par exemple en mesure d'adapter l'éclairage de la chambre à son activité, de changer la tonalité chromatique de la pièce, ou d'en choisir les éléments décoratifs via une tablette tactile reliée à des écrans muraux, où s'affichent divers types d'oeuvres d'art.
- ce concept de chambre nouvelle génération. Permet au client d'aisément en modifier la fonction grâce à un mur intelligent et pensé pour donner accès à toutes les commodités mobilières et informatiques : lit rabattable, rangements, niche lumineuse avec tablette tactile, rail de branchements électriques et numériques, table roulante sur rail, équipement bureautique.
- L'objectif consiste à faire du sur-mesure une expérience hôtelière à part entière et de laisser le champ libre aux voyageurs quant aux fonctionnalités et à l'aspect de leur chambre d'hôtel.

- Offrir la possibilité aux hôtes de customiser leur chambre en fonction de leurs propres goûts. Le concept repose sur un principe simple : à l'arrivée, l'hôtel propose au client de personnaliser sa chambre en y ajoutant divers objets décoratifs comme des photographies, des objets d'art, des bougies, des fleurs, des coussins et autres ornements muraux. Et aller plus loin et proposer à ses hôtes de lui faire parvenir des photos, textes ou autres visuels afin de les afficher sur la tête de lit et personnaliser un peu plus leur expérience hôtelière.
- Permettre un choix de plus d'oreillers aux caractéristiques différentes comme : anti-ronflement, relaxation totale, romance, biologique, anti-migraines ou spécial brushing.
- Les télévisions sont également au cœur de la tendance, une interface personnalisable : le client pourra avoir accès à des applications Smart TV pré-chargées et à des options de connexion permettant un accès simplifié à ses contenus. Les établissements peuvent également personnaliser l'interface pour y intégrer leur marque ou des fonctions pratiques, telles que les départs/paiements à distance et le service en chambre. En plus de l'interface utilisateur personnalisable, les clients bénéficient de diverses options de connectivité ; outre les connexions habituelles par ports USB et WiFi intégré, ils disposeront notamment d'une connectivité intelligente grâce à SmartShare, un portail transmettant du contenu à l'aide de technologies telles que l'Intel Wireless Display (WiDi), pour la lecture de contenu à partir d'appareils compatibles.

- Le Wifi est un autre service en chambre qui commence à s'adapter aux besoins des utilisateurs. Il est propos » par exemple un nouveau système nouvelle génération, innovant dans la gestion de la bande passante.
- adapter leurs services jusque dans le contenu du minibar, et offrent la possibilité à leurs clients de personnaliser le contenu.
- La personnalisation de la chambre va au delà du simple aspect visuel et s'applique à l'atmosphère de la pièce dans son intégralité : la température, la luminosité, la climatisation, ou encore l'extinction et l'allumage des équipements audiovisuels. Les outils technologiques actuels permettent de contrôler toutes ces composantes du confort du client de manière centralisée et personnalisée, faisant de la chambre d'hôtel une cellule autonome et indépendante du reste de l'établissement hôtelier. Donner la liberté aux clients de régler l'atmosphère de la chambre en temps réel est un autre atout incontournable pour les professionnels au vu des problématiques actuelles du développement durable. Ceci permet de contrôler de manière plus précise la consommation des établissements, le client utilisant uniquement l'énergie dont il a besoin. Les solutions de domotiques pour les hôtels connaissent un développement croissant et le matériel pour les établissements de petites et moyennes tailles est de plus en plus accessible.

- donner la possibilité aux clients de gérer leur environnement en chambre depuis un écran tactile. Ce système de gestion centralisée permet de vérifier et d'intervenir en temps réel sur l'ensemble des équipements pour contrôler, gérer et optimiser les actions, tout en prenant en considération les impératifs énergétiques.
- dotée d'une technologie intuitive d'intérieur avec des tablettes interactives personnalisées mises à la disposition des clients, et disponibles en plusieurs langues (Anglais, Français, Chinois, Japonais). Les hôtes peuvent alors personnaliser leur espace en fonction de leurs préférences et consulter les informations concernant l'ensemble de la chambre : l'intensité des lumières, l'ouverture des volets télécommandés et la température intérieure. Les tablettes donneront également un accès direct au service d'étage de l'hôtel, au menu du restaurant, à la télévision à la demande, aux différents services proposés au sein de l'établissement, ainsi qu'aux informations touristiques sur la destination, car la personnalisation passe avant tout par le choix.

- Centraliser les informations sur les services de l'hôtel et mettre à disposition des hôteliers un véritable canal de vente directement dans la chambre.
- s'attaquer aujourd'hui à la personnalisation des accès, notamment via le développement de la clé sur téléphone portable et de l'accueil dématérialisé, donnant le choix aux clients de passer ou non par la réception de l'hôtel. Une nouvelle génération de service. elle permet d'échanger des données entre un lecteur et n'importe quel terminal mobile, comme un téléphone portable, et pourra se substituer aux actuelles clés et cartes encodées d'accès aux chambres. Mais le système autorise d'autres applications plus complètes. La technologie permet en effet d'acheminer un message chiffré au client par le biais de son téléphone, l'avisant que sa chambre est prête et lui fournissant le signal logé dans une puce pour en déverrouiller la porte. Le tout sans avoir à passer par la réception.
- La personnalisation des chambres d'hôtels n'en est encore qu'à ses débuts, mais la vitesse avec laquelle se développent des nouvelles technologies devrait accélérer le processus et pousser vers l'avant les solutions de services et installations sur-mesure, pour une expérience hôtelière encore plus élaborée.

