



## M-tourisme: l'avenir

**L'Internet mobile représente actuellement près de 4 millions de mobinautes quotidiens et l'essor des smartphones contribue à sa progression. Le m-tourisme permet de conserver un lien avec le client pendant son séjour. Le choix des outils dépend de la stratégie de chaque structure et de ses objectifs qui peuvent consister à séduire, informer, promouvoir ou vendre sur les outils mobiles.**

Le client souhaite disposer, en temps réel, d'une offre géolocalisée et pouvoir partager son avis sur celle-ci, rappelle **Patrick Delbar**, directeur de Faire Savoir. Une bonne application doit avoir un contenu très dense car le touriste en séjour recherchant une offre de loisirs locale, les petites manifestations de proximité prennent de l'intérêt. Elle doit s'appuyer sur une base de données d'information touristique fiable et actualisée en permanence. **La bonne gestion de l'information est le moteur de la mobilité.**

### Valoriser des données exclusives

Le m-tourisme va monter rapidement en puissance. Les offices de tourisme, les CDT/ADT et les CRT ont une carte à jouer pour valoriser l'information de qualité et les produits identitaires qu'ils sont les seuls à détenir. Ils peuvent s'appuyer sur leur logique de segmentation pour proposer au mobinaute une offre correspondant à ses besoins autour de son lieu d'hébergement (manifestations, randonnées, produits thématiques...). **Il est indispensable de mutualiser les contenus car le mobinaute ne chargera pas une multitude d'applications.** L'idéal est de fédérer une solution. Faire Savoir (qui s'appuie sur le système de données Tourinsoft renseignant directement le smartphone) propose aux offices de tourisme d'assurer la continuité de l'information après la consultation sur smartphone de l'offre de leur territoire : l'internaute quittant le périmètre de compétence de l'office passe automatiquement sur la solution du département ou de la région. »

### CDT Tarn : des usages différents

Le 2 juillet 2010, en partenariat avec Novedia Groupe et Mediatools, le CDT Tarn a lancé 2 dispositifs mobiles complémentaires. D'une part un site Internet (Webapp) sous forme de guide touristique pratique (version mobile de *www.tourisme-tarn.com*) qui propose un éventail de rubriques aux touristes équipés d'un smartphone (manger, dormir, à faire en famille, à voir à proximité, agenda des manifestations, localisation des offices de tourisme, météo...). Ce guide permet au visiteur de connaître les disponibilités en temps réel des hébergements de proximité (Open System) et celui-ci peut s'exprimer sur les pages Facebook « Vos vacances dans le Tarn », sur Twitter ou recommander la destination par mail. D'autre part, une application iPhone gratuite qui incite à une découverte ludique et interactive du département à travers 7 circuits touristiques en voiture, avec un jeu d'enquête interactif sur 50 étapes du circuit, classement des joueurs et récompense. À chaque étape sont proposés des photos, des descriptifs, des vidéos et/ou un guide audio. Ces 2 nouveaux services sont accessibles sur *www.tourisme-tarn.com* et disponibles sur l'AppStore. « Depuis 2000, Tarn Tourisme s'est doté d'une base de données départementales et se positionne sur Internet, explique sa directrice **Patricia Briquet**. En novembre 2009, la formation-action (4 jours) organisée avec le groupe Novedia nous a permis de mieux connaître les utilisateurs du mobile et leurs besoins. D'où la mise en ligne d'un site mobile sous forme de

guide pratique, accessible à tous les téléphones et d'une application iPhone (qui sera suivie d'applications sur d'autres smartphones). L'ergonomie d'un site Internet mobile doit être adaptée aux besoins des utilisateurs en mobilité. Le jeu interactif Geoquiz sur iPhone concerne la clientèle familiale avec enfants (la version 2 sera disponible en espagnol et en anglais et accessible sur les autres types de mobiles). **Proposer une application téléchargeable avant le départ peut faciliter l'itinérance s'il est difficile de se connecter dans certaines zones.** L'application est actualisable en interne par le CDT.

La création du site et de l'application iPhone représente environ 70 000 €; avec la version 2 du jeu accessible à tous types de smartphones, les versions du jeu en anglais et espagnol et la campagne de communication, l'investissement atteindra 100 000 €. Il faut prévoir un budget de communication on line et off line sur ces nouveaux outils (affiches, sensibilisation du personnel d'accueil des offices de tourisme à la mobilité, relations presse, buzz sur les réseaux sociaux sous forme de campagne SMS aux possesseurs de iPhone...).

Notre arbitrage budgétaire comporte une diminution de la participation à des salons et une mutualisation croissante d'actions avec l'association Tarn-Aveyron-Lot. Le projet a bénéficié d'un budget supplémentaire du Conseil général. Nos objectifs sont d'apporter de nouveaux services aux touristes dans le département et de faire consommer les visiteurs sur site.

Avant de s'impliquer dans le m-tourisme, il faut déterminer les objectifs recherchés et les clien-



tèles ciblées. **Le mobile est un outil incontournable qu'une formation-action préalable permet de mieux aborder.** »

## Ain Tourisme : guider les choix

« Notre investissement sur les outils liés à la mobilité s'inscrit dans une stratégie départementale de développement des TIC bénéficiant de financements de l'Europe, du Conseil général et du CDT, précise **Karl Joly**, directeur du CDT. Ain Tourisme s'est doté d'un site Internet mobile pour toucher l'ensemble des smartphones. **Ce site constituant un outil de recherche d'information pour les touristes sur place, l'offre est géolocalisée et le touriste est accompagné de la recherche jusqu'à la visite.** Un avatar propose une aide au choix selon la position géographique, la météo du jour, le fait d'être en famille, en couple ou en individuel, les centres d'intérêt du moment et le souhait de se déplacer ou de trouver une offre à proximité. Les lieux de visite proposés sont équipés de supports multimédia permettant de poursuivre la visite sur le mobile. Les territoires s'équipent pour répondre à la demande de mobilité. Ainsi, la Route des sapins (Haut-Bugey) disposera de bornes Bluetooth pour l'été 2010 et, sur la Route de la Dombes, en partenariat avec Voxinzebox, nous allons proposer une prestation en réalité augmentée en milieu rural. Par

exemple, le mobinaute arrêté au bord d'un étang pourra obtenir une information sur les pêches traditionnelles d'étangs et ailleurs, une information patrimoniale. La réalité augmentée constituera un nouvel outil d'animation d'une route. Cette prestation nécessitera 24 000 € d'investissement initial et il faudra provisionner 10 % de cette somme chaque année pour actualiser une partie des contenus tous les 5 ans. »

## CDT Doubs : une veille indispensable

Le CDT Doubs a refondu ses éditions qui comprennent maintenant le Doubs Mag annuel (document généraliste d'appel et d'accueil), un document d'activités hiver et un pour l'été, une carte touristique et des documents thématiques (moto, eurovéloroute...). « L'outil papier est complété par une information dématérialisée accessible en permanence, précise **Philippe Lebugle**, directeur du CDT. Le site Internet mobile *doubs-tourisme.mobi* est accessible par les flash codes insérés dans nos documents pour compléter l'information. À terme, nous disposerons de filtres personnalisés de l'information (manifestations du jour, géolocalisation de l'offre dans un rayon de 30 kilomètres...). Ces informations viennent en complément des prestations des offices de tourisme qui seront également géolocalisés. Pour des visites de ville, on peut apposer des flash codes en certains

points (3G, wifi, Bluetooth) pour avoir des éléments de lecture complémentaires à un panneau (diaporama, son, film...) dans diverses langues. On peut imaginer des circuits de randonnée pédestre thématique avec recours au 3G. La rationalisation des éditions et l'introduction de ces nouveaux médias a permis de réaffecter le temps de l'équipe, de réajuster les missions de chacun et de réduire la ligne budgétaire éditions. **Notre objectif est d'obtenir une synergie entre les outils papier et les TIC et avec les offices de tourisme.** Une structure doit d'abord identifier ses problématiques et les outils disponibles pour y répondre, parmi lesquels les outils mobiles. On peut également s'interroger sur la pertinence d'un site Internet mobile ou d'une application téléchargeable avant le séjour. La démarche de veille est importante car les outils évoluent rapidement. »

## ADT Gironde : un service continu

Le site Internet pour téléphone mobile de l'ADT Gironde, lancé le 14 avril 2010, reprend l'intégralité de la base de données départementale d'information touristique actualisée en permanence par l'ADT et les offices de tourisme (activités sportives et de loisirs, hébergements, restaurants, visites, balades en famille, fêtes et manifestations, promenades nature).

« Le site Internet mobile évite la rupture de service entre la préparation du voyage et la demande d'informations pendant le séjour, il permet de repérer l'offre géolocalisée et d'être guidé pour y accéder, explique **Yannick Serrano**, chef projet e-tourisme à l'ADT. Il facilite l'accès aux coordonnées d'un prestataire pour réserver.

**Le choix entre un site Internet mobile et une (ou des) application(s) s'effectue en fonction de l'usage dans une zone urbaine ou rurale et des choix stratégiques de la structure.** Une application mobile apporte une information

## CDT Seine-Maritime : m-tourisme et court séjour

Le site Internet mobile de la Seine-Maritime est sorti début 2010, avec une information thématisée et géolocalisée issue du système d'information touristique mis en place avec Faire Savoir. La version anglaise sera disponible à l'automne 2010. « La qualité d'un site mobile dépend de l'actualisation, de la pertinence et du nombre de données (4 000 données en Seine-Maritime), affirme **Jean-François Santais**, directeur du CDT. Le m-tourisme permet de rechercher l'information personnalisée dont on a besoin à un instant T. Fournir des outils nécessaires à la mobilité est un service incontournable sur un territoire de court séjour comme le nôtre. Le développement des outils de mobilité implique une évolution du métier des offices de tourisme qui doivent connaître parfaitement leur offre pour apporter un "supplément d'âme" dans l'information délivrée en face à face, ainsi que les prestataires réceptifs de leur territoire pour monter des produits attractifs. »



immédiate qui ne dépend pas de l'accès au réseau téléphonique, mais il faut veiller à ce que le téléchargement soit rapide. Elle présente l'inconvénient d'un investissement initial important et de frais de mise à jour non négligeables, l'intervention d'un prestataire se révélant indispensable sur un champ d'objets relativement vaste. Le m-tourisme est un relais par rapport aux offices de tourisme. »

### ADT Var : un éventail d'applications

« Le Var en fête » est un agenda des manifestations et des loisirs disponible sur iPhone (application gratuite, 3 300 événements en été, 1 000 en hiver) et sur plate-forme Android. « Cette application fait partie du programme que nous développons dans le cadre de Proxima Mobile, appel à projets lancé, en 2009, par le secrétariat d'État à la prospective et au développement de l'économie numérique, explique **Bruno Bezon**, responsable du projet mobile à l'ADT. Var Tourisme s'est associé à la SSII varoise Synexie dans le cadre d'un partenariat public privé qui a bénéficié de 250 000 € de financement (soit 60 % du montant du projet commun de 400 000 € sur 2 ans). D'autres applications sont en cours de validation sur des territoires communaux, intercommunaux ou des thématiques (gastrologie, randonnée).

Une application doit être centrée sur un territoire ou une thématique afin de pouvoir l'utiliser en situation. **Son contenu doit être très pertinent avec une mise à jour permanente s'appuyant sur un système départemental d'information touristique.** Ce vecteur de communication remplace la documentation. »

### CDT Landes : une recherche de proximité

« Le CDT des Landes s'est doté, en avril 2010, de l'application m-tourisme de Tourinsoft (Faire

Savoir), c'est-à-dire d'un site Internet mobile utilisant la base de données de notre site Internet, dit **Michel Lalanne**, directeur du CDT. Le mobinaute a accès aux hébergements, restaurants, lieux de visite, animations, activités sportives, promenades, offices de tourisme et aux activités pour les familles avec des enfants de moins de 10 ans. **Les manifestations, les restaurants, les sites et lieux de visites sont les données les plus consultées.** Les touristes utilisent Internet pour préparer leur séjour et ont besoin, sur place, d'informations locales, d'où notre site mobile intitulé "Les Landes dans votre poche" qui propose une offre actualisée et géolocalisée avec aide au calcul d'itinéraire. Les offices de tourisme du département bénéficient de cet outil. Une telle application revient à environ 16 000 €HT.

Actuellement, 5 à 7 millions de smartphones peuvent se connecter sur des sites Internet dans de bonnes conditions. Avant de lancer une application, il faut être certain de disposer d'une base de données de qualité. À terme, il sera nécessaire de créer des contenus spécifiques pour les téléphones portables. »

### CDT Drôme : redéployer les budgets

L'application iPhone iDrome disponible courant juillet proposera l'agenda de la semaine géolocali-

sée, les sites touristiques, les activités culturelles, l'artisanat d'art, les activités sportives, la randonnée à pied ou à vélo, les itinéraires Route de la lavande, les produits du terroir, les caves, les restaurants, les aires de camping-car, les campings, les hôtels, les offices de tourisme et, à terme, les chambres d'hôtes. « Fin 2010, le site Internet mobile *ladrometourisme.mobi* proposera une offre géolocalisée et la possibilité de partage de l'information grâce au web2.0, précise **Bruno Domenach**, directeur du CDT. Actuellement, notre site Internet comptabilise plus de 2 millions de visiteurs par an. Dans deux ans, plus d'un internaute sur deux sera en mobilité. Se positionner sur la mobilité représente un enjeu fort pour la Drôme qui s'étend du Vercors à la Provence, ce qui incite à l'itinérance.

**Se doter des outils liés à la mobilité est une nécessité qui entraînera, de manière générale, le redéploiement des budgets avec réduction de la participation aux salons et du tirage des éditions papier.** Le recours à la mutualisation représente une solution. Ainsi, notre application iPhone, déclinaison de celle proposée par Rhône-Alpes Tourisme, alimentée par la base de données régionale SITRA, actualisée quotidiennement, a représenté un investissement de 3 200 €. La mise en place d'une application est simple si l'on dispose d'une base de données fiable. » ■

#### Les clés du mobile

- 95 % des Français possèdent un téléphone portable, 56 % de ces téléphones peuvent se connecter à Internet.
- 39 % des Français ont accès à l'Internet mobile via le téléphone ou la clé 3G.
- Pour optimiser le m-tourisme, il faut une bonne couverture 3G du territoire, des bornes wifi et des bases de données géolocalisées.
- Les mobinautes sont plus jeunes et plus experts que les internautes (70 % ont moins de 35 ans). Ils veulent être "accompagnés" sur leur lieu de séjour avec des conseils personnalisés et pouvoir donner leur avis. En 2013, ils seront plus nombreux que les internautes.
- Une application et un site mobile ont des usages et des contenus différents.