

Mobilités touristiques et terminaux nomades :

Comment développer de nouveaux services ?

Claude Bannwarth et Bruno Marzloff - étude exploratoire pour la direction du Tourisme

Imaginons le parcours d'un cadre supérieur anglais, quittant son cottage londonien pour se rendre à l'aéroport. Dans son taxi, il consulte ses mails via son téléphone-assistant personnel que, respectueux des consignes, il éteint en montant dans l'avion « low cost » qui le conduira à Bagneux.

Arrivé à destination, dans un bus français et via la liaison Bluetooth établie entre son PC et son cellulaire, il prendra soin d'envoyer à son bureau le rapport rédigé pendant le vol. Il recevra en retour le mail lui confirmant sa réservation à l'hôtel de Saint-Malo où il a décidé de prolonger son séjour. Eh oui, nous sommes vendredi !

A 22h30, après une journée de travail et un voyage en TGV épuisants, perdu sur les routes de Bretagne intérieure, il devra son salut au radioguidage de l'hôtesse d'accueil de l'Office de tourisme de Quiberon ! Quiberon pour aller à Saint Malo ? Et oui, le vendredi de 19h à 23h, c'est Quiberon qui assure la permanence au centre d'appel mutualisé mis en place par les partenaires bretons.

Et c'est à partir de la base de données régionale, accessible depuis l'ensemble des points d'information de la région, que l'hôtesse de l'OT a également trouvé le mail du veilleur de nuit de Saint-Malo, pour lui confirmer directement l'arrivée tardive de notre voyageur égaré.

Arrivé à l'hôtel, c'est par le réseau Wi-Fi auquel il accède gratuitement via la carte de client privilégié de Maison de la France, qu'il envoie les vidéos numériques de sa chambre à ses enfants, télécharge les itinéraires vers le Mont Saint Michel et ceux qui, dimanche soir, le conduiront à l'aéroport, qu'il atteindra sans encombre, ayant évité les embouteillages en suivant les indications trafic du GPRS de sa voiture de location...

Mobilité-fiction ? Pas si sûr !

Ce scénario, encore élitiste dans son déroulement global, n'est plus invraisemblable : chacun de nous en a joué au moins une scène lors de son dernier déplacement.

L'accroissement et l'éparpillement de la mobilité, conjugués à la massification des terminaux mobiles, n'ont fait que généraliser une exigence d'accès aux informations. Cela ouvre un champ considérable pour satisfaire **l'accueil et l'accompagnement des touristes**.

L'information descriptive traditionnelle, sur les hébergements, les activités ou les sites..., doit désormais traiter, **en temps réel**, de la programmation de ces événements, des disponibilités des hébergements. De même les données relatives aux déplacements doivent fournir des itinéraires, mais aussi les correspondances multimodales, les conditions de circulation et les perturbations de trafic.

De fait, le périmètre de l'information touristique s'accroît et se complexifie, et il impose de relier des données qui n'étaient pas prévues pour l'être, dans des logiques à **géométrie variable**. Au-delà des vacances, l'information attendue s'élargit vers l'aide au déplacement, d'une part, et, d'autre part, vers l'offre de loisirs et de services : santé, activités ou garde d'enfants.... Elle doit enfin permettre à chacun de rester relié en permanence à ses bases.

Ces services sont attendus tant par des voyageurs et touristes français que par des étrangers, imposant des accès **multilingues**, tant en mode fixe, à partir de son ordinateur connecté au net ou d'une borne publique, que sur des supports mobiles, téléphones ou assistants électroniques, personnels et / ou embarqués.

Il reste encore beaucoup à faire pour répondre à ces attentes multiples ! Mais les obstacles ne sont plus d'ordre technologique. En revanche, les modes d'organisation cloisonnés des différentes filières dont les ressources sont nécessaires restent un obstacle. La direction du Tourisme a souhaité explorer les conditions de développement de tels services d'aide à la mobilité, en particulier ceux associant tourisme et déplacements.

Cette note de synthèse rend compte des principaux résultats de l'étude exploratoire qui a été confiée en ce sens à **Claude Bannwarth** (Lancéa développement) et **Bruno Marzloff** (Média Mundi/Groupe Chronos).

1. L'évolution de la demande

Les nouvelles exigences de la mobilité

Les mobilités physiques, qu'elles soient urbaines et liées au quotidien, ou plus épisodiques dans des transhumances – touristiques ou non –, présentent des caractéristiques communes :

- la **multiaccessibilité** devient le fondement de l'organisation d'individus mobiles ; plus les situations de mobilités se diversifient, plus de nouveaux canaux d'accès deviennent nécessaires ;
- la **multimodalité et l'intermodalité** dans les transports configurent l'organisation des déplacements et appellent de nécessaires agrégations et articulations des bases d'informations ;
- l'**imprévisibilité** – une constante dès lors qu'on sort de circuits habituels – rend obligatoire une information en temps réel, par opposition à l'information dite théorique dont on se contentait jusqu'ici ;
- les services liés aux déplacements ne s'entendent plus sans une **information « contextuelle »**, relative aux événements ou aux lieux traversés par exemple ;
- l'autonomisation des comportements implique la **personnalisation** des services d'information : abonnements, informations privilégiées, alertes... Cette personnalisation se résout dans une **agrégation dédiée**, c'est-à-dire une séquence *singulière* d'informations, pour une personne *singulière*, dans un contexte *singulier*.

Quelles implications en matière d'information et de services ?

La mobilité, c'est désormais le numérique ! Les technologies stimulent et « reformatent » les mobilités quotidiennes et occasionnelles. Il faut maintenant composer avec cette **mobilité numérique**.

Cette révolution est déjà enclenchée par de multiples acteurs. Les coordinations s'esquissent, mais sont encore insuffisantes, en tout cas pour répondre aux exigences d'information et de guidage des touristes.

Ces informations migrent progressivement sur les portails des opérateurs de téléphonie mobile et l'arrivée de nouvelles générations de mobiles va accélérer ces pratiques. On passe ainsi :

- d'une information statique à une information **dynamique** ;
- d'une information collective à une information **individualisée** ;
- d'une information générale à une information **géolocalisée** ;
- d'une information papier, à une information en mode **multicanal**.

D'une façon générale, toutes les solutions qui assurent la **continuité de service** « sans couture » sont plébiscitées par les usagers, comme la fonction de « roaming » résultant des accords d'itinérance entre opérateurs de télécommunication, ou le recours au Wi-Fi, qui permet de s'affranchir de son opérateur habituel par l'usage des hot-spots d'autres opérateurs.

2. Evolution de l'offre : la réponse de la « suite servicielle »

Les acteurs de l'offre

La mise en place de services d'information mobiles passe par la coopération entre un réseau d'acteurs pluriel :

- Les **producteurs individuels de contenus d'info-réservation**, tels un office de tourisme, un hôtelier, un restaurateur, ou la SNCF... ;
- les **éditeurs et intégrateurs de contenus**, responsables de l'agrégation des contenus d'information individuels, tels les OTSI, CDT, CRT mais aussi les Pages Jaunes ou Viamichelin, et de celle des contenus nécessaires à la réservation comme un TO, un GDS ou une agence de voyage ;
- les **intégrateurs technologiques**, principalement des SSII, qui proposent les solutions techniques permettant le l'agrégation, le traitement et la diffusion des données en situation de mobilité ;
- les **équipementiers** qui produisent les objets de la mobilité et qui, progressivement, incrémentent leur « intelligence » : ordinateurs et téléphones portables, assistants personnels, informatique embarquée...
- les **opérateurs télécom et les fournisseurs d'accès internet** qui activent les réseaux et infrastructures de communication, mais qui agrègent également les données dans des sites et portails *ad hoc* ;
- enfin les incontournables **diffuseurs / distributeurs**, responsables de la promotion des offres et de leur vente si celle-ci relève du domaine marchand ; ainsi Maison de la France en tant que tête de réseau des diffuseurs d'information pour la destination nationale.

Une saine gestion des différents acteurs à leur échelle respective devrait conduire à développer les logiques de réseau. Ainsi, le service au client final pourrait être composé de « briques unitaires », dont l'alimentation, la gestion et la diffusion pourraient être le fait de l'acteur le plus performant. Cette logique de production en réseau est désormais rendue possible sur le plan technique, par l'arrivée à maturité des technologies du XML et du VXML, elles-mêmes construites sur ce concept d'unités de sens.

Le concept de suite servicielle et ses implications

Le concept de suite servicielle résume l'idée d'une permanence et continuité de l'accès aux ressources d'information, tout au long du parcours du voyageur. Autrement dit, ce concept met en valeur l'absolue nécessité de faciliter le quotidien du voyageur, de le décharger de routines fastidieuses, et de soulager ses requêtes en toute circonstances, quelles que soient ses contextes de localisation, de parcours, de temporalités et de moyens d'accès. La généralisation de ce concept de suite servicielle renvoie à de multiples conséquences :

- **Du client captif au client partagé**

Autrement dit, le même client au sein d'un même parcours, donc parfois d'une même offre, s'en remettra de façon transparente à plusieurs acteurs.

- **L'élargissement des champs d'intervention**

Dans ce dispositif, on en appelle à des contributions qui débordent leur secteur d'origine. Pour ce qui concerne le tourisme, on mobilisera par exemple des données issues de l'univers de la mobilité quotidienne : transporteurs urbains, city-guide, annuaires...

- **Une nouvelle architecture de l'information**

Cette démarche singulière appelle des architectures inédites de l'information, des produits et des services qui satisfassent aux exigences de cette agrégation personnalisée.

- **Le développement du partenariat**

La concertation entre acteurs de la chaîne de mobilité, tant dans la fabrication des produits que pour assurer la continuité des connexions, des services et de l'information, devient incontournable.

3. Les pistes de travail

Ce rapide tour d'horizon souligne les limites d'actions endogènes, internes aux seuls secteurs Tourisme ou Transports. Les données sont trop dispersées, trop difficilement mobilisables et trop dépendantes d'une chaîne solidaire d'acteurs intermédiaires pour que la filière Tourisme, par exemple, agisse seule. A l'inverse, cette dernière est aussi en mesure d'apporter des contributions à d'autres filières qui, jusque là, l'ignoraient.

Tourisme, transport, technologies : créer du lien

Un premier rôle des Pouvoirs Publics dans le développement des suites servicielles dédiées au tourisme pourrait être d'apporter du « liant », en favorisant les liens entre opérateurs des mondes encore trop disjointes du tourisme, du transport et des technologies, ne serait-ce que par un « simple » travail de coordination permanent entre les différentes administrations concernées, qu'elles soient nationales ou territoriales.

Deux questions préalables se posent toutefois pour que cette concertation puisse s'effectuer.

Clarifier le statut de la donnée publique, pour construire une chaîne de valeur

Sous quelles modalités une donnée – et à plus forte raison, une agrégation de données – concernant l'information du touriste est-elle accessible ? Ce problème n'est pas une exclusivité de la filière « Tourisme », il se rencontre à l'identique ailleurs, et, singulièrement, dans le domaine du transport, où il n'est pas non plus pleinement résolu.

La situation est nouvelle. La variabilité des situations et l'imprévisibilité croissante qui les accompagnent appellent une clarification du statut de la donnée publique.

Dans le domaine technologique, si tout n'est pas réglé, des solutions permettent déjà de construire les « métadonnées » nécessaires à la construction de services de mobilité respectant l'autonomie des acteurs impliqués : **TourinFrance** en est la matérialisation, mais pour la seule filière « Tourisme ».

Hors ces aspects techniques, se posent des questions d'ordre réglementaire et juridique : à qui appartient la donnée ? Qui peut la traiter ? Dans quelles conditions ?

Dans le même temps, les questions économiques surgissent : à partir de quel moment une donnée publique prend-elle une valeur ? Comment construire une chaîne de valeur qui satisfasse les protagonistes d'une chaîne d'intervenants ? À partir de quel moment le client doit-il supporter la charge de l'information ? Sous quelles modalités ?

Alors que les organismes publics investissent de façon importante dans la mise en réseau d'acteurs collectant, produisant, certifiant et mettant à jour en temps réel des bases de données nécessaires aux futures suites servicielles dédiées à la mobilité, la clarification du statut de la donnée publique serait de nature à libérer de nombreuses initiatives de partenariat, et ouvrirait sans doute la voie à de nouveaux modèles économiques.

Initier des projets pilotes à l'échelle nationale

Un autre point essentiel est la notion d'échelle : à partir d'un certain seuil, l'élargissement de l'offre à des clientèles appartenant à des secteurs divers encourage une demande plus abondante, et favorise l'émergence de modèles économiques par la mutualisation des coûts, dans un cercle vertueux.

Les Pouvoirs Publics pourraient initier quelques projets pilotes majeurs à l'échelle nationale, à même de démontrer à l'ensemble des acteurs publics que leurs investissements en matière de bases et de systèmes d'information peuvent avoir des débouchés plus larges que celles de leurs frontières administratives d'origine, et prouvant aux opérateurs des secteurs privés qu'il est envisageable de développer des relations productives avec la filière publique dans la durée.