

Le guide touristique du futur sera virtuel ou ne sera pas

Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 11-03-2011 21:17:15

Les groupes de touristes suivant sagement le parapluie brandi par leur guide sont-ils une espèce en voie de disparition? Oui, répondent des professionnels du tourisme, en décrivant des voyageurs désormais rivés à des smartphones omniscients

"Vous indiquez à votre téléphone que vous êtes à Füssen (petite bourgade des Alpes bavaroises, ndlr), que vous avez envie de faire une balade de trois heures environ, que vous n'êtes pas en grande forme physique, et que vous voulez un restaurant sur votre parcours. Et hop, voilà votre itinéraire! Vous êtes sportif et préférez vous balader à vélo? Pas de problème, voilà une autre route..." Les doigts de Robert Voigt virevoltent sur l'écran de son téléphone à écran tactile où s'affichent des cartes satellite.

Le jeune homme est intarissable sur les services offerts par la start-up qui l'emploie, Komoot. Créée il y a seulement un an par des amateurs de randonnées en montagne, la société est déjà en bonne place à l'ITB, le premier salon touristique au monde, qui se tient jusqu'à dimanche à Berlin. Un peu plus loin, Felix Dannenhauer fait la démonstration des guides multimédia mis au point par la société Pausanio. Exemple: la célèbre Frauenkirche de Munich (sud). Tandis que le visiteur s'y promène, une voix sortie de son téléphone lui signale les éléments à ne pas manquer, tandis que sur l'écran du téléphone s'affichent une carte interactive et une chronologie. "Nous allons ajouter une dizaine de sites par mois" à la vingtaine déjà répertoriés, souligne M. Dannenhauer. Aujourd'hui, sur les quelque 18.324 applications en ligne ou "Apps" disponibles en Allemagne dans la catégorie "voyages", 72% sont payantes, soit un marché très lucratif, explique à l'AFP Stefan Wagner, qui dirige la société Mvolution, spécialisée elle aussi dans les applications pour téléphone multimédia. M. Wagner n'offre pas des guides de voyage mobiles, mais vise "une clientèle d'hommes d'affaires" avec son application qui permet de gérer depuis son téléphone portable tout son itinéraire de voyage, et d'être alerté en temps réel en cas de train annulé ou d'avion retardé. "Par définition, un voyageur est mobile. Le secteur du tourisme est donc logiquement aux premières loges de l'évolution de l'internet multimédia et mobile", explique-t-il. "Le secteur du tourisme a été l'un des premiers touchés par le phénomène du +web 2.0+", c'est-à-dire l'internet participatif, analyse pour sa part Florian Bauhuber, de "Tourismus Zukunft", entreprise spécialisée dans le conseil et les services internet pour l'industrie du tourisme. Il a calculé que désormais 30% des réservations de voyages se faisaient par internet. "C'est une branche où le besoin d'informations est très grand. Quand j'achète une voiture, je sais à quoi m'attendre, mais un voyage, pas du tout", poursuit-il, expliquant que cette soif d'informations avait provoqué l'apparition précoce de sites internet, désormais très influents, sur lesquels les voyageurs évaluent les prestations des hôtels ou des tour opérateurs. "Les professionnels du tourisme n'ont pas le choix, ils doivent désormais utiliser internet autant pour distribuer leurs produits que pour faire de la publicité, avec une stratégie globale. Créer un compte Facebook ne suffit plus", juge M. Bauhuber. Surtout lorsque les géants de l'internet s'en mêlent, à l'image de l'américain Google, qui prévoit de dépenser 700 millions de dollars pour se renforcer dans la recherche et la comparaison de billets d'avion.

afp.com