

Partie II

Identification et analyse de projets innovants

L'inventaire des projets innovants a été établi sur la base des réponses à une enquête faite à un moment donné et non une sélection critique de projets innovants.

Ces projets ont été regroupés selon la typologie suivante :

- innovations dans les systèmes d'information mobiles ;
- innovations dans la production, la gestion et la diffusion des contenus.
- innovations dans les services apportés aux clients.
- innovations dans la chaîne logistique et le back office.

Plus d'une soixantaine d'innovations sont ainsi présentées ci-après.

II 1 – Innovations dans les systèmes d'information mobiles

Les systèmes d'information mobiles permettent de répondre aux nouveaux comportements et pratiques de mobilité des clientèles touristiques. Ils répondent aux besoins d'informations pendant le séjour, et en particulier dans le cadre d'excursions, de visites, de randonnées, de découverte du patrimoine naturel et culturel.

Les services d'information liés à la mobilité soulèvent le problème de la mise à disposition des informations : téléchargement, base de données, partage, self production, diffusion individualisée,...

Plusieurs solutions sont actuellement développées : association téléphone mobile et serveur audiotel, association lecteur MP3 et GPS, poste GPS, système embarqué dans les véhicules.

Exemples d'application

Hoppy / Hoppy System

Développé par la société Hoppy System, filiale de Actual, spécialisée dans la cartographie numérique, le système Hoppy constitue le premier audio-guide de visite électronique multimédia et interactif.

L'élément central du système est constitué par la console Hopi fondée sur la technologie MP3. De la taille d'un baladeur, cet appareil portable et autonome s'active automatiquement en fonction de la position géographique de l'utilisateur.

La console associant un module de localisation par satellite (GPS) à une mémoire interne – chargée d'un scénario sur le secteur à découvrir – diffuse automatiquement un commentaire audio dès qu'elle atteint un point d'intérêt.

Hoppy offre ainsi aux visiteurs une visite audio-guidée multi-thématique et multilingue. En effet, plusieurs programmes peuvent être enregistrés en fonction de l'intérêt des utilisateurs (histoire, architecture, gastronomie...) et chaque programme peut être enregistré en plusieurs langues.

Hoppy permet aussi de récupérer des informations sur les clientèles utilisatrices : nombre d'individus par point visité, temps passés, itinéraires de visites...

Le système est en cours de déploiement sur deux sites : le Parc Naturel Régional de la Montagne de Reims et la Route du Champagne pour le compte du Conseil Général de l'Aube. Doté d'un GPS, il fournit aux visiteurs une foule d'informations au gré de leur périple.

Ce projet a bénéficié du soutien financier de l'ANVAR (aide à la faisabilité, puis aide à l'innovation), de la Région Champagne-Ardennes et de la Délégation Régionale au Tourisme pour le déploiement du projet sur le Parc Naturel de la Montagne de Reims.

Projet Mobiguide / France Telecom

Mobiguide est un guide touristique développé par France Télécom Développement

France Telecom R&D, centre de recherche & développement, est le moteur de l'innovation de France Telecom et de ses filiales, en France et à l'étranger.

Son rôle est d'anticiper les révolutions technologiques et d'usages, innover pour offrir aux clients le meilleur des télécommunications, tout en imaginant dès maintenant les technologies qui feront partie de leur quotidien demain.

Mobiguide offre trois modes d'accès :

- Mobiguide off line : une partie des services en local sur le terminal.

- Mobiguide On Line : Tous les services actualisés, en mode connecté.
- mes Favoris Mobiguide : consultation en mode connecté de vos favoris.

Mobiguide propose :

- des infos touristiques : sites, musées, circuits de ballades, ... ;
- des infos régionales : météo, actualités, minute audio du jour, ... ;
- des bons plans : les sorties, cinés, spectacles, ... ;
- de bonnes adresses (restaurants, hôtels, shopping,...) ;
- les résultats sur un plan (métro, distributeurs de billets, ...) ;
- l'envoi de SMS, de mail, de cartes postales ;
- des infos récentes : « les événements du mois » ;
- la visite du musée des Beaux-Arts.

Chaque information fournie par Mobiguide peut être :

- située sur un plan ;
- complétée par un échange téléphonique ;
- envoyée à un ami ;
- mémorisée dans les Favoris Mobiguide

Mobiguide a été développé sur la ville de Lyon, et des projets sont à l'étude sur Paris et en Ile-de-France

Projet « E-Guide » / France Telecom

France Télécom étudie avec le projet « E-guide » les premières applications de l'UMTS dans le secteur du tourisme, mais aucun site d'expérimentation n'a encore été trouvé.

AlloVisite / Voxinzebox

1 - Descriptif général du projet

- Concept et valeur d'usage

Cette entreprise marseillaise propose trois types de services :

- un service de découverte de l'histoire des sites et monuments depuis le téléphone mobile, à la base de commentaires culturels et ludiques. Il permet d'écouter des interviews, des extraits d'œuvres littéraires, des musiques en rapport avec le site visité, des extraits de bandes sonores de films, des reconstitutions,...

- un service de guidage : plus besoin de cartes ou de plans, le guide Allovisite, indique le chemin et le répète à loisir. Il chuchote à l'oreille de l'utilisateur les meilleurs chemins, et lui indique même les raccourcis.

- une ergonomie au service du confort de l'utilisateur : il permet de réécouter un passage, faire une pause, utiliser la touche avance rapide. En cas de coupure (volontaire ou non), le commentaire reprend automatiquement. Une seule touche est indispensable

pour suivre la visite. Il est même possible d'effectuer la visite avec un conjoint à condition qu'il dispose d'un mobile.

La valeur d'usage du service est la simplicité:

- regarder sans lire le guide papier,
- éviter de s'encombrer, porter un guide
- s'affranchir d'un guide (visite de groupe, disponibilité des horaires, existence du guide) ...

- Les entrepreneurs porteurs du projet

Dominique Soler, Directeur Général

Yann Le Fichant, Président Directeur Général

- L'équipe

Un directeur général en charge de l'administration, des partenariats et des aspects commerciaux.

Un directeur général en charge du service et de son amélioration continu en couverture, en différenciation et en qualité.

Une directrice de rédaction

Une équipe de rédacteurs.

Une assistante de direction

- L'entreprise

Le projet est porté par la société Voxinzebox, société anonyme créée depuis le 30 Novembre 2000 afin de lancer le service Allovisit

Cette société au capital de 39 813 € est majoritairement détenue par ses deux créateurs Yann Le Fichant et Dominique Soler.

Voxinzebox SA est actuellement hébergée par la pépinière d'entreprise de la ville de Marseille et est aidée par l'incubateur multimédia de la Belle de Mai.

2 - Caractère innovant et originalité du projet

Le service Allovisit . est le premier service de visite guidée sur téléphone mobile. L'entreprise Voxinzebox a été labellisée entreprise innovante par l'ANVAR (Agence Nationale de Valorisation de la Recherche) pour cette innovation de service.

Ce service, qui consiste à proposer des promenades de sites culturels guidées par téléphone mobile, est résolument innovant :

- innovant, parce qu'il a créé un marché qui n'existait pas.
- innovant encore, parce que le contenu proposé est bien plus riche que les textes d'audioguides traditionnels existants. En lieu et place d'un commentaire souvent lénifiant, l'auditeur entendra un commentaire mêlant commentaires historiques, interviews d'actualités ou de spécialistes, extraits de pièces de théâtre ou d'oeuvres

cinématographiques, musiques d'époques, citations d'auteurs locaux, reconstitutions d'événements...

- innovant enfin, parce que les technologies utilisées sont à la pointe des savoir-faire actuels en reconnaissance vocale, permettant ainsi au visiteur de « naviguer » dans le commentaire dans le plus grand confort, en s'exprimant en langage naturel.

Ainsi, le service contribue de manière ludique à l'éducation culturelle des visiteurs et à la mise en valeur du patrimoine de l'humanité.

- Technologies de référence et principes novateurs du service actuel

La plate-forme SVI actuelle est basée sur une technologie robuste obtenue par l'utilisation du mode DTMF (ou décimal) ; elle intègre :

- une base de données (développement sous SQL Serveur) supportant les DLL de l'application vocale (interface entre la base de donnée de l'application et l'IHM du service),

- la réalisation de dialogues interactifs avec l'utilisateur à l'aide du principe de surnumérotation (DTMF) permettant de télécommander le SVI à partir des touches du téléphone mobile ou fixe,

- un générateur de codes pour l'administration des droits d'accès au service via les cartes prépayées,

- un accès pour l'administration du système (code d'accès dédié),
- un interfaçage direct avec les réseaux de télécommunication,
- un archivage des données pour traitements statistiques.

Dans un souci de confort et d'ergonomie de service, il a été procédé à l'intégration de fonctionnalités avancées et innovantes en rapport avec le service visé, différenciant d'emblée le SVI « Allovisit . » des serveurs actuellement disponibles (type Audiotel) ; dans ce

cadre le SVI développé permet en particulier :

- de reconnaître un utilisateur du service ayant déjà contacté le SVI « Allovisit . » permettant ainsi de connecter l'utilisateur sur l'écoute

directe des audioguides et ce, en tenant compte des audioguides déjà écoutés (i.e., via la reconnaissance du numéro de mobile appelant),

- de reconnecter directement l'utilisateur en cas de coupure de la communication sur le dernier passage écouté avant coupure,

- d'adresser un message de type vocal ou SMS à l'utilisateur 24 heures après sa communication avec le SVI « Allovisit . » (message de type remerciement et information culturelle sur la région visitée), d'authentifier via la base de données, les droits de l'utilisateur appelant le SVI par la reconnaissance du code composé (code clavier).

Cette fonctionnalité assure au SVI la détection de fraudes potentielles et de plus, la possibilité pour les administrateurs du service de proposer une écoute différenciée selon la demande des utilisateurs, d'accéder à un « kiosque des services » (application spécifique) assurant à court terme la possibilité pour l'utilisateur d'être mis en relation avec un système de réservation touristique en ligne (i.e., hôtel, restaurant) ;

La plate forme actuelle du service, tout en proposant d'emblée des fonctionnalités innovantes à forte valeur d'usage pour le contexte d'emploi, s'appuie sur une technologie mature et robuste jugée nécessaire au lancement du service et à son acceptabilité par les utilisateurs (i.e., disponibilité du service, stéréotype d'usage du mode décimal / DTMF).

- Perspectives et innovations technologiques clés du service

Après la phase de lancement du service sur la base de la plate-forme SVI décrite, retenue comme indiqué pour la maturité des technologies employées et la robustesse du mode d'interaction avec l'utilisateur (mode sur-numérotation DTMF), il est envisagé dès maintenant un effort significatif de R&D en vue :

- de positionner le SVI vis-à-vis des technologies télécom émergentes (i.e., reconnaissance vocale, localisation et « convergence » des données consultables depuis le téléphone mobile),

- de proposer ainsi de nouvelles fonctionnalités de service à forte valeur ajoutée pour le contexte d'utilisation de découverte touristique lié à notre service,

- d'améliorer significativement l'ergonomie du service et son acceptabilité par les utilisateurs ; notamment en simplifiant l'accès aux données

- audio de la base,

- enfin, de maintenir l'avance technologique et le leadership du service sur la concurrence attendue pour ce type d'application.

Le positionnement innovant du service vis-à-vis des systèmes d'information et de guidage touristique actuels allié à la valeur d'usage de la navigation vocale pour le service visé permettent, à l'horizon 2002, d'ambitionner :

« un service Allovisit . devenu un produit de référence dans le domaine de la reconnaissance vocale vers le grand public, témoin de l'excellence de l'ingénierie française dans le domaine ».

Dans ce cadre, l'innovation s'exprimerait tant par la maturité de la reconnaissance vocale pour le service que par l'application de cette technologie à un contexte d'usage particulièrement adapté et différenciateur des applications vocales connues (i.e.,

réservation, renseignement, enregistrement de dossiers et consultation de compte ...).

3 - Sites ou secteurs d'application

Les clients du service sont de plusieurs types :

- Le grand public : ils contactent un N° de téléphone spécifique qui leur propose une visite guidée du site où ils se trouvent. Le

- commentaire est émaillé d'un habillage sonore (musiques, bruitage), d'extraits de films ou d'œuvres littéraires

- Les collectivités territoriales (villes et offices de tourisme, conseils généraux et régionaux, CE, UNESCO,...), elles veulent mettre en

- valeur un patrimoine non valorisé aujourd'hui. Elles prennent financièrement en charge la réalisation de fichiers sonores, et la mise en

Oeuvre du service et assurent la promotion sur le lieu de vente.

- Les voyagistes. Ils intègrent le service Allovisit . dans le package vendu à leurs clients. Les avantages pour les T-O : ils se différencient en proposant un service qui laisse une plus grande autonomie à une population qui ne désire pas vivre son voyage en groupe et qui veut être libre de son emploi du temps. Par ailleurs, la structure de coûts de Voxinzebox leur permet de s'affranchir des rémunérations de guides humains.

4 - Stratégie marketing et commerciale

Une démarche commerciale d'abord axée sur le marché des collectivités territoriales qui finance le développement de l'activité...

...Un relais vers le marché des voyagistes dont la structure est plus « maîtrisable »...
... afin de permettre la conquête du grand public qui est le plus rémunérateur et avant d'attaquer le marché international.

Les principaux sites couverts sont : Marseille/Notre Dame de la Garde à Marseille, Paris /Montmartre/Tour Eiffel/Arc de Triomphe, ..., Nantes, Corrèze.

En outre dans le cadre de son programme de réhabilitation des sites romains, la Région PACA projette un système d'audio-guidage qui pourrait être confié à la société Voxinzebox.

Ce projet bénéficie du soutien de l'ANVAR Provence Côte d'Azur au travers d'un label FCPI.

Guidalia

Il s'agit d'un guide mobile, et de services géo-référencés. Conçu au départ en partenariat avec France Telecom et l'Office de Tourisme de Toulouse, Guidalia est un passeport qui permet au visiteur d'accéder en toute liberté aux commentaires audio de sites touristiques de Toulouse depuis son téléphone mobile. Le circuit toulousain comprend des commentaires sur Le Capitole, la Basilique Saint Sernin et Les Jacobins.

La visite touristique peut se faire de deux façons : en achetant le passeport ou en composant un numéro audiotel. Le visiteur achète le passeport à un prix de 4,42 € à l'Office de Tourisme de Toulouse, qui lui offre un droit d'accès de 3 jours (par code confidentiel) à des commentaires audio ainsi qu'un plan du site

Avec son téléphone mobile, il peut découvrir à son rythme les sites les plus représentatifs de la ville, dans la langue choisie lors de la première connexion. En composant un numéro audiotel, les utilisateurs peuvent accéder aux commentaires en une seule étape.

Une fois le numéro composé, un guide vocal propose le choix de la langue, de la ville et des sites couverts par les commentaires.

Les principaux sites couverts sont Toulouse et Paris.

Projet « V-Guide »

C'est un service d'information touristique mobile, qui propose au public une information complète, multimédia et interactive. Les informations sont mises à jour régulièrement, géolocalisées et personnalisées.

Le visiteur y accède en louant un terminal dédié ou en utilisant son assistant personnel. Il peut consulter V-Guide avant, pendant ou après son séjour.

Lauréat du concours national de création d'entreprises de technologie innovante organisé par l'ANVAR en 2000, le projet V-Guide bénéficie également du soutien de la Direction recherche-développement du CEMAGREF.

V-Guide, nouveau dispositif interactif, devrait être avant tout un vecteur mobile d'informations en temps réel pour le touriste, qui pourrait faciliter l'accès à des informations et services touristiques et culturels : réservations, services pratiques, en particulier celles émanant de sources labellisées.

Catalyseur d'un nouveau modèle de valorisation touristique des territoires et des filières, V-Guide offrira un espace de communication, de promotion et pour les professionnels et les institutionnels, avec un suivi localisé et profilé des consommations touristiques des clientèles en déplacement.

La distribution du produit devrait être assurée via les grands réseaux nationaux existants : chaînes hôtelières volontaires et intégrées, transporteurs, loueurs de voitures...

Les principales régions à l'étude sont l'Auvergne, le Limousin et l'Ile-de-France.

Outdoorpass / Expressound

Il s'agit d'un service permettant le téléchargement de circuits de randonnées sur des postes GPS à partir d'une base de données géo-référencées accessible via internet, principalement destiné aux pratiquants d'activités et sports de pleine nature.

La stratégie de l'entreprise est de devenir un acteur majeur de l'édition cartographique pour les loisirs de pleine nature, en diffusant de façon personnalisée des informations sur les ressources (parcours, lieux de pratique ...), et les services outdoor (location, hébergement, accompagnement...) :

- développement d'un contenu unique et attractif de parcours, lieux de pratique au format GPS : création d'une base de données interactive, dépôt d'une marque et protection du contenu ;

- développement des moyens de diffusion des informations sur des terminaux fixes et mobiles : terminaux GPS, téléphones mobiles, PDA, bornes interactives ;

- développement d'une cartographie interactive : application personnalisée des données géo-référencées sur un fond cartographique.

Le GPS permet à tout utilisateur muni d'un récepteur, de se localiser, de s'orienter, de suivre un itinéraire de randonnée, de mémoriser des circuits. Plus de 100 000 personnes ont déjà fait l'acquisition d'un terminal GPS de loisirs dans notre pays.

L'outdoor recouvre l'ensemble des activités et des sports de pleine nature, et offre à chaque pratiquant la possibilité de profiter, seul ou en groupe, en autonomie ou accompagné par un professionnel de la nature.

On recense actuellement une trentaine d'activités sportives ou naturelles pouvant être rattachées à l'outdoor allant de la randonnée au parapente, en passant par le VTT, le canyoning, la plongée, la photo-reportage,...

Actuellement, la demande en informations sur les ressources outdoor ne semble pas correctement satisfaite, et le GPS peut constituer une opportunité nouvelle pour diffuser de façon personnalisée ces informations.

Le programme d'innovation de Expressound concerne la collecte de données géo-référencées et leur stockage dans une base de données, l'organisation de cette collecte, la diffusion des données par un site web outdoorpass.com. Cette base de données, sur laquelle s'appuie l'outil de recherche de parcours et de services, constitue le critère différenciateur du projet.

Le site Internet récemment créé comporte quatre rubriques :

- Un guide GPS de parcours, lieux de pratique et endroits insolites, qui concerne l'ensemble des activités et des sports de pleine nature regroupés en univers : montagne, randonnée, escalade, cycle, glisse, ski/neige, eaux vives, aérien/vol libre, nautisme, auto/moto, nature et voyage.

- GPS : toutes les informations pour bien comprendre et utiliser un récepteur GPS : des explications pratiques, un référencement de récepteurs de loisirs de plein-air et des accessoires, des logiciels de navigation, des outils de conversion de données, des adresses utiles et des liens vers d'autres sites spécialisés.

- X-Data : base de données unique d'itinéraires, lieux de pratique concernant l'ensemble des activités outdoor. Recherche par région, univers ou positionnement géographique. Recherche par critères personnalisés. Présentation claire des résultats de recherche avec points de coordonnées GPS, photos, références cartographiques et commentaires.

- Guide Outdoor : véritable annuaire des services outdoor, pour préparer des sorties nature. Recherche détaillée par critères personnalisés. Géographie. Activités. Type d'information : accompagnement, assistance, hébergement, restauration, services, information. Des contacts utiles et des informations essentielles.

Les principaux territoires géo-référencés sont le Cantal, et les Alpes de Haute Provence

Ce projet a bénéficié du soutien de l'ANVAR Auvergne au travers d'une aide à l'innovation.

Urban safari

Cette société propose des « parcours safaris » à travers Paris avec pour seul guide un téléphone portable et des messages textes.

Les thèmes des circuits sont la gastronomie, la mode, la culture, le tourisme et le sport.

« Echarpe communicante » / France Telecom

Particulièrement adaptée à des clientèles en déplacement, l'interface proposée par France Télécom sous forme d'écharpe différencie deux types d'accès. D'une part, les logiciels intégrés et d'autre part, les réglages et l'utilisation des périphériques d'entrée et de sortie: micro/ écouteurs/ caméra/ écran tactile.

Cette différenciation permet de savoir quels sens sont utilisés par chacun des logiciels et à l'inverse quels logiciels utilisent tel ou tel sens. En effet, si l'on appuie sur un bouton correspondant à une fonction, les sens correspondant s'illuminent.

Les fonctions sont au nombre de six qui se déclinent ensuite dans des sous-menus : la visioconférence, le lecteur audio, le lecteur vidéo, la capture d'images et de son, le navigateur Internet, la messagerie électronique.

Programme de géolocalisation par reconnaissance vocale / Compilo

Compilo se positionne comme un spécialiste dans l'aide au déplacement de proximité. Sa technologie accessible par le téléphone fixe ou mobile, Internet, tout média permet la localisation de lieux d'intérêt, la localisation de consommateurs, la diffusion d'informations de proximité, et l'optimisation des déplacements.

Son projet vise à développer à travers un service de téléphonie de géolocalisation grâce à la technologie de la reconnaissance vocale. Il s'intègre pleinement dans la stratégie de la société de focalisation de l'entreprise sur son cœur de métier : la géolocalisation et les services géodépendants.

Le marché semble a priori important, avec le développement des nouveaux comportements et pratiques de mobilité pour des motifs personnels, professionnels ou touristiques, qui renforcent les besoins de services et informations de proximité.

Compilo affiche un positionnement de société de services, et s'est recentré sur ses compétences et activités B2B. Elle commercialise son offre de services directement auprès des clients, ou en partenariat avec des SSII et des intégrateurs, et vise à la mise en place d'un réseau stable de SSII, d'intégrateurs et de Web agencies pour augmenter la part de son activité réalisée en direct.

Ce projet a bénéficié du soutien financier de l'ANVAR Rhône-Alpes.

Projet Gimi Holidays / CICOM Organisation

Ce projet vise à offrir aux touristes, via des outils de moyens de communication mobiles (PDA, GPRS, demain UMTS), l'accès aux activités et services proposés dans un site, et donner en temps réel leur avis sur la qualité des prestations offertes.

Projet de diffusion de contenus sur des assistants personnels par l'Office de Tourisme de Villefranche-sur-Mer.

Il s'agit de diffuser sur des assistants personnels (PDA) doté d'un GPS de l'information touristique et du guidage.

L'outil est conçu pour proposer aux touristes des circuits touristiques interactifs selon différentes thématiques (patrimoine, artistique, shopping). Possibilité de consultation d'informations de type événementielles : manifestations, marchés du jour...

Le projet est en cours d'application ans la Ville de Villefranche-sur-Mer.

Projet Cycab / INRIA

Le Cycab est un système mobile et un guide touristique particuliers dans la mesure où il s'agit d'un véhicule électrique expérimental, testé place Stanislas à Nancy. Il dispose d'un ordinateur embarqué diffusant des commentaires sonores et des informations touristiques, et permet même de réserver une chambre d'hôtel.

Passer en voiture devant un théâtre et consulter le programme de la semaine, réserver sa table au moment où l'on passe devant un restaurant, tout savoir du monument devant lequel on stationne, telles sont les multiples applications du logiciel de TAO (Tourisme Assisté par ordinateur).

Ce prototype, doté d'un système GPS, a été développé par des chercheurs dans le cadre de l'incubateur de l'INRIA Lorraine et de Loria (Laboratoire lorrain de recherche en informatique et ses applications).

Le TAO peut être embarqué dans tout autre type de véhicule : autobus, tram, taxi, ou dans des points stratégiques d'une ville. Les informations sont transmises sur un écran tactile, capable de diffuser des images et du son, via des coordonnées GPS.

Enfin, Cycab peut être utilisé par des personnes à mobilité réduite, et notamment des handicapés.

II 2 – Innovations dans la production, la gestion et la diffusion de contenus

Les informations disponibles sur les produits et leur environnement sont de plus en plus nombreuses mais de niveau d'intérêt, de qualité et de fiabilité très variables. Les coûts de collecte, de traitement et de diffusion s'élèvent ce qui implique une plus grande mutualisation des moyens et des outils, des compétences plus élevées et plus spécialisées et de nouvelles organisations managériales. On pourrait assister à une plus grande privatisation de ces fonctions, une plus grande externalisation, et donc une redéfinition des rôles et missions pour les organismes publics dont c'était la vocation.

Les tris sélectifs et multi-critères (date, destination, profil, formules...) qui apportent un service supplémentaire par rapport à la brochure papier deviennent une norme sur les nouveaux supports de diffusion, ce qui pose le problème de la pertinence et de la complémentarité des supports papiers traditionnels (quels contenus ? sur quels supports ? Vers quelles cibles ? Avec quels rythmes de renouvellement ?)

La visualisation des produits touristiques avant le voyage est une tendance de fond (vidéo en ligne, télévision interactive, web-cam) qui pose le problème de la mise en forme et la perception des messages. Davantage de transparence ne facilite pas nécessairement la promotion, la mise en valeur des produits touristiques n'est pas aisée dès lors que de nombreux facteurs sont en cause.

L'innovation dans la gestion des contenus se traduit notamment par un raccourcissement des délais entre le changement du produit, son expression visuelle et sa diffusion auprès des publics professionnels, prescripteurs et grand public.

Auparavant, lorsqu'un hôtel rénovait son établissement, il devait attendre un an avant que ce changement n'apparaissent dans les catalogues des tour-opérateurs. Aujourd'hui, il peut présenter son nouveau produit de façon instantanée sur des supports de vente numérique. Les outils innovants de productivité permettront aux acteurs privés de s'emparer des fonctions des institutionnels car elles deviendront rentables notamment en matière de gestion de l'information. Dès que les entreprises acquièrent une compétence éditoriale et qu'elles disposent d'outils simples de diffusion permettant d'en faire un commerce rentable, elles s'approprient des fonctions auparavant réservées aux institutions.

Le rôle de la direction du Tourisme pourrait être d'essayer de favoriser « la réduction des zones de dialogues discordantes » (offices de tourisme, réceptifs, voyagistes, agences, clients) et d'identifier les zones de dialogue peu efficaces (agent de réservation dans le TO et agent de voyage par exemple, office de tourisme et tour-opérateurs...) afin de rendre l'ensemble plus efficace. Son rôle pourrait être de créer une « place de marché » de l'information où les producteurs et diffuseurs d'information viendraient demander et télécharger des contenus utiles pour déclencher des ventes de voyage.

Les propos de Caroline DERO de VIA France dans un article consacré aux systèmes d'information paru en septembre dans la Revue ESPACES sont particulièrement intéressants : « La collecte de l'information événementielle s'effectuait sur le papier, elle s'opère désormais sur de multiples supports multimédia (Internet, SMS, Wap, PDA, Borne interactive, ...). Cette information non pérenne a besoin d'être contrôlée, vérifiée, traduite, enrichie de visuels en temps réel. Les coûts humains et techniques d'une telle approche rendent parfois difficile l'atteinte d'un niveau élevé d'exigence pour assurer le traitement de cette information. La gestion de la base de données d'informations touristiques « froides » (hôtellerie, restauration, etc.) est plus simple (parce que pérenne) que l'information événementielle. Pour l'information « chaude » de type événementielle, le préalable consiste à concevoir une architecture de données qui passe par un modèle conceptuel de données permettant de prévoir en amont les contraintes de qualification exigées par les supports de diffusion et les diffuseurs ».

A ce titre, les « Fêtes et manifestations » constituent un exemple de gestion d'une information complexe particulièrement intéressant.

L'article poursuit : « Les opérateurs institutionnels du tourisme, dont la vocation première est de diffuser l'information qu'ils peuvent collecter, se retrouvent confronter pour les événements aux dysfonctionnements suivants :

- une mise à jour quotidienne dévoreuse de temps. Les structures institutionnelles manquent de moyens humains pour gérer une information non pérenne nécessitant une mise à jour quotidiennement. Le risque est alors de faillir à ses missions traditionnelles ou, en les privilégiant, de ne pas alimenter suffisamment le système d'information ;

- une qualification riche indispensable à la vente de produits touristiques. Pour être exploitable et utilisable par ces mêmes structures touristiques, notamment pour attirer des touristes français de régions limitrophes, l'information doit être suffisamment riche pour donner aux touristes l'envie de se déplacer et de rester sur place.

- une traduction difficile à orchestrer en temps réel, d'autant que l'information vit et change régulièrement. La traduction de cette information est lourde à gérer. Les villes, les départements et les régions ont besoin d'offrir grâce à leur site Internet leur information en anglais. Si l'information statique (hôtels, restaurant, etc.) reste facilement opérable pour l'institution, l'information événementielle quant à elle, est complexe à offrir à jour, traduite et animée.

Plusieurs supports de diffusion engendrent plusieurs formats de données et une variété d'exigences des diffuseurs.

Les formats sont multiples, souvent complexes et inadaptés à l'information événementielle. A chaque événement peut-être attribué plusieurs contacts, eux-mêmes liés à plusieurs entités. L'événement lui-même pouvant avoir lieu à plusieurs endroits différents. Si l'information événementielle doit pouvoir être utilisée par des opérateurs tiers privés du tourisme, ces derniers vont devoir avoir accès à une information très qualifiée (ex. heure de début, heure de fin, durée) afin d'exploiter l'information dans les meilleures conditions pour le touriste.

En conséquence de quoi, les méthodes traditionnelles de remontée de l'information par base de données centralisées semblent donc limiter la réponse à l'accès de l'information au plus grand nombre. En effet, si les bases de données départementales ou régionales peuvent tenter de centraliser l'information, chaque partenaire (OT, SI,

CDT, CRT) forts, de surcroît, de missions différentes, ne vont pas utiliser l'information, ni pour les mêmes objectifs, ni pour les mêmes supports dans les meilleures conditions. »

Exemples d'application (extraits du dossier Système d'information. Revue Espaces, septembre 2002)

L'optimisation de la mise à jour et de la diffusion de l'information événementielle – exemple de l'Office de Tourisme d'Issy-les-Moulineaux

L'Office de Tourisme d'Issy-les-Moulineaux a décidé d'utiliser tous les avantages des nouvelles technologies pour permettre à l'Office d'offrir toute l'information culturelle et de loisirs à jour sur son site Internet tout en s'assurant de la qualité de l'information diffusée et de la performance de sa diffusion sur Internet.

L'Office de tourisme d'Issy-les-Moulineaux dispose sur son Intranet de toute son information, ce qui lui permet depuis juillet 2001 de saisir directement son information sur cet outil, d'assurer ainsi la mise à jour de l'information en temps réel et après contrôle de l'information sur son site Internet. viaFrance assure ensuite la diffusion de toutes les manifestations de l'Office sur son réseau de partenaires d'audience et offre par la même non seulement une meilleure audience à ses informations, mais aussi une meilleure visibilité de son site Internet, diffusé systématiquement derrière chaque manifestation.

Mise à disposition de la plate-forme de gestion, de contrôle et de diffusion de l'information – l'exemple de la FNOTSI

Depuis 1999, plus de 900 Offices de Tourisme disposent d'un extranet leur permettant de saisir leurs événements et d'en assurer ainsi le contrôle, la traduction, la mise à jour automatique sur les pages villes du site de tourisme.fr, mais aussi de multi-diffuser leurs événements sur les 250 sites média et de portails d'audience. La FNOTSI a délégué le développement et l'optimisation de son extranet dédié (accessible depuis l'intranet de la FNOTSI), le contrôle de la qualité avant la diffusion, la traduction et la mise à jour en temps réel (l'OT ou le SI peut revenir sur sa fiche à tout moment pour opérer des changements : l'événement sera alors relu, traduit et mis à jour sur le site Internet de la FNOTSI, sur les sites partenaires ainsi que sur le site de l'Office si celui-ci le demande.

Traduction en temps réel d'une base de données d'événements – exemple de l'Office de Tourisme de Lyon

L'Office de tourisme de Lyon délègue depuis juin 2001 la diffusion de son information sur son réseau, mais aussi la traduction en temps réel de ses événements, mis à jour automatiquement sur son site Internet. L'équipe de l'OT saisit ses informations sur son système actuel et adresse toutes les semaines sa base de données à viaFrance qui contrôle, enrichie et rediffuse les événements de l'OT de Lyon, met en avant le site Internet de l'Office et organise la traduction de ses événements avant de les

mettre à jour directement sur le site Internet de l'Office, sans que l'Office n'ait besoin d'intervenir. L'intérêt de la démarche est d'autant plus riche, qu'elle permet à l'Office d'avoir accès à des événements directement saisis sur Lyon par les organisateurs eux-mêmes et que l'Office n'aurait pas eu.

Artuus / CDT Bretagne Nord

Le porteur du projet est le Comité Départemental du Tourisme d'Ille-et-Vilaine qui a travaillé avec les sociétés : Cap Gemini, Gallimard, Société Isocèle.

Les objectifs de l'application sont de :

- promouvoir les richesses touristiques de la Bretagne et de l'Ille-et-Vilaine sur les lieux de passage touristique les plus fréquentés ;
- développer la fréquentation touristique en général ;
- orienter les flux vers les zones moins fréquentées.

Le Comité Départemental d'Ille-et-Vilaine a mis en place, avec l'aide de la société Isocèle, un réseau multimédia d'informations touristiques appelé Artuus. Ce service est en mesure de recevoir et fournir l'ensemble des informations touristiques concernant la Bretagne. Elles peuvent être consultées et imprimées à partir de trois supports (Internet, borne interactive, micro-ordinateur à écran tactile, micro-ordinateur) dans les offices de tourisme et pays d'accueil d'Ille-et-Vilaine.

Contenu de la base de données multimédia :

- hôtels, campings, chambres d'hôtes, gîtes et meublés ;
- manifestations, monuments et équipements ouverts au public ;
- restaurants ;
- sites touristiques ;
- bureaux d'accueil ;
- prévisions météorologiques ;
- cours de change monétaires ;
- loisirs.

Un « guide multimédia d'Ille-et-Vilaine » est disponible sur Internet depuis 1999.

Parallèlement, le système Artuus alimente le site www.bretagne35.com. Ce projet, labellisé par le Secrétariat d'Etat au Tourisme, représente un support supplémentaire pour la promotion touristique.

Trois sociétés ont été associées au projet. Cap Gemini et Isocèle se sont occupés de la réalisation informatique du site. Gallimard a signé une convention avec le CDT d'Ille-et-Vilaine pour l'autoriser à reproduire les guides présentant la Bretagne et la Loire-Atlantique. Gallimard a apporté également son concours à la conception du site et à la mise en page des informations.

II 3 – Innovations dans les services rendus aux clients

L'innovation dans les services rendus aux clients (facilitation, confort) recouvre différents types d'innovations : les techniques de personnalisation, le cross selling et le push marketing, la mise à disposition d'agents intelligents, de moteurs de recherche d'offres composites en fonction des centres d'intérêt (assistance à la décision et/ou à la production), de tour-operating virtuel, le calcul d'itinéraires complexes, la visualisation de sites et de territoires, la mise à disposition d'informations en fonction du lieu d'hébergement et de visite.

La visualisation des produits touristiques avant le voyage est une tendance de fond qui pose le problème de la mise en forme et la perception des messages

Exemples d'application

« *Hi-touch* » / *Visiol@b*

L'activité principale de *Visiol@b* consiste en la réalisation de travaux de Recherche & Développement visant, en une première application, à créer et mettre au point une nouvelle génération de logiciels, progiciels et systèmes experts d'auto-définition des attentes des internautes dans le secteur du tourisme et des voyages.

Situé dans le champ des applications du data-mining, il s'agit de développer un agent intelligent (automate) capable d'identifier le visiteur, d'observer son comportement, de cerner ses attentes et de lui faire des recommandations d'achats.

La société *Visiol@b* travaille également sur le montage d'une opération complexe dans le cadre du programme EUMEDIS Volet II (Commission européenne, projets pilotes régionaux de la société de l'information) et son secteur 3 qui vise à soutenir des projets pilotes dans les domaines de l'accès multimédia au tourisme et au patrimoine culturel.

Le consortium constitué par *Visiol@b* rassemble des pays du Bassin Méditerranéen (Maroc...), des collectivités territoriales (Agence de Développement Economique de la Nièvre...), des structures touristiques réceptives (RandoNièvre...) et des entreprises privées (Nouvelles Frontières, Havas Voyages, Jet Tour...).

L'ambition de *Visiol@b* est de développer un nouveau modèle de marketing, fondé sur les dernières avancées dans le domaine des agents informatiques intelligents auprès :

- des opérateurs touristiques de l'émission : Voyageurs, distributeurs ;
- des opérateurs touristiques du réceptif : agences réceptives, autocaristes ;
- des organismes institutionnels : offices de tourisme, comités départementaux du tourisme, comités régionaux du tourisme.

Ce système est en cours d'installation sur le site de RandoNièvre.

Générateur d'idées de Karavel/Promovacances/Tati Voyages

Karavel est une agence de conseil en voyages, dont le site propose l'ensemble des services dont le voyageur a besoin pour trouver, préparer et réserver son voyage. Le site regorge de renseignements et de conseils pour trouver une offre de voyage extrêmement variée (séjours, circuits, randonnées, safaris, ...) qui corresponde le mieux à ses envies. Karavel est accessible également au travers de son call center.

C'est aussi une maison d'édition qui édite une collection de guides de voyages. Ces guides ont la particularité d'être actualisés en permanence par notre équipe de correspondants étrangers. Ils peuvent également être personnalisés à vos besoins.

Le site de Karavel.com comporte 4 rubriques principales :

1- « Trouver l'idée » : ce module permet d'effectuer une recherche dans le vaste catalogue karavel.com et de visualiser les offres correspondant à ses critères. La consultation du « Générateur d'idées » permet de découvrir une grande diversité de propositions. La rubrique " six bonnes raisons d'aller à... " brosse un portrait en 6 points des principales attractions touristiques d'un pays. Le coin des promos, enfin, propose des billets d'avion ou séjours à prix dégriffés.

2- Le module « acheter/réserver » vous permet de réserver vos billets d'avion, nuits d'hôtels, voiture, circuits, séjours et croisières.

3- Grâce au module « s'informer », on peut découvrir deux rubriques essentielles. La première permet de consulter en ligne des informations exhaustives sur les destinations préférées. La seconde, intitulée « créer votre guide », permet de créer son guide personnalisé et de se le faire envoyer, imprimé et relié.

4- Enfin, le module « partager » favorise les échanges d'expérience au retour de voyages, coup de cœur ou coup de gueule, le partage des sentiments. L'idée de Karavel.com est de créer des communautés de voyageurs de profils proches pour que leurs conseils correspondent à la personnalité de l'utilisateur.

Karavel.com a été créée par un groupe de dix dirigeants passionnés de voyages, dix professionnels aux profils divers et complémentaires avec à leur tête Christian Blanc, ancien PDG d'Air France. Karavel est soutenue par des partenaires financiers d'envergure et en particulier par la Société Générale.

La technologie développée par Karavel lui a valu l'attribution du label européen Eurêka et le soutien financier de l'ANVAR au travers d'une aide à l'innovation.

Projet « Tip Top Trip » / Bestoftour SA

Il s'agit d'un générateur d'itinéraires en fonction des souhaits et centres d'intérêts du voyageur. Ce dispositif permet à l'utilisateur de structurer et de personnaliser totalement ses itinéraires et son voyage en fonction de ses souhaits et centres d'intérêts puis il guide le voyageur lors de la réalisation de son circuit touristique en mettant à sa

disposition dans le véhicule ou sur PDA l'ensemble des données constituant son guide de voyage personnel.

L'utilisateur peut par exemple indiquer qu'il souhaite passer 3 jours en Provence en ayant comme centres d'intérêts le golf, les brocantes, les villages provençaux typiques et désirer un hébergement de charme et une restauration régionale haut de gamme.

A ce jour, une première version de l'outil a déjà été réalisé. Il est parfaitement adapté au déplacement touristique ce qui n'est pas le cas des systèmes actuels de calcul d'itinéraire, d'optimisation de tournée, que ces derniers soient sous forme de logiciels sur CD Rom ou disponibles sur différents sites internet. En effet ces derniers ont une vocation plutôt utilitaire et calculent un parcours pour rejoindre une destination précise à partir d'un point de départ, le calcul s'effectuant à partir des seules coordonnées géographiques, sans possibilité autre que la définition de quelques critères basiques tels que le type de routes ou « parcours le plus rapide », « le plus court en distance », sans cols de montagne », « sans péage »...

Ces critères sont liés à l'itinéraire emprunté, voire au moyen de transport pour le calcul du coût, et non aux centres d'intérêts du voyageur.

La maquette déjà réalisée a suscité un fort intérêt que ce soit de la part du panel d'utilisateurs finaux et de quelques grands groupes dans le secteur des transports, de l'hébergement ou de la location de voitures. Ces derniers sont intéressés par le produit final constitué par le logiciel et la base de données.

La société, en phase d'incubation avec CREALYS, a reçu le prix de l'Innovation Tourism@ 2001 récompensant le meilleur projet innovant dans l'utilisation des nouvelles technologies pour les métiers du tourisme. Elle a signé des partenariats avec Navtech (n°1 mondial des bases de données cartographiques), France Télécom, Claritas, le CRT Rhône Alpes, plusieurs laboratoires de recherche.

La société a bénéficié de l'aide de l'ANVAR Rhône-Alpes.

9h59 Travel /9h59

Créée en avril 2000, cette société s'est fixée pour objectif de développer des services innovants à forte valeur ajoutée, en tirant parti des apports des technologies de l'information et de la communication, et en développant des outils plus simples et plus performants que les outils actuels pour la mobilité et les transports.

Celui-ci se décline autour de deux axes :

- agréger les informations existantes sur les transports publics en Europe en une base de données unique et créer ainsi une source d'informations réellement utile ;
- développer des technologies innovantes sur l'Internet fixe et mobile (Wap, GPRS, et demain UMTS) pour faciliter l'accès et diffuser ces informations auprès des voyageurs, en fonction du moment, du lieu et en temps réel.

Pour mener à bien ces développements, 9h59 a établi un partenariat technologique et financier avec la société allemande IVU Traffic Technologies, concepteur et distributeur en Allemagne du logiciel FahrInfo et MicroBus.

Le développement de technologies permettant la diffusion en temps réel des informations, l'Internet fixe et mobile se matérialise par un autre projet comportant un volet grand public : « 9h59 Travel », et un volet professionnel « 9h59 Pro », pour le développement desquels une aide a été sollicitée auprès de l'ANVAR.

- « 9h59 Travel » proposera, sous la forme d'un roadbook personnel (dossier de voyages informatisé), un service d'informations et d'accompagnement personnalisé pour organiser et suivre un voyage en temps réel en France ou en Europe, destiné plus particulièrement aux clientèles touristiques individuelles d'agrément et d'affaires.

Le service proposera aux piétons la même utilité et qualité de service que celle que les services de guidage routier apportent aux automobilistes. Il permettra de connaître en amont les meilleures solutions disponibles, d'être guidé tout au long du déplacement, d'être tenu au courant des perturbations et d'être conseillé, si nécessaire, sur des solutions de transport alternatives à celles choisies initialement.

Plusieurs études attestent d'une forte demande encore insatisfaite en matière d'informations et de services à forte valeur ajoutée sur les transports publics, tant en France qu'en Europe : études du Ministère des Transports sur les transports multimodaux, études de marché réalisées par la SNCF, étude Mobicity...

- « 9h59 Pro », est dédié aux agences de voyages, agences d'affaires, et transporteurs. « 9h59 Pro » pourrait proposer un accès à l'ensemble des informations transports avec une interface spécialisée pour les agences, la possibilité de constituer des dossiers de voyage informatisés (roadbook) personnalisés aux couleurs de l'agence et reprenant les éléments clés du voyage ainsi que des informations complémentaires, le suivi en temps réel : retards, changements d'horaires, et une infrastructure dédiée (serveurs et bande passante) qui garantira un niveau élevé de qualité de service.

Partant du constat qu'aucune source, on-line ou off-line, n'offre une information complète sur l'ensemble des solutions transports urbains et interurbains en Europe, ni sur les itinéraires de porte à porte, et qu'aucun service ne répertorie les changements qui affectent l'ensemble de l'offre transport au cours d'une journée, 9h59 souhaite se positionner en fait comme « infomédiaire » d'un nouveau type ayant pour mission de :

- faciliter l'organisation des déplacements en Europe en permettant la diffusion d'informations complètes sur les solutions de transport existantes ;
- apporter une assistance aux voyageurs au cours de leurs déplacements en diffusant sur des terminaux mobiles (WAP, demain GPRS, et UMTS), des informations en temps réel sur l'état de la solution de transport retenue.

Ces projets s'inscrivent à l'évidence dans les grandes tendances des marchés touristiques : accroissement de la mobilité et des courts séjours, développement du tourisme urbain (en particulier dans les villes européennes), développement des transports automobiles, ferroviaires et aériens, et de l'intermodalité, besoin d'informations touristiques personnalisées en fonction du lieu et du moment, et correspondent aux politiques volontaristes de soutien au développement de l'usage des transports publics et collectifs.

9h59 a obtenu le label EUREKA, et sollicité une aide de l'ANVAR.

Pl@nète Tourisme / M-Sat

Pl@nète Tourisme, application Tourisme développée par M-Sat à partir de son site grand public PlanetObserver.com, permettra d'offrir une solution unique aux acteurs du tourisme pour valoriser leur offre Internet : la Terre entière vue d'un satellite est rendue navigable, avec des niveaux de zooms jamais atteints, pour attirer les internautes et leur permettre de découvrir les lieux touristiques, les régions mais aussi et surtout les offres hôtelières et touristiques.

Créée en 1989, la société M-Sat est spécialiste de l'édition et de la distribution d'images satellite haute définition couvrant l'ensemble de la Terre. Grâce à son savoir-faire technologique, M-Sat traite, corrige et assemble en mosaïques continentales des milliers d'images satellitaires.

La société a mis au point courant 2001 le premier site Internet grand public PlanetObserver.com où l'internaute a pour la première fois la possibilité de naviguer sur la base d'images, grâce une technologie de navigation développée par Enovant, société US basée à San Francisco, spécialiste de technologies internet.

L'internaute a accès à une base d'images satellite de la Terre, unique au monde, par sa globalité (Monde à 1km/pixel, Europe+USA+ Asie à 30m/pixel), sa qualité aux couleurs naturelles accessible au grand public, son niveau de définition (vision des champs, routes, reliefs,...)

Au delà de ce site grand public, M-Sat met aujourd'hui une solution, faite à la fois de contenu et de technologie, à disposition des acteurs du tourisme.

Face à la complexité d'une action (s'informer, réserver,..), la multitude des besoins (localisation géographique et autres critères de recherche,...), la diversité de l'information (touristique, hôtelière,..), la variété des offres (acteurs et canaux de diffusion), les clients finaux ont beaucoup de difficultés à appréhender leurs possibilités de choix, sélectionner une réponse convenant à leurs besoins, s'engager dans un processus simple de décision.

La solution Pl@nète Tourisme permet à l'internaute final de trouver une solution touristique :

- fiable dans sa recherche ;
- attractive dans sa consultation et son mode de visualisation ;
- captivante par la richesse de sa base ;
- instinctive par son mode d'accès ;
- ludique dans son mode de découverte.

La solution Pl@nète Tourisme est constituée de trois ensembles :

- la base d'images numériques satellitaires qui permet de visualiser n'importe quel lieu en France, dans le monde ;
- la technologie de navigation Internet disponible ;
- la base de données touristiques apportée par le ou les acteurs concernés.

Cette solution est diffusée sous forme de licence à la fois technologique et de bases de données images auprès d'acteurs des métiers du tourisme.

S'adressant aux acteurs des métiers du tourisme, cette solution-licence présente quatre bénéfiques majeurs :

- personnalisation : par l'ergonomie du site, par l'intégration de la communication particulière de l'acteur, par les bases de données informatives propres à l'acteur ;
- évolutivité : la mise à disposition de la licence prévoit l'intégration de bases de données images de plus en plus précises dans le temps avec une possibilité de mise à jour permanente des bases de données d'information ;
- services : cette solution est génératrice de multiples services : envoi d'images sous forme numérique, cartes satellites de voyages, ... ;
- international : du fait de sa base images mondiale, cette solution a vocation mondiale tant dans l'accès de ses internautes que pour les acteurs concernés.

Cette solution est destinée aux opérateurs nationaux et internationaux qui privilégient, dans leur communication Internet, la dimension géographique de leurs informations ou de leurs offres. Les acteurs, qu'ils soient publics ou privés, qui fédèrent ces offres ou ces informations sont plus particulièrement concernés.

L'offre Pl@nète Tourisme est proposée sur un mode licence, avec des possibilités de services graduelles afin de convenir à des projets de différente ampleur et des acteurs de taille ou de budget différents.

Dans ce cadre, le retour sur investissement pour un acteur est conçu pour ne dépasser en aucun cas 2 ans. Il se mesure, selon les cas, en revenus directs, revenus indirects de type affiliation, revenus promotionnels (coûts de contacts).

M-Sat a bénéficié du soutien financier de l'ANVAR Auvergne, au travers d'une aide à l'innovation et du label EUREKA. Elle est en négociation avancée avec le Comité Départemental du Tourisme du Var.

Visite virtuelle de sites touristiques / Prévisite

Prévisite est un fournisseur de contenu visuel interactif à destination des sites Internet Business to Business et Business to Consumer. Son métier : la production, la diffusion et l'hébergement (en ASP) d'images numériques à 360°, permettant à l'internaute d'effectuer des visites virtuelles panoramiques de lieux et de biens touristiques (appartements, résidences de vacances, salons, hôtels, restaurants,) sans se déplacer.

Elle met à la disposition des acteurs du tourisme des solutions de visites virtuelles à 360° afin d'accroître la visibilité de leurs produits sur Internet, et de doper ainsi efficacement leurs ventes.

La société est présente sur l'ensemble du territoire grâce à son réseau de 10 agences régionales : Caen, Nantes, La Trinité sur Mer, Strasbourg, Annecy, Lyon, Nice, Marseille, Toulouse, Bordeaux.

Quelques références :

Tourisme : Groupe Lucien Barrière, Best Western, Concorde Hôtels, Maeva,...

Institutionnels : CRT PACA, CRT Riviera, CRT Bretagne, OT Paris, St Tropez, St Raphaël,...

Immobilier:Meunier, Capri, Groupe Particulier à Particulier, Groupe Figaro, Agences Guy Hoquet,...

Industrie: Cogema, Peugeot, GE Capital,...

En mars 2001, Prévisite a obtenu le label FCPI de l'ANVAR Ile-de-France.

Tout le Monde en Ballade on line / Geoteka 3D

1 - Descriptif général du projet

Face à l'explosion des loisirs outdoor, le monde de la randonnée on-line propose une multitude de circuits commentés et diffusés par des portails thématiques ou sites institutionnels, des sites associatifs ou personnels.

La Collection Tout le Monde en Balade[®] on line est la rencontre d'un nouveau public, avec des passionnés auteurs de circuits.

Grâce à la Photographie Aérienne 3D, il est possible d'offrir à un très large public, une lecture facile et ludique de tous les Paysages de France, et proposons sous le label, Tout le Monde en Balade[®] on line s'affirme comme est la première Géothèque de vente en ligne de circuits de balades et randonnées illustrés en 3D.

2 – Caractère innovant du projet

- Etat des lieux

Les cartes au 1/ 25.000ème et le contenu topo-guides ne sont accessibles qu'à une clientèle de randonneurs.

La cible grand public « Tout le Monde en Ballade », en dehors des guides et cartes touristiques ou routières, ne dispose pas d'outils de navigation à sa portée, lui permettant de sortir des Sentiers Battus.

- Le positionnement

Pour toucher un plus large public, Mabalade.com est le premier Site d'Editeur spécialisé Rando à publier et vendre pour 2 €, ses itinéraires en ligne. C.A on-line, 15% du C.A. global (3,7 M€)

Les Editions Didier Richard réalisent sur ce site plus de 300.000 visites par mois, dont 70% de Nord-Américains.

Chaque fiche A4 propose une esquisse du Paysage et un descriptif sommaire.

Les sites à contenu Thématique Rando et les Sites Touristiques publient gratuitement pour des « Aficionados », des listes d'itinéraires, décrits, parfois illustrés, renvoyant aux cartes et Topo-Guides du marché.

- L'offre

« Tout le Monde en Ballade » on-line s'est fixé pour objectif :

- * toucher une cible inexploitée ;
- * proposer un rapport qualité/prix exceptionnel ;
- * vendre un savoir-faire unique par ses Cartes 3D ;
- * ouvrir un Marché aux passionnés éditeurs d'un portail Randonnée ;
- * revendre un contenu aux portails loisirs grand public.

3 – Secteurs d'application

La collection « Tout le Monde en Ballade » on-line propose trois niveaux opérationnels :

Pour le Grand Public:

- * donner des outils de navigations accessibles à tous pour sortir en toute sécurité ;
- * acheter en ligne des fiches commentées et illustrées par la carte 3D ludique, précise et accessible à tous.

* acheter les mini-guides 3D diffusés dans des circuits sélectifs et GMS.

Pour les éditeurs de contenu Rando (sites parrains) (randonnées, sorties, tourisme, nature,) :

- * illustrer les sites demandeurs par des Cartes 3D interactives ;
- * faire vendre, de leur site, le contenu itinéraires par des Fiches Balades thématiques personnalisées.

Pour les éditeurs de contenu loisirs (sites affiliés) :

- * présenter un contenu Découverte de la France par les Balades illustrées en 3D de « Tout le Monde en Ballade » on-line, sur affiliation.

4 – La maîtrise d'ouvrage

A l'initiative de Patrice Grimaud, porteur du projet, la société Scarabée Communication, créée récemment, édite et diffuse par son portail GEOTHEKA 3D.COM, des images géographiques 3D pour le grand public et les professionnels.

Patrice Grimaud est l'auteur du Projet « Tout le Monde en Ballade » qui éditera du contenu balade et randonnée, illustré par des Cartes 3D haute définition.

5 - Partenariats

Sur les sites parrains, la présentation des « Pop up Flash » est greffée au contenu déjà en ligne.

Pour les sites affiliés, la Geothèque Tout le Monde en Balade[®] on line propose un accès géographique interactif en 12 régions. Le choix pourra évoluer par des menus thématiques (patrimoine, espaces protégés, lacs, forêts, littoral, massifs, ...L'accès pourra être régional ou national selon le type de portail.

6 –Investissement, financement

- Pour les fiches ballades on line

Une fiche Balade, compris la Carte 3D Interactive revient à 100 €. Chaque réalisation est financée à hauteur de 50 € par le Site Editeur. Le Besoin en Financement pour chaque référence est de 50 €.

Calendrier prévisionnel et Besoin en Financement est pour :
 Octobre 2002 : 2.500 € pour publier 50 références en Novembre 2002.
 Fin Décembre 2002 : 22.500 € pour publier 450 références en Mars 2003.
 Fin Mars 2003 : 25.000 € pour publier 500 Réf. en Juin 2003.
 Soit un Total sur 2003 de 50.000 €
 - Pour les mini-guides 3D

Un Titre Tout le Monde en Balade revient à 5.500 € H.T.

Chaque réalisation est co-financée à 50%. La Part que verse le co-éditeur pour figurer dans la Collection, finance la création de la Maquette et l'Imprimerie, pour 2.750 € H.T. Le besoin en financement pour chaque référence est de 2.750 €.

Le Besoin en Financement est pour 10 titres :
 Décembre 2002 : 27.500 €

Le Besoin en Financement est pour 50 titres :
 Décembre 2002 : 137.500 €

- Les partenariats recherchés

Investisseurs privés (éditeur, diffuseur, capital-Risque).
 Prises de Participation dans le Capital de Scarabée Communication.

7 - Exploitation

- En amont cible BtoB

PACKS on-line à 50 € H.T. :
 Catalogue de 2.000 Références sur 2 ans. (1.000 pour l'Eté 2003)
 soit un C.A. H.t. de 100 K€ H.T.
 PACK Mini-Guides 3D papier à 2.750 €H.T. :

Catalogue de 50 Titres sur 3 ans. (Début de Collection de 10 Titres)
soit un C.A. H.T. de 137,5 K€H.T.

- En aval, cible BtoC

FICHES BALADES à 2 € T.T.C. :

Catalogue de 2.000 Références.

Selon le site de publication, chaque Balade peut être vendue entre 200 et 1.000 exemplaires par An.

En moyenne sur 40 Sites parrains et affiliés, chaque Titre peut être vendu autour de 750 exemplaires, pour un C.A. T.T.C. de 3.000 K€.

Soit un C.A. de 2.500 K€ H.T.

Mini-Guides 3D à 7 € T.T.C.:

Chaque Titre peut être vendu entre 2 et 3.000 exemplaires, pour un C.A. H.T. entre 700 et 1050 K€ T.T.C.

soit un C.A. HT. entre 663 et 995 K€ T.T.C.

Total C.A. H.t. sur 2 ans : autour de 3.400 K€

8 – Stratégie commerciale

- L'état d'avancement du projet

La proposition éditoriale est prête. Les négociations pour les droits images photo aérienne sont en phase finale. Le site propose une nouvelle version, prête pour l'automne 2002. Le recrutement des auteurs, sites éditeurs et affiliés est en cours.

- Prochaines phases et calendrier de montage

* Mi-octobre 2002 : Lancement de nouvelle version de GEOTHEKA3D.COM et annonce du portail « Tout le Monde en Ballade » on-line.

Parallèlement, premiers accords, création des premières fiches Balade.

* En novembre 2002, publication des 50 premières références sur les sites parrains et la Boutique.

Recherche de financements en cours, pour la création des 2.000 titres on-line et de 15 Titres au format mini-guides 3D, sur 2 ans.

Proposition du catalogue aux sites affiliés.

9 – Conditions de réussite

Bien que procédant d'une initiative privée, « Tout le Monde en Ballade » répond par son caractère innovant à une nouvelle demande du plus large Public, en proposant des solutions graphiques pertinentes, avec un modèle économique avantageux pour les professionnels de l'édition web, papier et les métiers de la promotion touristique.

Visite virtuelle de sites / International Virtual Tour

La société IVT est spécialisée dans l'élaboration et la vente de système de visualisation et de fabrication de bases de données géographiques tridimensionnelles.

Elle est capable de modéliser de manière automatique des territoires sans limitation de taille. Après avoir modélisé Rennes en 1999 (disponible en CD-Rom), IVT a modélisé, Paris, Nantes, Strasbourg, Nice, Lyon, Toulouse, Metz, Monaco, St-Ouen, Issy les Moulineaux, La Rochelle, Bruxelles et Alexandrie.

IVT modélise également des territoires plus importants que les villes. Deux départements sont déjà disponibles : les Côtes d'Armor et la Drôme.

Projet Business Unit On line Solutions de Realviz

Realviz présente propose des solutions de panoramas et de visites virtuelles en mode ASP. Les facteurs-clé de succès de cette solution sont, entre autres, sa simplicité d'utilisation, et son automatisme.

Projet Machomedia Interactiv

Panoramas virtuels de lieux touristiques

Néoxy

Fondée en février 2000, cette entreprise réalise des images immersives, et des images immersives, pour la communication, le tourisme, et le commerce. Le système a été développé par des chercheurs dans le cadre de l'incubateur de l'INRIA Lorraine et de Loria (Laboratoire lorrain de recherche en informatique et ses applications).

Néoxy a réalisé la maquette de du château de Lunéville en réalité virtuelle.

« Groommy »/ Travel Assistant

La société Travel Assistant, filiale de ST Ingénierie, développe le projet « Groommy™ » qui vise à offrir aux clientèles d'affaires et de loisirs des services, grâce à un parc de terminaux interactifs situés dans les halls et lieux de passage de ces hôtels : information générale, locale et événementielle, information spécialisée : restauration, spectacles, loisirs, vie pratique... et accès à des services d'achat en ligne.

Une messagerie gratuite est également proposée, permettant en outre d'accéder à son mél personnel.

Une dizaine d'hôtels parisiens indépendants et appartenant à des chaînes intégrées et volontaires testent actuellement ce dispositif.

Ce projet a bénéficié du soutien de l'ANVAR Ile-de-France Ouest.

En dehors des hôtels qui accueillent déjà un Groommy, deux programmes sont en cours de réalisation avec la Région Picardie, et le Conseil Général des Alpes de Haute Provence.

Projet de Groomm en réalité virtuelle / France Télécom

France Télécom étudie la réalisation d'un groom d'accueil qui serait installé dans les halls d'entrée, et ferait appel à la technologie de l'imagerie virtuelle.

Un personnage apparaîtrait sur un écran vertical situé à proximité du desk de réception, et serait capable d'apporter de l'information d'accueil.

Net4Ski

Créé en 1999 le site Net4Ski.com, enseigne commercialisée par Net4Immo propose une offre très importante d'appartements et chalets dans les stations de montagne : 3 000 propriétaires indépendants, et 6 000 locations par les professionnels (agences immobilières, hôtels et résidences).

Net4Ski apporte a priori une solution nouvelle à la réduction du problème des « volets clos » dans les stations de sports d'hiver, et à la mise en marché des stocks proposés par les loueurs professionnels.

La chaîne de réservation dans le domaine de la location saisonnière dans les stations de sports d'hiver s'avère particulièrement éclatée et complexe pour les loueurs et les distributeurs, et laisse apparaître de nombreux « maillons faibles » :

- une agence immobilière, ou une résidence de tourisme, propose les biens dont elle assure la gestion locative à des distributeurs : centrale de destination, voyageur, site Internet, etc. ;
- une réservation effectuée par elle-même l'oblige à informer tous ses distributeurs, avec des moyens diversifiés : minitel, téléphone, fax, Internet, etc. ;
- une réservation effectuée par un distributeur l'oblige à interroger le loueur avant de pouvoir confirmer à son client la disponibilité ou non du bien convoité.

Force est d'ailleurs de constater que peu de loueurs professionnels ou occasionnels semblent reliés informatiquement à la centrale de destination de leur station, à leurs revendeurs, même si on enregistre des situations très différentes selon les stations.

Un tel fonctionnement n'est plus adapté aux méthodes modernes de commercialisation et aux attentes des consommateurs et des opérateurs qui exigent une réactivité immédiate et 24h/24.

Le site de Net4Ski a été confronté, comme tous les autres opérateurs et distributeurs de sports d'hiver, à la non centralisation des stocks en temps réel.

Le projet de Net4Immo vise à développer un logiciel d'interconnexion d'un nouveau type simple et efficace: WinMajic destinée aux agences immobilières des stations touristiques, aux loueurs individuels, et aux opérateurs et distributeurs.

La société a déjà réalisé un prototype de la version de base aux fonctionnalités réduites, mais le nouveau logiciel présentera l'avantage d'être ouvert, et de permettre l'interconnexion de tous les acteurs qui souhaiteraient bénéficier de l'information en temps réel sur les stocks.

La plupart des 60 loueurs professionnels sous contrat avec Net4Immo souhaitent s'équiper de ce logiciel, en complément aux autres canaux de distribution utilisés.

Plusieurs stations (Tignes, Alpes d'Huez...) et même des départements souhaitent le mettre en place au plus tôt, et inciter l'ensemble des loueurs de leurs stations à l'utiliser.

Le logiciel se présentera sous forme d'un tableau mural, pour ne pas perturber le fonctionnement habituel des agences immobilières. Les mouvements sur le planning se feront par un simple clic sur l'appartement choisi, et l'introduction de la fiche-statut adaptée. Cette information sera ensuite transmise via internet à l'ensemble des opérateurs et distributeurs en temps réel. A l'inverse, un distributeur effectuant une réservation déclenchera l'activation d'une fiche-statut sur le planning mural du loueur, l'information sur l'indisponibilité des locations sera relayée aux autres distributeurs.

D'autres fonctionnalités pourraient être développées ultérieurement pour enrichir le tableau mural et le rendre plus attractif auprès des loueurs : choix des canaux de distribution, location en demi-séjour, impression du planning, gestion des allotements...

Net4Ski a aujourd'hui réussi à rassembler un « stock réel » très important d'appartements et chalets disponible à la location dans les stations de ski françaises. Au delà du stock « professionnel » courtisé par tous les revendeurs de vacances à la montagne, les propriétaires indépendants aspirant à louer plus longtemps constitue un potentiel important.

Net4Ski a déjà soulevé l'intérêt de plusieurs distributeurs renommés comme Wanadoo, Lastminute/Dégriftour, Libertin,....

La société ambitionne de devenir la première place de marché dans le domaine de la location saisonnière à la montagne (et demain dans d'autres destinations), et s'est fixée pour principales priorités de :

- poursuivre le développement de son logiciel ouvert à tous les distributeurs ;
- favoriser l'interconnexion des loueurs à sa centrale de réservation ;
- étudier l'interconnexion entre le logiciel WinMajic et les logiciels d'agences immobilières ;
- déployer largement ses solutions logicielles en partenariat avec la société Soprane, dont la technologie a été retenue par France Télécom pour son futur portail tourisme.

Carte d'Hôte

La société Cartedhote.net a été créée conjointement par les sociétés Architecture et Territoire et Business&Décision en juillet 2001.

Le projet cartedhote.net vise à offrir, à partir de la reprise de la commercialisation de l'installation de cartes d'hôte, des outils technologiques supplémentaires (logiciel de

gestion de la taxe de séjour, intranet du groupe de projet), des outils facilitant l'exploitation (observatoire de la fréquentation), et un portail B to B pour accéder à ces services.

L'offre actuelle sera industrialisée pour faciliter son intégration et son exploitation dans les offices de tourisme et chez les logeurs, et proposer de nouveaux services aux opérateurs touristiques et aux clientèles internautes.

L'évolution technologique de l'outil visera à renforcer son action au service du partenariat local. Les solutions logicielles et de mise en réseau (intranet) tenteront de répondre aux besoins, non encore satisfaits, d'une connaissance partagée de l'activité économique (observation touristique) et des clients (CRM).

Ces technologies doivent également permettre de satisfaire les besoins individuels de chaque acteur local – notamment les logeurs - au service du développement de sa propre activité économique.

Le projet d'innovation de Cartedhote.net a pour objet de finaliser le développement et d'industrialiser la plate-forme fédératrice des opérateurs touristiques, qui sera structurée autour :

- * d'un intranet et d'un portail d'accès ;
- * d'une base de données unique ;
- * de fonctionnalités de e-commerce constituées d'une plate-forme informatique pour la gestion des processus de traitement des flux d'informations, des flux physiques et financiers.

Rappel est fait que le concept de la carte d'hôte avait été développé dès 1997 par Architecture et Territoire. Il s'agissait de répondre à un besoin de recettes nouvelles pour les collectivités locales de stations touristiques en créant une situation de « gouvernance » avec les acteurs professionnels locaux, et une relation de qualité avec les touristes.

Le chiffre d'affaires généré entre 1997 et 2001 a été de 5 MF pour un total de 38 territoires équipés.

En 2000, Architecture et Territoire a compris qu'il était nécessaire de faire évoluer le concept, notamment pour disposer d'une meilleure connaissance de la fréquentation, et automatiser en partie les processus qui génèrent beaucoup de documents papier.

Lors du Salon de la Montagne 2000 une carte d'hôte version réseau a été présentée, et Architecture & Territoire s'est attaché à rechercher des partenaires compétents en CRM et en E-business, et s'est ainsi rapproché de Business&Décision.

La société Cartedhote.net recherche des partenariats, d'où la collaboration forte engagée avec @linto, la Caisse d'Epargne des Alpes, EDF, France Télécom, Net4ski, Soprane, Sistec, Alpes, Xerox, et bénéficie du soutien du Conseil Régional de Rhône-Alpes.

Le projet a bénéficié du soutien financier de l'ANVAR Rhône-Alpes.

Vidéo Park

Cette société étudie l'implantation de robots qui permettraient de filmer les visiteurs dans un parc de loisirs, et à qui l'on remettra à la fin de la journée une cassette vidéo ou un DVD Souvenir de leur journée.

Une maquette a déjà été réalisée pour le karting de Saran, et des négociations sont en cours avec le Parc Astérix, et l'Ecole de Pilotage de Jean Pierre Beltoise.

Ce projet a bénéficié du soutien de l'ANVAR Centre Val de Loire.

Projet « Rent a Tant » de location de matériel de camping

« Rent a Tant » propose la location de matériel de camping sur Internet (tentes, tables, chaises, matelas, vaisselle).

Le matériel au détail ou en kit tout compris est disponible après réservation dans une agence ou livré à domicile.

Troc vacances

Trocvacances met en relation directe des familles souhaitant échanger leurs résidences pour des séjours touristiques.

Pour ce faire Trocvacances a mis en place un site web abritant des bases de données permettant le rapprochement de l'offre et de la demande.

Ces bases de données contiennent des formulaires de description extrêmement précis remplis par les candidats à l'échange.

Avant de mettre les offres en ligne, Troc Vacances s'est assuré de son mieux de l'exactitude des descriptions en se faisant communiquer des photos et des attestations de propriété ou de location.

Pour parfaire la sécurité des internautes, Trocvacances a mis en place les mesures suivantes :

- contrat d'assurances de Fianet du Groupe AXA
- garantie de remboursement si l'une quelconque des prestations, mal présentée ou mal comprise rendait impossible la conclusion de l'échange. Les remboursements seront effectués par virement après communication des informations bancaires par mail.
- autre garantie de remboursement : pour réaliser un échange, chacun des partenaires paye des honoraires à Trocvacances.

Thalwin/ Thalatel

Thalatel constitue aujourd'hui le leader français de la réservation dans les secteurs de la thalassothérapie et de la remise en forme, avec 10% de parts de marché.

Le projet Thawin développé par Thalatel vise à créer un nouveau système de réservation intégrant un portail Internet, une centrale de réservation en ligne multi-thématique, et un call center dédié dans les secteurs suivants :

- thalassothérapie (déjà largement maîtrisée par le promoteur du projet) ;
 - golf ;
 - parcs de loisirs ;
 - complexes hébergement-loisirs ;
 - chaînes d'hébergement intégrées ou volontaires,...
- en France, mais aussi à l'étranger.

Il se situe à l'interface d'une nouvelle « chaîne de services » : site Internet, centrale de réservation en ligne, call center, et agence de voyages, et de marchés en croissance : thalassothérapie, golf, parcs de loisirs, et complexes hébergement-loisirs.

L'ambition affichée par Thalatel est de devenir rapidement leader dans le marché de la réservation en ligne des cures de thalassothérapie en Europe et dans le monde, en captant environ 10 à 15 % du marché européen, et en prenant de nouvelles parts de marché en Amérique du Nord et en Asie.

La société a bénéficié de l'aide de l'ANVAR Aquitaine, de la Région Aquitaine, et du Conseil Général des Pyrénées Atlantiques.

Projet « Tip Top Trip » / Best Off Tour SA

Il s'agit d'un dispositif d'assistance aux déplacements touristiques facilitant le choix d'une destination, et la construction du voyage qui s'y rapporte, à partir du profil, des souhaits et des centres d'intérêt des touristes.

Le système breveté allie télécommunication, internet et électronique, et s'adresse aux principaux groupes du secteur du tourisme, aux fabricants de GPS et constructeurs automobiles ainsi qu'aux sociétés de télécoms.

La société, en phase d'incubation avec CREALYS, a reçu le prix de l'Innovation Tourism@ 2002 récompensant le meilleur projet innovant dans l'utilisation des nouvelles technologies pour les métiers du tourisme. Elle a signé des partenariats avec Navtech (n°1 mondial des bases de données cartographiques), France Télécom, Claritas, le CRT Rhône Alpes, divers labos de recherche,...

La société a bénéficié de l'aide de l'ANVAR Rhône-Alpes.

Travel Santé / Easy Travel

L'entreprise Easy Travel, éditrice du site, est le premier éditeur électronique français spécialisé dans l'information santé pour les voyageurs.

La base de données qu'elle a développée comprend, pour plus de 200 destinations à travers le monde, les informations vaccinales, l'état sanitaire de la zone géographique

concernée, les coordonnées des urgences, des hôpitaux, des pharmaciens, et des médecins francophones par spécialité, pouvant être consultés sur place en cas de nécessité.

Une rubrique « dernière minute » informe en outre en temps réel, pour chaque destination, des risques sanitaires (émergence d'une maladie, épidémie), climatiques (catastrophes naturelles, cyclones) et politiques (insurrection, coup d'État).

Ces données, remises très régulièrement à jour (notamment en raison de l'évolution permanente des zones de chloroquinorésistance au paludisme) et validées par le recoupement de sources d'information reconnues (relevé épidémiologique hebdomadaire de l'OMS, ministère des Affaires Étrangères, consulats français à l'étranger, ONG, publications internationales telles que Promedmail.org) sont agrégées par destination et disponibles sous la forme de fiches au format A4, facilement imprimables et prêtes à être emportées par le voyageur.

Elles seront à terme disponibles en cinq langues pour répondre aux besoins d'une clientèle internationale. Les fiches travelsante.com constituent ainsi un support d'information santé ergonomique et pratique indispensable pour la préparation et l'accomplissement d'un voyage à l'étranger, pouvant faire l'objet d'une diffusion selon deux modes :

- Le mode en PULL par lequel l'information est consultée à l'initiative du voyageur sur des sites ou des services d'information qu'il interroge lorsqu'il prépare son voyage.
- Le mode en PUSH par lequel l'information est diffusée conjointement avec le titre de transport grâce à sa présence chez les distributeurs de voyages ou son intégration dans leurs systèmes informatiques.

La société a bénéficié de l'aide de l'ANVAR Ile-de-France.

Projet Modul'Pro de Aquitaine Concept Tout Terrain

Au delà d'un simple véhicule, le concept Module4x4 Tout Terrain cultive sa différence en rendant la liberté de déplacement en milieu naturel à toute personne en roulant manuel à mobilité réduite.

II 4 – Innovation dans la chaîne logistique et le back office

L'innovation dans la chaîne logistique et le back office recouvre une grande diversité d'applications : système des réservation et de gestion des disponibilités, accès à des logiciels en mode ASP, technologies permettant de produire des carnets de voyages, envois de brochures automatiquement, automatisation du processus de vente (e-ticket), automatisation des relations avec les fournisseurs, factoring,

Les dix premières entreprises privées de tourisme citées ci-dessous ont également mis en place des systèmes innovants de gestion de l'information (Extraits du supplément Technologies et productivité, Tour Hebdo, 5 juillet 2002).

Exemples d'application

Conso Plus/ Kuoni

Les formulaires de satisfaction pour les agences de voyage et les clients finaux peuvent se remplir en ligne. Le logiciel de CRM (Customer Relationship Management) « Conso Plus » permet de gérer plus rapidement les réclamations et de repérer plus vite les dysfonctionnements.

Par ailleurs, au lieu d'envoyer les brochures, ce qui est en général trop lent donc incite les agents de voyage à en commander trop, Kuoni a externalisé ce service avec Logimail. C'est un gain de productivité et d'efficacité pour le tour-opérateur comme pour l'agence, qui permet également de suivre très facilement les envois de brochures par points de vente.

Amplitude

Le système d'information peut lancer une promotion et la mettre en ligne en une quart d'heure. Elle est immédiatement intégrée dans le back office des partenaires distributeurs, avant même que leurs sites web ne la présentent.

Intranet / Nouvelles Frontières

Pour constituer les carnets de voyage, 1500 postes en agences accèdent à un intranet documentaires (fiches produits, sites web sélectionnés, magazine...). En août 2002, Nouvelles Frontières a lancé ses brochures hiver 2002 – 2003 sur CD-Rom distribuées gratuitement à 1000 exemplaires pour ce premier test qui doit permettre de mesurer une économie de catalogues papier.

Hôtel Discount

La réservation et le traitement comptable sont complètement automatisés. Les agents de voyage réservent pour le compte de leurs clients (avec la carte bancaire du client ou de l'agence) sur le site web d'hôtel Discount et reçoivent ensuite leur chèque de commissionnement. Les confirmations sont envoyées automatiquement par email mais l'activité hôtelière ne nécessite pas l'envoi de voucher ou de bon d'inscription.

Remplissage de questionnaires satisfaction en ligne / Voyages Loisirs / Groupe France Loisirs

Début 2003, les questionnaires de satisfaction seront remplis en ligne. Cela permettra de supprimer les coûts de traitement du prestataire externe et de les traiter plus rapidement. Ces informations alimenteront la base de données clients et aideront à déterminer les profils de « clients satisfaits » donc susceptibles de favoriser le « marketing viral » (parrainage de nouveaux clients).

Les ventes sur internet à partir des sept sites web différents et en trois langues sont complètement automatisées. Le client choisit et achète lui-même en temps réel, ce qui vient diminuer l'état des stocks. Une facture et un bon d'échange sont automatiquement générés. Seule la mise sous plis se fait manuellement. Les gains de productivité permettent d'accroître sensiblement la rentabilité des ventes en ligne (elles représentent 15 % du chiffre d'affaires) par rapport aux autres canaux de distribution.

Logimail / Look Voyages

Les brochures ont connu un effort constant d'optimisation. Leur envoi a été externalisé chez Logimail. Des règles de dotation automatique pour les points de vente ont été définies. Logimail contacte Look Voyages uniquement pour les cas particuliers.

Automatisation de la création de carnets de voyages / Etapes Nouvelles

200 000 carnets de voyage par an sont produits à la chaîne avec une machine spéciale de 8 mètres de long. Le coût unitaire est passé de 5 € à 1. Le service occupait douze personnes à plein temps, il n'y a plus que deux.

Présentation en ligne / Travelprice

Pour réaliser des gains de productivité, Travelprice a mis en place un outil informatique permettant aux fournisseurs de présenter directement leurs produits dans le back office et sur le site Travelprice. Les ventes sont ainsi plus faciles, plus importantes et sans sources d'erreurs possibles.

Holiday Autos

Depuis février 2002, une plate-forme web permet à tous les collaborateurs de l'entreprise d'accéder à l'ensemble des outils d'information et de réservation avec un navigateur web. Un seul outil, un seul format pour tout faire, c'est un gain de productivité et un confort de travail colossal.

Avant, il fallait permuter d'un système à l'autre et interroger chaque modèle de véhicule pour connaître les tarifs. Désormais, tout s'affiche de façon conviviale sur une seule page à partir de laquelle on expédie indifféremment les documents (facture, relevé de compte, etc.) sous forme de fax ou de courriers électroniques. »

L'accès pro pour les agences a permis de réduire à zéro les sources d'erreur et les délais d'attente. L'intégration du moteur de réservation sur les sites des agences en ligne est également un gain de productivité majeur puisque cela réduit considérablement les échanges manuels entre les agences ou les tour-opérateurs et Holidays Autos.

Broadvision / Club Méditerranée

La technologie Broadvision a permis de construire des modèles de pages pour développer des sites étrangers et thématiques sans générer de coûts techniques supplémentaires. Les onze sites en quatre langues sont de plus en plus riches, de plus en plus personnalisés mais à coût constant. Le coût d'acquisition de l'outil technique est élevé mais les économies d'échelle sont ensuite importantes. Les ventes en ligne actuelles se font à coût marginal très faible.

Fastrack Réseau / Travelsoft

Créé en avril 2000 à Paris, Travelsoft est une entreprise d'édition de logiciels spécialisée dans le domaine du tourisme et des voyages.

Le projet Fastrack vise à augmenter le taux de conversion des sites de vente de voyages en construisant les infrastructures logicielles et matérielles qui permettront d'accélérer sensiblement les temps de réponse lors des processus de réservation/commande de voyages.

Ces temps moyens peuvent atteindre aujourd'hui plusieurs dizaines de secondes. Il s'agit de les ramener à quelques secondes seulement.

L'approche prend en considération ici les temps de réponse complets, c'est à dire tels que constatés par les internautes. Il faut donc tenir compte de l'ensemble des segments composant les requêtes et leurs réponses, y compris celui entre les fournisseurs d'accès et les internautes.

Les autres segments proviennent d'environnements distribués qui permettent d'apporter les contenus des produits et des services de voyages : il s'agit de base de données distribuées, et du système de réservation de produits secs Amadeus (GDS).

Deux types de produits de voyages sont à prendre en compte dans le projet, chacun ayant des processus de vente différents :

- les produits « secs » (vols, chambres d'hôtels, locations de voitures) ou leur combinatoire (forfaits à la carte) ;
- les forfaits pré-établis (séjours, circuits, packages).

Cette distinction correspond à la distinction dans les outils de distribution de ces produits, les premiers étant distribués par des outils de type GDS, les seconds étant distribués par des outils plus classiques qui n'ont pas comme impératif de consolider les inventaires de différents fournisseurs en temps réel.

Dans les deux cas, de forts volumes de données transitent sur le réseau pour permettre aux internautes de consulter et de choisir les produits. Les étapes suivantes

dans le processus de vente sont moins coûteuses en terme de transit mais sont très coûteuses en temps de calcul puisqu'il s'agit de vérifier les disponibilités des produits dans un environnement décentralisé.

Pour chacun des deux types de produits précités (produits secs et forfaits), le projet apportera une réponse adaptée, en fonction des contraintes propres et des spécificités techniques de ces deux marchés.

Compte tenu de deux caractéristiques - environnement hautement distribué (décentralisé) en raison de multiples fournisseurs de services (produits de voyage et FAI) d'une part, et processus de vente fortement transactionnels, contenant des informations très volatiles d'autre part – le projet requiert de mettre en œuvre des infrastructures logicielles et matérielles innovantes afin d'arriver au résultat escompté.

NavigRes/ RésHos

Créée en janvier 2001, la Société RésHos ResHos (Reservation Solutions for the Hospitality Industry) est une SSII spécialisée dans la fourniture de technologie de réservation en ligne.

Elle a élaboré un logiciel qui permet de gérer et de consolider tous les canaux de distribution d'un hôtel ou d'un restaurant. Le logiciel s'intègre au site internet de l'entreprise et aux outils informatiques de gestion existants.

La société a annoncé le lancement sur le marché d'un Front-Office et d'un Point de Vente utilisant la technologie Application Service Provider.

La société propose désormais un Front Office et Point de Vente/Gestion des stocks qui reposent sur une technologie Client/Serveur distant. Ainsi l'établissement utilisant cette solution travaillera sur une interface graphique depuis son PC sans aucune installation lourde. Dans le cadre d'un petit groupe d'hôtels, cela permet de déployer la solution sur tous les hôtels en quelques minutes avec des fonctions avancées de centralisations de la réservation et du planning.

Outre des fonctionnalités classiques de réservation, check-in, check-out, en passant par la gestion du cardex, du planning, des arrhes, des débiteurs divers, des statistiques, des stocks et bien d'autres, FrontRes et RestoRes permettent la distribution électronique de disponibilités à des partenaires et la réservation publique et professionnelle, en-ligne, de chambres et de tables de restaurant.

La stratégie de RésHos est de devenir un des acteurs de l'édition de logiciels de réservation dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration :

- intégration de la solution NavigRes dans les PMS du marché (outil de gestion informatique) ;
- connexion aux grands distributeurs en ligne ;
- développement de solutions CRS pour les restaurants (outils de - gestion enligne pour les centres d'appel et de réservation) ;
- commercialisation de NavigRes sous forme ASP (location applicative).

Cette société a sollicité le soutien de l'ANVAR Ile-de-France Ouest.

Projet e-procurement de Net System

Créée en 1997, la société Net System intervient régulièrement pour le Groupe Accor, et a développé de nombreux outils métier, notamment pour la filière restauration des marques Novotel, Mercure, Sofitel et Ibis.

L'idée de F&Bemarket est ainsi née d'un projet intranet qui a débuté chez Accor en 1998.

Ce projet nommé « Regal » visant à améliorer la qualité des matières premières alimentaires et à développer la productivité des collaborateurs rencontra un grand succès. L'intranet « Regal » supporte aujourd'hui les achats alimentaires de la restauration des chaînes hôtelières du Groupe Accor (Novotel, Mercure...).

Cette expérience unique a permis de valider sur le terrain des principes fonctionnels dont les initiateurs du projet se sont ensuite inspirés pour concevoir F&Bemarket.

A la fin de l'année 1999, l'entreprise a lancé un ambitieux programme de R&D pour développer un progiciel intitulé F&Bemarket, dédié au marché de l'hôtellerie et de la restauration de chaînes (600 chaînes et groupes et leurs 5 000 fournisseurs en Europe).

F&Bemarket est un progiciel qui fonctionne en mode intranet et extranet, et remplit deux fonctions principales :

- optimisation des processus d'achat (e-procurement) : base de données articles, tarifs et fournisseurs, commandes électroniques, tableaux de bords achats et approvisionnements en temps réel, gestion de la qualité ;
- management du réseau commercial : gestion des animations commerciales, diffusion des dépêches internes, gestion des procédures d'exploitation, audit interne.

L'e-procurement permet aux entreprises multisites de restauration et d'hôtellerie d'effectuer leurs achats et approvisionnements directement depuis leurs sites Internet. Cette solution facile à mettre en place est à la fois conviviale et génératrice de gains de productivité, et de sécurité.

Le projet a bénéficié du soutien financier de l'ANVAR Ile-de-France.

Projet Web Santana / Canman Informatique

Il s'agit d'une application Business to Business pour autocaristes avec pour objectif la vente en ligne de prestations sur mesure, l'optimisation et la gestion de la relation client, et le développement d'un portail professionnel.

Projet Euroconnect

Cette société propose un système de réservation et de gestion intégrée destinés aux hébergements hôteliers : automatisation de réponses-types incluant un texte pré-formaté avec insertion des variables recueillies via le formulaire de réservation. Le programme est entièrement paramétrable selon les exigences des hôteliers.

Projet Guest in Riviera

Il s'agit d'un logiciel de gestion intégrée pour la diffusion, la vente et le paiement en ligne et en temps réel de l'offre de chambres d'hôte et autres produits d'hébergement.

Projet logiciel de réservation d'hébergement en ligne / I.M.C.N.

L'Internet au service du tourisme d'affaires peut permettre de simplifier les démarches de réservation et d'enregistrement aux congrès et manifestations.

Le participant, via le service d'hébergement on line, peut désormais effectuer sa demande de réservation, choisir et visualiser les disponibilités d'hébergement et s'enregistrer au congrès.

Le service d'hébergement on-line est aussi un puissant outil de gestion des réservations dans les meilleures conditions pour un service optimal auprès des clients.

Projet d'un système de réservation, de gestion et de garantie des paiements producteurs/distributeurs / NetFinances Service

Le projet prévoit de regrouper trois activités d'un même service : producteurs et distributeurs sont installés dans un extranet sécurisé (site internet professionnel non accessible au grand public) :

- le producteur y héberge son offre produits : mise en ligne de son catalogue (tarifs, descriptifs, disponibilités et stocks). Il vend et fournit ainsi directement ses prestations au distributeur ;
- le distributeur recherche dans l'ensemble des catalogues proposés le produit le plus approprié à la demande de son client. Il reçoit, en temps réel, la confirmation de sa commande et la facture ;
- les documents de B to B sont validés irréfutablement par le principe de « signature électronique ».

Le projet vise à garantir les paiements aux producteurs au travers d'une structure d'affacturage partenaire. Il permettra de réguler les trésoreries du producteur et du distributeur et leur apportera un avantage significatif en terme de trésorerie.

Projet Integral Trust

Integral Trust, société européenne, a développé une solution de paiement sécurisé brevetée, pour les achats sur Internet sans transmission des informations financières sur le réseau public.

L'originalité du procédé réside dans l'utilisation du téléphone mobile comme moyen de validation des transactions.

Cette validation est totalement sécurisée et physiquement indépendante du média Internet.

Projet CamptoCamp / OHCEO

L'objectif est de faciliter la pratique des activités sportives et de plein air par l'intermédiaire de solutions liées aux technologies de l'information, et notamment au travers de sites internet communautaires.

OHCEO envisage de réaliser un système d'information géographique interactif dédié aux activités sportives de montagne, avec un topo-guide interactif (descriptif d'itinéraires et de sites de pratique), ainsi qu'un service d'utilité public autour des conditions de courses en montagne (conjointement réalisé avec le SNGM).

Projet PC Away

PC Away propose sa plate-forme de bureau mobile aux chaînes hôtelières et aux compagnies aériennes qui désirent fidéliser leurs clients d'affaires.

Les clients pourront accéder ainsi à leurs données (e-mél, SMS, fichiers, agenda, sites favoris, informations hôtelières, compagnies aériennes, ...), et les partager où qu'ils soient, à partir de tout terminal, et notamment à partir du salon de l'aéroport ou de leur chambre d'hôtel.

Eco-Compteur / Far Ouest

L'Eco-Compteur : un mode original de mesure de la fréquentation d'un site naturel...

L'Eco-Compteur, commercialisé par la société Far-Ouest, permet de mesurer la fréquentation via des dalles acoustiques (pour les lieux publics), des capteurs pyroélectriques (pour les sentiers et chemins) et/ou des bornes pyroélectriques (intérieur).

Ce système permet de préserver les sites naturels et d'analyser leurs fréquentations dans un souci de protection et de valorisation de ces sites. Des paysages prestigieux comme le Puy de Dôme ou le Parc National des Pyrénées en sont aujourd'hui équipés.

Fort de son succès, ce système voit ses applications se diversifier vers les monuments historiques, les Parcs et Jardins et les offices de tourisme.

L'équipe travail aujourd'hui sur des projets visant à développer encore ses produits vers des systèmes plus toujours plus innovants et plus efficaces (collecte de données via Palm pilot, tri des fréquentations piétons, vélos, cheval, système identifiant le sens de passage).