

avril 2012

112

ITINÉRANCE DOUCE & tourisme

www.revue-espaces.com

La technologie au service de l'itinérance touristique

ARMELLE LEROUX

Directrice

Expression Nomade

[armelle.leroux@expressionnomade.fr]

En pleine nature, avez-vous déjà croisé un randonneur suivant les indications de son *smartphone* avec GPS ? Et un touriste qui marche en écoutant l'interview "rigolote" d'un patron de bar breton ? Et un aveugle qui apprend à reconnaître les oiseaux grâce à leurs chants ? Et une enfant qui, face à une ancienne bergerie d'altitude, répond à un *quiz* sur les moutons ? Et un Viking du IX^e siècle racontant son épopée aventureuse ? Si oui, vous voyez à quoi peuvent servir les nouvelles technologies nomades dans la découverte des patrimoines naturels et culturels des territoires. Si non, lisez cet article...

NOUVELLES TECHNOLOGIES ? REVENONS EN 1999...

Dès 1999, l'équipe d'Expression Nomade développe ce concept mêlant découverte touristique, technologie GPS et multimédia. Oui, en 1999, la mobilité est l'avenir de l'information touristique !

Résultat, depuis lors, plus de cent parcours de découverte équipés. Et sur ces cent parcours, autant d'usages, de particularités que les territoires de France peuvent en offrir. Parcours pédestre, équestre, VTT, handicapé, enfant, ville, musée, montagne, voiture, littoral et même raquettes... les possibilités offertes par les technologies nomades sont infinies !

En 2000, pour inventer cet outil de découverte nomade, hautement technologique, l'équipe s'appuie sur la naissance de terminaux équipés de GPS en vue de concevoir les premiers audioguides interactifs et géolocalisés. Ils seront distribués aux Universités d'été du tourisme rural, en 2001, pour présenter le programme et offrir des parcours de visite dans les environs d'Aurillac. Les professionnels du tourisme présents au colloque se montrent curieux et intéressés par ce nouvel outil de découverte. Quelques mois plus tard, lors du Mondial du tourisme à Paris, le grand public manifeste son intérêt pour ce genre d'outil innovant.

La même année, le comité régional du tourisme Paris Île-de-France propose à ses visiteurs de télécharger sur leurs ordinateurs de poche la totalité de leur base de données touristiques :

pEncadré 1

CONTENU DES VISIOGUIDES GPS MAPPEMONDE

- 5 parcours audioguidés par GPS
- 5h de commentaires sonores conviviaux et multilingues (français, anglais, allemand et italien)
- Plus de 700 illustrations (diaporamas, schémas, dessins, photos, vidéos)
- 5 quiz multimédias ludo-pédagogiques
- Encyclopédie patrimoniale multimédia de 200 fiches (faune, flore, artisanat, histoire...)
- Version textes pour les malentendants
- Cartographie IGN au 25/1 000
- 120 lieux géolocalisés
- Version CD-ROM pour les écoles du territoire.

plus de 8 500 fiches de services touristiques illustrées, 2 000 illustrations, des cartographies interactives (plan de métro, plan de paris, carte de l'IDF) accessibles par moteurs de recherche ou par géolocalisation, disponibles en français et en anglais. Une version "enfant" est également proposée. Mais le guide mobile est payant. Et moins de cent téléchargements sont comptabilisés, ce qui est décevant pour la première destination touristique mondiale. Les années suivantes, le modèle payant sera évité pour favoriser systématiquement la promotion gratuite des territoires *via* ce nouveau type de support d'informations.

C'est ce que comprend fort bien le syndicat mixte des Combrailles (Puy-de-Dôme) en proposant gratuitement en ligne sa brochure numérique nomade. D'astucieux partenariats sont montés avec des fournisseurs de contenus qui atti-

rent les internautes : cartographies IGN, bonnes adresses du *Routard* et randonnées Chamina. Résultat : une bonne couverture des médias classiques (presse, télé, radio) et, sur le web, du *buzz* (plus de cinquante sites se font l'écho de la nouvelle). Les "Combrailles en poche" sont téléchargées plus de 8 000 fois. La destination rurale rajeunit son image et se fait connaître de nouvelles populations technophiles...

Un questionnaire en ligne renseigne sur le profil des internautes qui téléchargent le guide mobile. 54 % ne connaissent pas les Combrailles, 86 % ont connu le guide sur le web. Ce qui les intéresse ? Pour 26 %, les cartes et sentiers de randonnée. Et, si on cumule ceux qui sont intéressés par les hébergements, la restauration et les bonnes adresses du *Routard*, on arrive à plus de 45 %.

Si les guides, développés ces années-là pour ordinateur de poche (ou PDA, *Personal Digital Assistant*), présentent une charte graphique attrayante, une utilisation optimale du GPS, des illustrations sonores, des photos, des vidéos..., on ne peut encore parler de réels guides multimédias...

VISIOGUIDES MULTIMÉDIAS ET RANDONNÉE

Il faut attendre 2006 pour que le premier visioguide GPS mobile et multimédia voie le jour. C'est le parc naturel régional du Haut-Jura qui, fort de son rôle d'expérimentateur, s'allie à l'Alto Bellunese en Italie pour faire développer le premier visioguide GPS de randonnée. Cofinancé par le programme de coopération européenne Leader+, le visioguide sort en avril 2006. L'objectif est multiple : sensibiliser le grand public à la protection de l'environnement, tout en le distrayant et en le sécurisant. Résultat : cinq parcours en montagne guident et informent les visiteurs. Des *quiz* interactifs amusants et une riche encyclopédie naturaliste complètent la visite (*cf.* encadré 1).

En France, les visioguides sont disponibles en quatre langues, sur cent vingt machines louées pour cinq euros à la maison du parc et dans les offices du tourisme et, bien sûr, en téléchargement gratuit. Au printemps, nombreuses sont les classes à découvrir ainsi la région.

Et l'été, les touristes en famille sillonnent les sentiers avec leur ordinateur de poche au cou. Une enquête est réalisée. Résultat : 93 % des utilisateurs sont satisfaits de leur découverte. Qu'attendent-ils de ce genre d'outil ? D'abord, une bonne cartographie et ensuite, des contenus ludo-pédagogiques. Et après l'avoir testé, ils sont plus de 90 % à l'avoir trouvé facile à utiliser !

La clé du succès : des parcours bien pensés – de deux à quatre heures de marche, avec un dénivelé doux, accessibles à toute la famille. Le parcours qui a le plus de succès : celui dont le départ se situe au point de distribution principal des visioguides, c'est-à-dire le plus pratique pour les randonneurs. Logique, non ?

L'investissement initial le plus lourd fut l'acquisition des cent vingt machines. Alors, depuis 2006, profitant des capacités mémoire infinies de ces ordinateurs, d'autres acteurs du territoire s'en sont emparés. L'année suivante, un visioguide "neige" est proposé sur un parcours en raquettes des Grandes Traversées du Jura, qui offre de partir à la rencontre de personnalités du territoire : guides de montagne, fromager amoureux de sa production... entre autres visages passionnants et passionnés de ce terroir jurassien.

Et l'année dernière, toujours sur ces mêmes machines, un visioguide *indoor* de l'exposition de la maison du parc est développé pour le public étranger, en particulier dans le cadre de la forte politique de jumelage du Jura. Les délégations étrangères se succédaient en effet à la maison du parc, sans pouvoir profiter des expériences sensorielles et interactives proposées dans l'exposition. Destiné au grand public anglophone et germanique, le guide multimédia propose désormais à celui-ci non seulement la visite de l'exposition, mais également des animations ludiques et des jeux interactifs.

"ÉCO-GUIDES" : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les outils multimédias sont fondés sur la dématérialisation de l'information. Ils permettent donc de limiter l'impact environnemental de l'information sur les sites : réduction-élimination du panneautage et de la maintenance inhérente, limitation des documentations papier..

Mais surtout, ces éco-guides permettent de sensibiliser le grand public à l'environnement. Quand on apprend qu'il y a des plantes carnivores tout près du sentier, les marcheurs savent que, s'ils sortent de ce dernier, ils peuvent les piétiner. Si on connaît tout le soin apporté à la fabrication d'un fromage en AOC, on l'apprécie encore plus. Faune, flore, formation des paysages, "éco-gestes" liés au tourisme, précautions à prendre : l'accent est mis sur le respect des biotopes. On écoute, on regarde, c'est ludo-éducatif, c'est amusant, c'est simple. La mise en place des éco-guides s'inscrit donc de plain-pied dans le cadre du financement des fonds publics européens de type Feder ou Life, pour leur section référencée "sensibilisation à l'environnement" et "accueil des publics".

C'est ainsi qu'une commune à la pointe du développement durable, Loos-en-Gohelle, dans le Nord, choisit de s'équiper de guides GPS multimédias accessibles sur *smartphones*. Un site web mobile est mis en œuvre pour faciliter l'accès à l'information à partir de n'importe quel téléphone équipé d'une connexion 3G. Sur le terrain, des QR codes sont placés aux points d'intérêt. Le visiteur n'a plus qu'à flasher le code et le contenu est immédiatement visible sur son terminal. Une application (Visioguide GPS) dédiée aux Iphone et aux téléphones Android est également réalisée. Grâce au GPS des *smartphones*, sur sept parcours, elle déclenche automatiquement des informations sur le patrimoine historique et minier

de la ville. Un dernier parcours, qualifié de "professionnel", est destiné aux techniciens territoriaux qui viennent régulièrement étudier les innovations de la ville (*éco-construction* et démocratie participative). Une initiative d'innovation citoyenne !

"HANDI-GUIDE" : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE L'ACCESSIBILITÉ

Les possibilités offertes par la technologie font de ces outils nomades d'excellents vecteurs d'information pour les publics déficients. Dès 2006, la version texte du guide du Haut-Jura est donc mise à la disposition des publics sourds et malentendants. Et en 2008, un guide multimédia dédié au public non et malvoyant est conçu pour un espace naturel sensible (ENS) de la communauté d'agglomération Vichy Val d'Allier. En partenariat avec la Ligue pour la protection des oiseaux et Braille & Culture, ce guide d'interprétation sécurise la visite en prévenant les marcheurs des dangers éventuels. Il apprend également à reconnaître les chants des nombreux oiseaux présents sur le site. Cette initiative s'inscrit de plain-pied dans la politique de développement durable de l'entreprise. Le même principe d'autonomie est développé pour les handicapés moteurs, ainsi que pour les sourds et malentendants : lecture à l'écran et guidage boussole-GPS, pochettes scratch spécifiques à fixer sur le fauteuil, etc.

Dernière utilisation des visio-guides, la proposition de parcours guidés en langue des signes. Ainsi, le parc naturel régional du Vexin français a-t-il décidé, en 2011, de proposer une version de son odysée viking en langue des signes.

GPS : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU TOURISME

En 2008, le GPS est le cadeau de Noël le plus fréquent sous le sapin des Français. La tendance est lancée : la géolocalisation est partout ! Avec des visio-guides GPS, vous êtes prévenus d'un danger d'éboulement ou de la présence d'une fourmilière à quelques mètres. Et bien sûr, ils vous indiquent le chemin ! Mais avec un GPS, depuis quelques années, les utilisations touristiques se multiplient...

Les possesseurs de GPS amateurs de randonnée ont pris l'habitude d'utiliser des traces de parcours relevées sur le terrain. Un petit fichier téléchargé, installé sur son propre GPS, et le randonneur est sûr de son chemin. En plus, il peut lire le commentaire d'autres randonneurs et voir ses photos. Ça, c'est le principe du site communautaire, dont le plus connu [www.tracesgps.com] annonçait fièrement en avril 2011 avoir atteint le chiffre de 10 000 randonnées proposées sur son site. Mais il y a bien sûr, à l'échelle européenne, d'autres sites (par exemple, www.routeyou.com), et d'autres encore...

Des territoires proposent également des traces à charger. La Manche⁽¹⁾, par exemple, ou encore l'Aisne⁽²⁾, précurseur en la matière et qui revendique le téléchargement de 5 000 traces en 2010. Elles complètent l'offre classique des "fiches-rando" en PDF, dont le succès ne se dément pas : 50 000 téléchargées l'année dernière. Mais ces traces GPS permettent au département d'avoir une visibilité pour de nouvelles populations, plus technophiles, et de faire du *buzz* sur internet en étant présent sur plusieurs sites communautaires. Un bon axe de communication qui modernise l'image touristique du département !

Une fois ces traces relevées sur le terrain, les territoires peuvent, outre les proposer en téléchargement, les utiliser pour une visualisation sur Google Maps. Elles peuvent ensuite être agrémentées de contenus informatifs et multimédias. Un usage qui se généralise sur les sites

(1) www.manche-tourisme.com/gps/traces.htm

(2) www.randonner.fr

des destinations et qui correspond à la demande croissante concernant la cartographie. Ces traces sont donc intégrées au SIG (système d'information géographique) des territoires, mais elles peuvent également être visualisées sur de la cartographie IGN, des orthophotographies ou des cartographies axonométriques, le tout sur *smartphone*.

TECHNOLOGIE ET JEU SE MÊLENT DE TOURISME

Lancé en 2000 aux États-Unis, le géocaching⁽³⁾ compte aujourd'hui près d'un million de caches dissimulées à travers le monde, dont à peu près 20 000 en France. Mondialement, c'est quatorze millions de pratiquants ! Le principe : cacher une boîte garnie, relever ses coordonnées GPS que l'on fera deviner par une énigme simple. Le but est de faire découvrir les trésors des territoires : un mausolée Art nouveau au cœur du bocage, un hangar à ballons dirigeables de la I^{re} Guerre mondiale ou un cirque naturel creusé dans une falaise. Autant de raisons de faire sortir les géocacheurs des sentiers battus ! De plus en plus de territoires proposent l'aventure car il y a peu d'investissement initial et pas de réelle maintenance : les géocacheurs eux-mêmes remontent les informations sur l'état des caches. Par exemple, le conseil général de la Manche, depuis trois ans, propose sur son site⁽⁴⁾ une cinquantaine de géocaches. Avec succès. Il continue donc d'étouffer son offre.

(3)
www.geocaching.com

Outre le géocaching, les territoires proposent de plus en plus de jeux de découverte. Et là aussi, les nouvelles technologies s'en mêlent ! Les chasses au trésor avec GPS ou *smartphone* se développent. Ainsi, sur la communauté de communes du Bas-Armagnac, depuis 2008, un grand rallye chasse au trésor propose une succession de jeux interactifs multimédias accessibles via des PDA-GPS disponibles gratuitement à l'office de tourisme. Faire le tour du pays, découvrir des trésors cachés du territoire, le tout en s'amusant, en apprenant plein de choses et en rencontrant quelques Gersois passionnés de leur terroir, telle est la proposition du "Ludognac".

(4)
www.manche-tourisme.com/gps/geocaches.htm

Bien d'autres initiatives se répandent aux quatre coins de la France, répondant bien à la demande des touristes que nous interrogeons sur leurs attentes depuis 2001 : le ludo-pédagogique !

LA TECHNOLOGIE SE DÉMOCRATISE

Après le premier bond du GPS en 2007-2008, l'année 2010 apparaît déjà comme l'année de la généralisation des *smartphones*. L'offre d'accès aux informations touristiques évolue donc. Si l'on considère la population générale, on sait que près de *quatre Français sur dix* sont attirés par les produits technologiquement innovants. Par rapport à la population touristique, près de quatorze millions de touristes français sont donc potentiellement attirés par des produits et des services innovants. Et, en premier lieu, par les *smartphones*, bien sûr.

Android, iPhone et Windows Mobile sont les trois systèmes les plus répandus. Et ils offrent de nombreuses applications, dont un certain nombre de guides touristiques. Leur usage se démocratise vraiment avec la simplification de l'installation des dites applications (un simple clic suffit bien souvent).

Même si la pénétration du marché par l'Iphone est considérable, le nombre de terminaux équipés d'Android est aujourd'hui plus important que celui des Iphone. Les meilleures expériences exploitent des applications Iphone ou Android et la mise en œuvre de sites web mobiles spécialement conçus pour adapter les contenus en fonction de chaque terminal. Dans (presque)

Encadré 2

LES NOUVEAUX USAGES INCONTOURNABLES

Flashcodes, QR codes. Ces code-barres permettent d'accéder à des informations mises à disposition sur *smartphones*. Se connecter à un site internet mobile, envoyer un SMS, un MMS ou un email ou encore générer un appel téléphonique, accéder à des contenus multimédias..., voilà le rôle du *flashcode*, simple, direct, rapide et innovant. En France, ce sont près de 10 millions de téléphones qui sont désormais compatibles. Exemples - À Paris, des informations pratiques sont disponibles aux arrêts de bus. À Loos-en-Gohelle, des interviews sont directement accessibles sur téléphone.

Réalité augmentée. Autre innovation technologique incontournable, la réalité augmentée consiste à superposer des éléments virtuels à des éléments réels afin d'enrichir l'environnement physique des visiteurs d'informations virtuelles (images, textes, vidéos...). Répandue sur *smartphones*, la simplicité de la navigation séduit le plus grand nombre. Exemple - Cet été, depuis les sommets autour de la ville de Sète, sur iPhone et Android, les touristes pourront ouvrir une table panoramique virtuelle pour situer le mont Canigou ou, plus près, découvrir en vidéo les modes de pêche pratiqués dans les ports environnants. C'est ça, la réalité augmentée !

tous les cas, lorsqu'il s'agit de contenus d'intérêt culturel, il faut encore aujourd'hui considérer les produits à usage nomade (audiovidéoguides, audioguides, sites web mobiles, flashcodes, etc.) comme des produits à valeur ajoutée principalement qualitative, et non quantitative (cf. encadré 2).



Les "surfeurs" utilisent plusieurs plateformes, de l'ordinateur classique au téléphone portable. Ces plateformes sont d'ailleurs de plus en plus performantes et courantes. Toujours plus interactif, internet entre dans une nouvelle ère participative. Les pages statiques et les sites "vitrines" sont supplantés par des sites dynamiques offrant toujours plus d'interaction avec l'internaute. Grâce aux flux RSS, il est désormais possible de suivre l'actualité d'une destination. Par les réseaux sociaux, l'internaute veille, s'informe et échange toujours davantage. Il se réfère de plus en plus à l'avis de son réseau pour construire son propre point de vue. La technologie évolue, aux destinations de proposer une information répondant à ces nouveaux usages. ○