



MEURTHE ET MOSELLE

Etude de modernisation de la signalisation touristique départementale

NOUVELLES TECHNOLOGIES



INTRODUCTION

1. Attentes face à l'innovation

Considérons l'évolution générale de l'information dans notre société, qui est passée :

- D'une information statique à une information **dynamique**
- D'une information collective à une information **individualisée**
- D'une information générale à une information **géo localisée**
- D'une information papier ou orale à une information **multimédia**

Ces 4 objectifs ne doivent jamais être perdus de vue lors de l'élaboration d'un projet mêlant TIC et tourisme. Ce sont les piliers incontournables du succès. On peut les affiner encore en considérant que les clientèles sont de plus en plus exigeantes et souhaitent :

- Un choix de langues variées (en corrélation avec les cibles clientèles du territoire) ;
- Des contenus ludo-pédagogiques : ça ne doit plus être « ennuyant » ;
- Une technologie humaine, moins difficile d'usage ;
- Une démarche individuelle, efficace, rapide et moderne.

Près de 4 français sur 10 sont attirés par les produits technologiquement innovants. Donc, par rapport à la population touristique, près de 14 millions de touristes français seraient attirés par des produits et des services innovants à base de technologie.

Mais n'oublions pas que « *s'intéresser aux TIC dans la prospective territoriale ne signifie donc pas céder à un quelconque déterminisme technologique, mais enrichir la liste des variables et paramètres qui influent sur l'avenir des territoires* ». ¹

¹ Note DIACT « Enrichir la dimension TIC de la prospective territoriale », 22mars 2006



Etude de l'évolution du développement des nouvelles technologies dans les pratiques de visite culturelle

	Il y a 10 ans	Aujourd'hui s'ajoute:
Guide	<ul style="list-style-type: none">• Guide conférencier• Guide papier	<ul style="list-style-type: none">• Toujours d'actualité mais complété par d'autres services
Audioguide	<ul style="list-style-type: none">• Limité au périmètre de la visite• Limité à un seul itinéraire	<ul style="list-style-type: none">• Éclaté entre plusieurs dispositifs portables (appareil dédié, GPS, lecteurs mp3, iPhone, etc.)• Téléchargement sur place de contenus multimédia chargés sur lecteurs portables• Multimédia, réalité augmentée, images de synthèse, immersions totales• Géolocalisation par GPS• Réception d'informations contextuelles (promotions, informations locales, adresses utiles, etc.)• Encyclopédies en ligne
Connexion	<ul style="list-style-type: none">• Pas de connexion• Rencontres sur le lieu de vacances	<ul style="list-style-type: none">• Messagerie texte, Internet mobile, Wifi• Accès Web au musée ou à l'hôtel• Mise à jour de blogues et publication sur les réseaux sociaux en temps réel (texte, photos, vidéos)• Création de réseaux sociaux thématiques, rencontres en ligne

Source : Visite culturelle et TIC, ATOU FRANCE



2. La mobilité, un enjeu fort

La demande d'information en situation de mobilité correspond aux nouvelles exigences de mobilité que l'on retrouve dans notre société moderne. Les flux, les rythmes de vie, le déploiement de l'aire de déplacement, la fragmentation des temps libres, les prises de décision imprévisibles et opportunistes sont autant de caractéristiques de cette mobilité toujours plus grande.

Pour Claude Bannwarth et Bruno Marlzoff, *«le tourisme n'est qu'une des formes multiples qu'emprunte la mobilité contemporaine. La demande qui en est issue est très composite et le sera de plus en plus, tant au niveau de l'origine des demandeurs que des contenus de leurs demandes.»*
Etude « Mobilité touristique et terminaux nomades », Direction du Tourisme, mars 2005.

Les TIC sont un élément de réponse à ces demandes par toutes les déclinaisons touristiques qu'elles permettent. Mais attention, les TIC ne représentent que des outils mobilisés par des acteurs pour l'élaboration de projets de développement et ne sont pas une solution miracle.

Le développement des applications mobiles (téléphones mobiles et/ou GPS et/ou multimédia) incite un nombre croissant de destinations touristiques à développer des solutions innovantes de découverte. Il est essentiel de réfléchir aux opportunités offertes en matière de développement touristique par ces applications.

- ⇒ Quelques exemples d'applications mobiles utilisées dans le cadre de projets de valorisation touristique, et dont certains sont détaillés dans le document ci-après : *Service de géolocalisation (aides à la visite), offre SMS, terminaux mobiles, visites mp3, audioguides, gps, puces RFID...*

