



L'app «Famille» de ST combine le service et le côté ludique. La sélection des critères rend la forme d'un plateau de jeu.

TpM à Sierre L'innovation au service du tourisme

Le 14e Tourism professional Meeting se déroulera le 6 décembre à la HES-SO Valais de Sierre. L'impact et l'implication des innovations digitales sur le tourisme se situera au centre des discussions avec les conférences de Philipp Ries de Google Suisse, Pascal Bieri de Suisse Tourisme et des prof. Roland Schegg et Michael Fux. L'après-midi, des workshops seront organisés, hotel revue est partenaire de l'événement.

<http://etourism-monitor.ch/tpm>

Elle devrait être lancée début 2014 et inclura quelque 400 hôtels ayant une collaboration marketing avec ST. «L'organisation thématique est le seul moyen selon nous de concurrencer les grands distributeurs - qui eux jouent sur le nombre de références, les prix», note Pascal Bieri.

Le regard tourné vers la Norvège, l'Océanie et le Danemark

Faire sa place dans un monde interconnecté. Suisse Tourisme se considère «bien positionné» en comparaison internationale. «Notre e-marketing et notre site internet se maintiennent dans le top 3 à 5 de l'European Travel Commission ETC.» La Norvège, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Danemark sont ses plus grands concurrents, mais aussi des sources d'inspiration. Comme le franc succès rencontré par cet outil de planification de voyage élaboré par la Nouvelle-Zélande: une application similaire est actuellement à l'étude dans les bureaux de ST.

«Ce n'est pas le tout de créer une application, encore faut-il la vendre, atteindre son public.» D'où le conseil du professionnel aux plus petites destinations: «Mieux vaut commencer par se concentrer sur un site web professionnel. Pour être efficaces, les applications et les réseaux sociaux nécessitent beaucoup de ressources et de moyens financiers.» Le budget annuel du département de e-marketing de Suisse Tourisme s'élève à 3 millions de francs.

Virtuellement suisse

Suisse Tourisme a pris le virage du tourisme numérique depuis plus de dix ans. Le responsable web Pascal Bieri évoque les défis que représentent ces nouveaux supports.

LAETITIA BONGARD

Quelque 26,5 millions de visiteurs l'an dernier sur le site internet myswitzerland.com. Un million de «followers» sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et YouTube. 1,9 million de téléchargements pour l'ensemble de ses applications iOS et Android. Suisse Tourisme (ST) a bâti son empire virtuel en un peu plus de dix ans. «Ces chiffres sont très satisfaisants. Ils signifient que nous tissons environ 70 000 contacts par jour sur notre site web. Autrement dit, 70 000 personnes s'intéressent à notre pays et à notre travail.»

Pascal Bieri, responsable de la production web et de l'extranet chez Suisse Tourisme, a fait de ces chiffres exponentiels le moteur de sa motivation journalière. Il s'exprimera lors du Tourism professional Meeting (TpM) de Sierre à l'occasion d'une conférence sur

les «innovations digitales au service du tourisme suisse» (lire ci-dessus). Petite mise en bouche dans un monde qui n'a de virtuel que le support. Car comme le souligne Pascal Bieri, «des technologies très avancées n'ont de sens que si les atouts touristiques sont réels.»

Applications au service du touriste

Devenus incontournables au niveau touristique, les supports digitaux se mêlent aux notions de service, de confort et d'hospitalité. Pascal Bieri considère les nouvelles technologies comme une vitrine «pour distri-

buer l'information, attirer le client et engendrer du chiffre d'affaires». Pour lui, l'expérience du visiteur débute dès la préparation du voyage, à la maison. «Les applications de ST accordent la priorité au service plutôt qu'au côté ludique», observe Pascal Bieri. Au total, 14 applications pour le système d'exploitation

iOS et 11 pour Android, comprenant dans les deux cas huit applications «villes». L'app «bulletin d'enneigement» fait partie des applications à succès, avec 10 000 utilisateurs par jour en hiver et 500 000 installations.

A l'heure des technologies toujours plus perfectionnées, celle de la réalité augmentée combine le double-avantage d'offrir plus de service et d'expérience. Pour Pascal Bieri «certainement le visage du monde digital de demain». La dernière application de Suisse Tourisme l'exploite pour la première fois, un complé-

ment à sa brochure hivernale 2013/2014. «Swiss Extend» porte bien son nom, des informations supplémentaires sont transmises à chaque fois qu'une page de la brochure est scannée.

Cette technologie constitue aussi un moyen de suivre le visiteur à la trace, d'analyser son comportement. «Les applications nous livrent des chiffres exacts sur les pages consultées, l'heure, le temps que le visiteur y a consacré, les informations recherchées.» Car si les applications ont pour

mission d'informer, elles doivent également inciter à consommer. Pascal Bieri y voit un important potentiel de développement: «La vente en ligne des offres d'hébergement et de transport est bien établie. Mais il est possible d'aller plus loin: en suggérant à l'interne avant son séjour de louer une voiture, un vélo, de réserver une table dans un restaurant.»

La prochaine application de Suisse Tourisme franchira un pas dans cette direction, puisqu'elle répertoriera les hôtels par théma-

Architecture en mode tactile

Toute fraîchement sortie des bureaux de la Société d'histoire de l'art en Suisse (SHAS), avec la complicité de la société locale Gasser Media, l'application «Swiss Art To Go» mise sur les nouvelles technologies pour transmettre la culture, l'art et l'architecture au public. L'application fait appel à la géolocalisation et à la réalité augmentée pour dévoiler ses contenus: 35 000 notices de bâtiments historiques et contemporains répartis sur tout le territoire helvé-

tique. Les contenus sont également disponibles sous forme audio. «La fonction audioguide était déterminante. Lire constitue un obstacle à l'observation du patrimoine bâti», estime Nicole Bauermeister, directrice de la SHAS. Elle avoue n'avoir pas encore pris contact avec les associations touristiques pour relayer ce nouvel outil, mais l'intention existe.

«Faire appel à l'interactivité est un moyen d'évoluer avec son temps, de rendre les contenus

accumulés par la SHAS au fil des ans plus accessibles.» La directrice relève également le caractère ludique que peut susciter la recherche précise d'un bâtiment, selon l'époque, les styles, les caractéristiques ou l'envie d'un itinéraire.

Les notices sont disponibles en français et italien, et dès le printemps en allemand. La traduction anglaise est prévue pour fin 2014. L'app est disponible pour sur les systèmes d'exploitation Android, iOS et Windows. lb

ANNONCE

Économisez avec une buanderie à domicile – moins de deux francs par kilo de linge en moyenne



Les avantages d'une buanderie à domicile:

- Indépendance
- Solution économique
- Rapidité
- Hygiène et désinfection

Ecologiques et intelligentes, avec port USB

Nous vous communiquons avec plaisir et gratuitement vos données personnelles. Il suffit de nous contacter: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen SA
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tél. 0844 880 880, www.schulthess.ch

SCHULTHESS
La lessive. Le savoir-faire



