

Le 22 mars dernier s'est tenu à la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux le salon TEC –Bordeaux, Forum européen des Technologies de l'Entreprise Communicante, qui accueillait cette année le Forum annuel des stratégies du eTourisme (FASET).

Eric Culnaërt, responsable de la veille pour Aquitaine Europe Communication, intervenait dans ce cadre lors d'un atelier consacré aux applications touristiques des technologies de mobilité et de géolocalisation, en compagnie de Jean-Luc Boulin (Mission offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine).

Vous retrouverez ci-dessous ses notes mises à disposition sur le site d'Aquitaine Europe Communication (www.aecom.org) ; celles de Jean-Luc Boulin sont consultables sur le site de la MOPA (www.aquitaine-mopa.fr).

Les chiffres aquitains sont issus du Diagnostic de l'Aquitaine Numérique réalisé chaque année par Aquitaine Europe Communication au titre de ses missions d'observation et d'accompagnement de la société de l'information en Aquitaine.

Notes intervention Eric Culnaërt, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Panorama technologies en mobilité

- Vacancier branché le reste

Entre 95% et 98% des internautes européens possesseurs de mobile l'emportent en vacances

(idem pour iPod et PSP, peut-on parier).

56% à 85% pour PDA

30% à 50% pour ordinateur portable, souvent centrale multimédia

- Equipement tél. mobile

990.8 millions tél. mobiles vendus dans le monde en 2006 (+21.3% par rapp. à 2005 – Gartner)

51.04 millions de Français équipés, soit 80.8% de la population et 74% des foyers (ARCEP)

Aquitaine : équipement mobile : 86% (11-14 ans > 40%, moins de 11 ans < 4%)

- Usages mobiles des Aquitains

Usage fréquent ou occasionnel du SMS : 75% (66% en émission)

Envoi photos : 3% régulièrement, 21% occasionnellement

Consultation service info : 1,5% régulièrement, 9% occasionnellement, 55% équipés

Vidéo sur mobile : 1% ; 18% équipés pour

- Mobiles haut débit

Edge, 3G, 3G+, HSDPA, HSPA

en France, internet = WAP (2e génération) et i-mode, pas grand web

au Japon, 99% des mobiles vendus en 2006 compatibles 3G (50 millions unités/an : cycle de vie de 12 à 18 mois)

- Mobinautes

15 millions d'internautes mobiles fin 2006 (22%) en France (ARCEP)

Aquitaine : internautes mobiles actifs (réguliers & occasionnels) : 9%

14% météo

2% info trafic/itinéraire/plan de ville

4% cinéma, restaurant

6% pages jaunes

internautes/mobinautes : France dans la moyenne européenne à 28 % ; 19 % aux USA (ComScore, 2006)

Notes intervention Eric Culnaërt, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Forum annuel
E-TOURISME
Exposition, conférences,
démonstrations, rendez-vous d'affaires

Jeudi 22 mars 2007
CCI de Bordeaux

ECHANGEUR
Chambre de Commerce
et d'Industrie de Bordeaux
2007 pour entreprises

- Mobiles Bluetooth

40% du parc aujourd'hui, 80% d'ici qq années > puce unique traçable (activé ou non, visible ou non)

- Mobiles GPS

7% des mobiles 3G vendus en 2007, 25% en 2008 (ABI Research)
premiers photophones GPS au catalogue d'Orange cette année, application préinstallée pour Pikeo (upload et géotagging des photos)
les 3 opérateurs mobiles japonais NTT DoCoMo, SoftBank et KDDI : service de géolocalisation par GPS sur l'ensemble de leurs téléphones 3G à compter du mois d'avril. Le Comité des Télécommunications veut équiper la moitié des portables en GPS d'ici 2009 et 90 % dès 2011 (services d'urgence, d'aide à la personne et de surveillance des enfants)
D'ici 4 ou 5 ans, téléphones mobiles et PDA seront massivement équipés de puces GPS

- Mobiles NFC (near field communication, dont RFID) – puce sans contact

Consortium européen pour NFC sur terminal mobile (industriels, universités, utilisateurs)

Pression des opérateurs sur équipementiers pour évolution parc

Au Japon, Felica/Suica – 16 millions de terminaux équipés fin 2006, usage par 12% des mobinautes

Pilote paiement mobile Crédit Mutuel/MVNO NRJ en France à Strasbourg (200 testeurs, 50 commerçants)

marché du paiement sur mobile 10 milliards de dollars en 2010 (Juniper Research)

- QR Code, tag 2D

toute surface imprimable devient interactive (immeuble repeint à 30m de distance)

connu par plus de 90 % des japonais, et 70 % des utilisateurs i-mode ont déjà scanné un code barre 2D

(accès direct internet mobile)

+ reconnaissance image, reconnaissance objet

- VOD via 3G et 3G+, DVB-H

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



- GPS (autonome ou embarqué)

de 200 à 500 euros, voire 1000 euros et plus (1500 euros en 1re monte)
(entre 50 et 150 euros le coût du logiciel, mise à jour GPS voiture entre 150 et 200 euros)

1,23 million de GPS autonomes commercialisés en France en 2006 (GFK)

TomTom leader en Europe (30,5%) : +190% par rapp. 2005 (Canalys)

Moyenne française à 6% (9% dans les foyers équipés en ordi) ; en Aquitaine : 8%

En 2010, 35% des véhicules seront équipés, soit 10 millions en France

- Ordinateur portable

19% des foyers français fin 2006 (GFK-SVM) – contre 8% fin 2004 (INSEE)

54% des ordis vendus en France en 2006 à des particuliers sont des portables, 61% en 2007 (GFK)

- Baladeur MP3

en Aquitaine : 30% des foyers (15-29 ans : 60% – 30-44 ans : 40% – 45-59ans : 30% – 60 ans et plus : 2%)

podcasting

prochaine génération iPod GPS ?

- Console de jeu portable (PSP, Nintendo DS, GameBoy)

14% des foyers français

La PSP2 sera GPS, déjà un accessoire GPS à 50 euros pour la PSP (en japonais)
+ réalité augmentée (Axyz et 3D temps réel)

GPS apporteur d'affaires ? Géolocalisation génératrice de flux de touristes ?

- Recherche et publicité géocontextuelles

France Télécom, Vodafone, Telefonica, Deutsche Telekom, Hutchinson Whampoa, Telecom Italia et Cingular : réflexion pour équiper en série les mobiles avec moteur de recherche propriétaire (liens sponsorisés).

Yahoo (partenariats avec Motorola, Nokia, Samsung, et RIM) : portail mobile Yahoo Go 2.0 avec moteur de recherche enrichi de fonctionnalités de géolocalisation.

Google (Motorola, Sony Ericsson, Blackberry et BenQ) page d'accueil personnalisable dédiée au mobile, moteur de recherche, Google Maps + couponing sur Google Maps

Notes intervention Eric Culnaërt, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Microsoft cible constructeurs (Nokia) mais aussi opérateurs (Bouygues Telecom : sur i-mode, Live Search avec partage des revenus publicitaires).
Selon Sergey Brin, cofondateur Google : en 2016 plus de recherches locales sur mobile que sur PC
taxis, fast-foods, restaurants, hôtels, cinémas : recherches effectuées depuis un portable multipliées par dix entre 2005 et 2006 (Mobile Search Trends 2006)

- Plateformes de contenus

Webraska, navigation GPS sur mobiles : plateforme de contenu baptisée Inuk permet d'intégrer, de localiser, de gérer et de partager des bases de contenu (radars, zones accidentogènes).

approche communautaire (+ indexation spatiale en temps réel) : ouvert aux opérateurs de services, aux fournisseurs de contenus, aux entreprises, ainsi qu'aux utilisateurs.

1 million utilisateurs TomTom Home

- Synergie avec carto en ligne

Mappy (filiale du groupe Pages Jaunes, 7,5 millions d'utilisateurs en ligne par mois, Nielsen NetRatings) et Viamichelin : GPS autonomes avec interactions portail web, déclinaison smartphone pour Mappy.

GPS autonome Mappy ITI en vente depuis le 10 janvier, 350 euros, capable de récupérer info compte « Mappy moi »

Google Maps, 3^e service en France (2,6 millions de visiteurs uniques par mois) : possibilité créer gratuitement des points d'intérêts avec support des photos (menus restaurants, photos chambres d'hôtels).

alliance avec Volkswagen pour développer système de navigation GPS basé sur Google Earth (cf. GE Data)

- Synergie avec annonceurs

Partenariat entre TomTom et chaînes restauration rapide (Dunkin' Donuts) : alerte proximité, promotions spéciales, après téléchargement par utilisateur
Garmin, 1^{er} fabricant US : partenariat pour qu'utilisateurs Garmin Nüvi GPS puissent s'abonner à 45 000 offres spéciales (depuis des glaces dans la chaîne Cold Stone Creamery à des chaussures chez Athlete's Foot).

40 euros par an pour un guide numérique des bonnes affaires (cherchable)

associé à une carte de réduction (magasins Eddie Bauer, GNC et Supercuts)

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Info touristique sur mobile

Réel augmenté et communicant

- Bornes Bluetooth

entre 500 et 700 euros à l'achat, 50 euros par mois en location, engagement de six mois

compte gestion via internet (planifier et suivi des campagnes) : 300 euros HT par mois, plus 100 euros/mois par borne.

OT de Morzine (BlueVox) jusqu'à 4/5000 visiteurs/jour, la borne détecte dans les 500 téléphones activés par jour et une cinquantaine de téléchargements ; taux de téléchargement de 15% et 20%, en hausse sur 2006

Mais aussi Kameleon, Embedia

UGC des Halles ou de La Défense : recevoir programmes et mise en relation site réservation UGC Prompto.

Vitrine communicante (téléchargement extrait CD Patrick Bruel chez Orange La Madeleine, Virgin et bande annonce film Bronzés 3).

JC Decaux partenariat INRIA pour mobilier communicant, Viacom outdoor fait de même.

Couplage avec PLV pour suivi des flux, discrimination des sexes aux toilettes.

- Tags 2D

Musée des Arts et Métiers, Paris : accès à contenu multimédia relatifs aux pièces exposées en photographiant code barre 2D du présentoir (envoi numéro non surtaxé)

mobiles compatibles envoi MMS, capteur photo de 640x480 pixels au minimum, service réservé abonnés Orange (pilote France Telecom fini le 5 mars)

- Ubiquitous project

10 000 puces RFID et QR codes disséminées dans le quartier de Ginza à Tokyo (magasins, éléments de mobilier urbain, stations de transport en commun) ; réception à la demande sur terminal type PDA d'infos type guidage mais aussi info touristique, événementiel, promotions, produits.

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Visites sur technos mobiles

GPS pour développement produits touristiques

- PDA guide multimédia géolocalisé du Parc National du Mercantour (Camineo)

terminal GPS loué à la Maison du Parc, activé près POI : informations sur le parc, des images, contenus interactifs et multimédia.

Les prestataires locaux proposent les terminaux à la location.

partenariats pour intégrer restaurants, chambres d'hôtes dans les contenus
80 000 € pour la réalisation de 5 itinéraires. Selon les services, il faut compter de 20 000 à 200 000 €

200 à 250 € par terminal coût de location généralement inclus dans le prix de la visite, sinon environ 6 €

- Le geocaching

CDT du Doubs : GPS Safari

téléchargement sur Internet plans, énigmes et coordonnées de la cache
environ 80 caches dans le doubs (difficultés diverses, intérêt touristique)

« séjours caches » de 2, 3 jours ou 1 semaine

15000 à 20000 € par an (site Internet et édition d'un guide, objets publicitaires d'1 à 2 € pièce estampillés Doubs)

2 personnes au CDT (+ autres missions)

camping Le Talouch louait déjà des GPS pour les randonnées, à Pâques un séjour avec recherche œufs

Geocaching.com : 221 pays, 250000 caches actives mi-2006

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



Réticences consommateurs

- Perception pub mobile France
31% des 15/24 ans d'accord pour pub sur mobile si pertinente et économies > couponing
1 utilisateur sur 2 profondément contre
Idem pub intrusive voire dangereuse sur GPS
- Paiement services mobiles hors forfait
carte prépayée (Asie, Am. du Sud), SMS ou n° surtaxé (Asie, Europe), transaction sur site WAP ou Web Asie), ajout facture mensuelle (Europe, Am. du Nord), souscription régulière ou carte crédit (Am. du Nord)
- téléchargement et installation d'applicatif
- technologies propriétaires
- hétérogénéités des services, des réseaux, des opérateurs, des terminaux
- frais de roaming avec touristes étrangers

m-tourisme et e-tourisme

Information touristique et relation client via mobile

- Animation territoriale via SMS (CDT du Tarn et du Lot)
3 à 4 SMS gratuits chaque semaine, à 11h, les mois de juillet et août
pour les touristes : propositions de visites, réductions, promotions, gratuités...
coût France Télécom est de 40 € / mois pour l'abonnement et 0,10 € par SMS envoyé
proposer l'abonnement en ligne pour cibler attentes et période (préparation en ligne des vacances)
Contact EveryOne (vocal, MMS)
possibilité géolocalisation par cellule (cf. systèmes d'alertes testés à Marmande > alerte de proximité) et service spécifique, coûts difficiles à évaluer (appel d'offres)

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007



- Gestion des flux via SMS
châteaux de la Loire (en projet à Sarlat lors de l'opération Jean Nouvel) :
informe par SMS les clients d'un site des délais d'attente, heure de RdV et
nombre de places disponibles pour la prochaine visite

Internet mobile et publicité

- Structuration internet mobile
portail Gallery contrôlé par les 3 opérateurs : annuaire avec charte de
parution plutôt stricte
opérateurs ont trois modèles économiques : le trafic, le contenu premium, et
la publicité
off portal = perte revenus premium et publicité (mais décisif explosion pub
mobile au Japon)
abonnés propriété des opérateurs, qui ne communiquent aux agences ou
éditeurs que des alias temporaires, pas les numéros (pas de bases qualifiées
directes pour les annonceurs)

- Des régies se mettent en placent
Nokia (comme PhoneValley ou Cellcast) va déployer 2^e semestre 2007 Nokia
Ad Service et Nokia Advertising Gateway pour campagnes inserts
publicitaires sur mobile
Déploiement plate-forme de régie publicitaire mobile Yahoo! Mobile Web
dans 19 pays d'Europe, d'Asie et d'Amérique (mise en relation avec
annonceur)

Notes intervention Eric Culnaert, resp. de la veille AEC, Forum annuel des stratégies du eTourisme, 22 mars 2007

