



"Je cherche un hébergement haut de gamme sur l'étape de randonnée pédestre "Trifouillis-les-oies" à "Pétaouschnoc" dans le sud du département de Cocagne, disposant d'un jacuzzi® et d'un ostéopathe, situé à moins de 2km d'un centre équestre et d'une adresse gastronomique reconnue."

Et voilà qu'à partir d'une demande quelque peu inhabituelle, le site web vous propose en un tour de main une dizaine d'établissements !!! L'échange peut ensuite se poursuivre autour des critères de l'ambiance plutôt festive ou familiale de l'établissement ainsi que la distance d'une gare TGV etc. A chaque nouveau critère le choix se réduit pour in fine ne "cocher" plus qu'une location "idéale". Suit alors la procédure de paiement sécurisé et l'affaire est rondement menée.

Voici le scénario il y a peu de temps encore futuriste mais à ce jour déjà dépassé, permettant de situer une facette de l'IA, l'intelligence artificielle, une technologie qui permet d'ores et déjà d'émettre des recommandations personnalisées - à l'écrit comme à l'oral- sur smartphone, en temps réel, à un client se trouvant en situation d'itinérance.

Est-ce qu'à court terme l'humain affranchi de toutes tâches chronophages et fastidieuses n'interviendra plus que sur les aspects dits d'expertise et d'intelligence émotionnelle, comme la gestion de conflits au téléphone...nécessitant une bonne dose d'empathie.

Ce serait une erreur de n'aborder l'évolution digitale de l'itinérance que par le seul aspect technologique et informatique.

Interviennent aussi la gouvernance, la culture de l'entreprise et son organisation humaine, la data (base de données) et le souci d'unifier toutes les informations dans une seule base partagée, le marketing et l'expérience du client. En matière de marketing, il faudra d'ailleurs abandonner l'idée de "se vendre" et la remplacer par la notion de "se laisser attraper" dicit Georges-Edouard Dias (ancien patron Digital de l'Oréal).

Les labels ont-ils encore un avenir à l'heure de l'ultra transparence où chaque futur usager hyper informé peut comparer les informations et les avis sur un service ou un produit ? L'expérience du client, l'avis de l'usager est à réinscrire dans le parcours.

Aborder la transition numérique n'est pas un défi facile. Elle ne peut se faire qu'avec la participation de tous les acteurs et partenaires impliqués. Les bonnes idées sont précieuses.

Ces questions et ces évolutions ont été abondamment traitées, suivent quelques approches.

- Les tendances du voyage et de l'itinérance connecté ?
- Le marché du voyage, E-commerce tendance itinérance
- Les fintechs au service de la mobilité touristique ?
- Le partenariat public- privé dans la transition numérique ?
- La signalétique numérique ?
- Le vélo à assistance électrique, VAE accélérateur d'itinérance ?
- Digital et tourisme culturel, quelles applications ?

Lors de la seconde journée, Lukas Stadtherr, directeur de projet "Suisse Mobile" est venu présenter le bilan de 20 ans et les perspectives de développement du projet global ainsi que son aspect numérique.

[POUR EN SAVOIR PLUS sur le tourisme digital](#)