

E-tourisme, de jeunes sociétés romandes se profilent

Le secteur du tourisme connaît depuis quelques années d'importantes mutations dues notamment à l'explosion de l'utilisation d'internet qui a bouleversé les habitudes des touristes. En Suisse romande, plusieurs start-ups, à l'instar de HouseTrip, RouteRANK ou encore iTaste, se distinguent en offrant des services personnalisés et originaux au voyageur. Tania Séverin

«Regarde, Jean a 85 amis». «Le pauvre, il travaille toute la journée dans un bureau». «Une semaine de vacances sans accès à internet lui ferait du bien». Jean, c'est vous derrière votre écran d'ordinateur, dont le profil Facebook est décortiqué dans une vidéo interactive de Suisse Tourisme. Buzz très réussi, avec plus de 126 000 fans sur Facebook, et qui illustre bien l'importance croissante du web pour le secteur touristique.

voyageurs. Le web, et particulièrement le web 2.0, ont modifié la perception de l'utilisateur, qui souhaite désormais être acteur de son voyage, et faire bénéficier ses pairs de son expérience.

Dans ce domaine en rapide mutation, l'e-tourisme, ou l'utilisation du web à des fins d'organisation de voyages, a le vent en poupe. Une étude du cabinet Protourisme indiquait en 2009 que 77% des Français se

Vers une plus grande personnalisation

Dans le secteur hôtelier, HouseTrip, fondée en 2008, propose des locations d'appartements résidentiels aux voyageurs souhaitant un hébergement plus personnalisé qu'une chambre d'hôtel.

Début avril 2011, HouseTrip obtenait \$ 2.7 millions de financement de la part de Invest Ventures, permettant à l'entreprise de s'entourer d'une quinzaine de collaborateurs afin d'accélérer son expansion. «Les touristes recherchent toujours plus d'authenticité lorsqu'ils se déplacent», relève Arnaud Bertrand, CEO de la start-up lausannoise et ancien étudiant de l'Ecole Hôtelière de Lausanne. «En offrant des hébergements en appartements résidentiels, nous répondons à cette demande en proposant un cadre bien plus personnalisé et convivial qu'une chambre standardisée dans une grande chaîne d'hôtels, et ce pour des tarifs similaires». Selon Arnaud Bertrand, le concept de la location résidentielle séduit aussi bien les familles que les personnes voyageant pour affaires, souvent lassées de la monotonie des hôtels. Les résultats annoncés par la jeune compagnie confirment cet engouement: lancé début 2010, le site HouseTrip.com a conquis les propriétaires de quelque 60 000 logements en moins de deux ans. Cela se traduit actuellement par 2 millions de visites par mois et 200 réservations fermes par jour. But affiché: 100 000 propriétés en ligne d'ici fin 2011.

Le site Housetrup propose quelque 60 000 logements résidentiels hors du circuit traditionnel du secteur touristique.

En Suisse, le secteur du tourisme représente environ 3% du PIB et 4% du marché de l'emploi. Depuis plusieurs années, la branche subit des changements en profondeur: globalisation, crise économique, augmentation en flèche du prix des carburants, préoccupations environnementales, modèles low cost, mais aussi accès accru à l'information par le biais d'internet, et recherche d'expériences toujours plus personnalisées de la part des

tournaient vers le web au moment d'organiser leurs prochaines vacances. En Suisse, le chiffre d'affaires annuel de l'e-tourisme est estimé à deux à trois milliards de francs, en forte augmentation.

Dans ce créneau, la Suisse romande affiche une belle créativité, en proposant des services innovants allant bien au-delà des désormais traditionnelles réservations en ligne.

La pertinence de l'information prime

Afin de mieux répondre aux besoins du voyageur en termes de planification de voyage, RouteRANK propose une solution qui calcule le temps, le coût et l'impact écologique d'un déplacement du point A au point B en tenant compte de différents modes de transport. «Le voyageur est de plus en plus exigeant par rapport à la qualité des informations qui lui sont fournies», souligne également Jochen Mundiger, fondateur de l'entreprise. Il raconte que l'idée lui est venue en 2007 après avoir dû passer des heures à naviguer sur différents sites fournissant des informa-

tions incomplètes pour planifier un voyage d'études. «Deux différences fondamentales distinguent RouteRANK des autres planificateurs de voyages disponibles sur le marché», explique-t-il. «Premièrement, notre plateforme prend en compte l'ensemble du trajet à effectuer, et intègre à la fois le rail, la route et les voies aériennes dans ses propositions. Deuxièmement, elle permet à l'utilisateur de définir ses priorités, en termes de prix, de temps de voyage ou encore d'émissions de CO₂». Cela permet au voyageur de choisir son itinéraire en fonction de ses priorités du moment. En plus de l'outil gratuit disponible sur internet, la jeune entreprise propose des versions personnalisées aux entreprises. Plusieurs grands organismes, comme la Confédération et le WWF, ont déjà été séduits.

Tourisme participatif

Fondé en 2008 à Genève par Paul de la Rochefoucauld, le site iTaste, qui se définit comme le «réseau social du goût» propose des critiques de plus de 80 000 restaurants dans divers pays. Selon son CEO, les grands guides gastronomiques traditionnels comme

Le Guide Michelin n'ont pas su prendre le virage du numérique et ne sont plus en phase avec la demande du consommateur. En revanche, son concept de réseau social du goût «permet à l'utilisateur de connaître les goûts de son réseau, des gens auxquels il peut s'identifier.» En moins de trois ans, le site a attiré plus de 150 000 membres.

Du e-tourisme au m-tourisme

Tous les acteurs du milieu s'accordent sur le fait que la capacité de fournir au voyageur une information ciblée au moment où il en a besoin représente le futur de l'e-tourisme. Avec l'explosion de l'utilisation des smartphones et autres tablettes numériques, qui feront bientôt partie de l'équipement de base du voyageur, les applications mobiles dédiées au voyage deviennent un must. Le réseau iTaste l'a bien compris, en proposant une application pour iPhone qui permet au membre d'identifier rapidement les restaurants les plus proches de lui et d'y consulter les évaluations rédigées par les membres du site.

Gage que ce type de service est promis à un bel avenir, Google annonçait début sep-

tembre le rachat des guides gastronomiques américains Zagat afin de proposer des services toujours plus localisés et personnalisés à ses utilisateurs. Les PDG des trois jeunes sociétés estiment d'ailleurs unanimement que dans un proche avenir, la tendance ira avant tout au développement de nouveaux services permettant de simplifier la vie du voyageur en lui fournissant notamment des informations toujours plus pointues et de qualité de manière instantanée, donc mobile. <



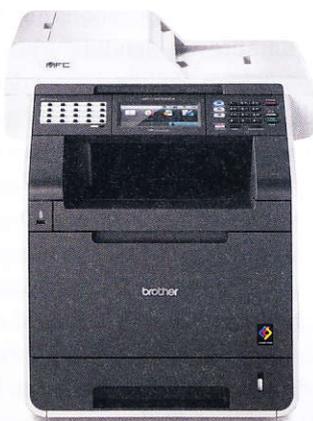
Initiative des cantons de Berne, Fribourg, Vaud, Neuchâtel, Genève, Valais et Jura, soutenue par le Secrétariat d'État à l'économie (SECO), Alp ICT a pour mission de créer une dynamique économique au bénéfice des acteurs des TIC de Suisse occidentale par l'activation de liens multilatéraux entre les acteurs économiques, politiques et scientifiques.

www.alpict.ch

Publicité

brother
at your side

VERS LE SUCCÈS AVEC DES COULEURS FORTES



Brother MFC-9970CDW



LES COULEURS CRÉENT LA CLARTÉ ET VEILLENT À UNE PRÉSENTATION ATTRAYANTE.

Mais bien sûr, les coûts doivent rester dans un cadre raisonnable. Les imprimantes laser couleur Brother associent qualité des couleurs, vitesse, confort d'utilisation et rentabilité.

Maintenant avec CashBack entre 100.- et 400.- CHF sur tous les modèles laser couleur Brother!

Tous les détails sous brother.ch/promotions



HL-4140CN



HL-4150CDN



HL-4570CDW



HL-4570CDWT



DCP-9055CDN



DCP-9270CDN



MFC-9460CDN



MFC-9465CDN

Imprimantes NPV dès 499.00 CHF

DCP NPV dès 859.00 CHF

MFC NPV dès 1049.00 CHF