

**Ministère de la Culture et de la Communication
Délégation au développement et aux affaires internationales
Mission de la recherche et de la technologie**

« Muséologie, Muséographie et nouvelles formes d'adresse au public »

**En collaboration avec
L'Institut de recherche et d'innovation du Centre Pompidou
Les projets ADONIS/AnthropoNet et THD/Cap Digital
Et L'Ecole du Louvre**

11 mars 2009

Les modèles économiques et le tourisme

Table ronde animée par **Jean-Pierre Dalbéra, Chargé de mission auprès du cabinet du Ministre pour le projet de Centre national de conservation du patrimoine, avec :**

- Philippe Fabry (Odit France)**
- Laurianne Barbier (Voyazine - Voyages-sncf.com)**
- Jacques Naves (ViaMichelin)**

Philippe Dubé, Laboratoire LAMIC (Laboratoire de muséologie et d'ingénierie de la culture, Québec)

***Culture, tourisme et multimédia*¹ d'Alain Monferrand, Directeur de l'Observatoire national du tourisme, ODIT France**

Internet, GPS et téléphones mobiles nouvelle génération révolutionnent les pratiques touristiques du XXIème siècle. Il est aujourd'hui nécessaire de repenser l'offre touristique et culturelle française.

En ce XXIème siècle commençant, le développement exponentiel et irréversible du multimédia et tout particulièrement d'Internet entraîne déjà de profondes modifications des pratiques touristiques et culturelles, en France et plus encore à l'étranger. D'abord en ce qui concerne l'information préalable

¹ Extrait du n°112 de *Culture et recherche*, été 2007.

au voyage, notamment dans les pays les plus éloignés (Etats-Unis, Canada, Japon, Australie, Corée, Taiwan, Singapour...) mais aussi dans ceux qui se sont ouverts récemment au tourisme, tels la Chine, l'Inde, la Russie et les pays d'Europe centrale et orientale.

Il n'est que de voir le nombre de connexions étrangères aux deux plus grands sites Internet du tourisme français : « Franceguide.com », le site de Maison de la France, avec 15 millions de connexions annuelles, et celui de Paris avec 12 millions de connexions. Cela est également valable pour les sites de nos plus grands musées et monuments comme le Louvre, Orsay ou Versailles. Un autre signe de cette mutation est le nombre de programmes de visites « virtuelles » et le nombre d'heures consacrées par les télévisions étrangères, et tout particulièrement celles de ces pays lointains, aux fleurons de notre patrimoine culturel et historique.

Les personnages les plus célèbres de notre histoire ne sont pas oubliés : le siècle de Louis XIV et, plus encore, le règne de Napoléon 1er dont le bicentenaire connaît depuis 10 ans un engouement spectaculaire, comme en témoignent les millions de connexions du site de la Fondation Napoléon.

Internet annule les distances. Le futur touriste en « désir de voyage » pour une destination touristique peut préparer dans le détail son déplacement qu'il s'agisse du transport, de l'hébergement ou des visites et manifestations culturelles.

Désormais la transparence règne, le choix s'effectue en toute connaissance, y compris pour les courts séjours dans la mesure où les conditions météorologiques (soleil, enneigement, température...) et l'accessibilité des collections permanentes ou des monuments sont, sur simple requête, connues avec exactitude. Autres progrès, les conditions de circulation et de fréquentation (la longueur des files d'attentes par exemple) peuvent également être connues en temps réel grâce aux « webcams » qui équipent désormais nombre de stations et de lieux touristiques et équiperont demain les principaux lieux culturels.

De plus, cette connaissance en temps réel n'est désormais plus réservée à une consultation préalable depuis le pays de résidence du futur visiteur. Elle est déjà possible sur son téléphone mobile et le sera plus encore demain avec le couplage systématique du système GPS et des téléphones mobiles multimédias de nouvelle génération.

Avant cinq ans, il sera possible à n'importe quel visiteur français ou étranger d'obtenir instantanément sur son téléphone mobile une explication dans sa langue du site ou du monument devant lequel il se trouve, voire d'obtenir en le téléchargeant un commentaire de visite guidée pour les différentes salles du musée ou du monument qu'il est en train de visiter.

Enfin, le multimédia a révolutionné l'offre de voyage depuis près de 10 ans. Elle permet la vente à prix très compétitifs, aux touristes français (dont le taux de départ à l'étranger est faible, à la différence de ceux de l'Europe du Nord), de destinations qui viennent de s'ouvrir au tourisme, en Europe centrale et orientale et dans le Sud-Est asiatique (Chine, Vietnam).

Ces nouvelles destinations concurrentes qui viennent s'ajouter à celles déjà très présentes sur le marché pour les pays du sud de la Méditerranée, des Caraïbes et du Mexique, rendent plus que jamais nécessaire le renouvellement de l'offre touristique et culturelle française ainsi que sa diversification, afin de séduire, au-delà de la clientèle des « primo-visiteurs », celle qui pourrait être fidélisée par une offre nouvelle, répondant mieux aux exigences de qualité et de diversité des touristes du XXIème siècle.

Cette omniprésence croissante du multimédia va entraîner une plus grande transparence de la qualité réelle pour les candidats à un voyage en France. Elle va induire des changements profonds du métier d'agent de voyage. Ceux-ci devront asseoir leur chiffre d'affaires non plus sur la billetterie de transport et les produits catalogues banalisés auxquels le candidat au voyage pourra désormais accéder depuis son ordinateur, mais sur du conseil personnalisé dans le montage de « voyages à façon » permettant de découvrir des richesses culturelles non proposées dans le cadre de voyages banalisés en entrée de gamme.

En contrepartie, la télématique permettra, à partir de l'analyse des flux d'une billetterie modernisée, un traçage des achats monétiques par nationalité et des interrogations des sites Internet par les candidats

étrangers à un voyage en France. Il sera ainsi possible de mieux connaître la réalité des flux de demande et de visite en temps réel, et par la suite, de pouvoir plus rapidement adapter l'offre à une demande multiforme et volatile, qui constitue le contexte difficile de l'activité touristique en général et du tourisme culturel en particulier en ce début de siècle.

Bibliographie :

- Christian Assante di Panzillo Christian Kert, Claude Origet du Cluzeau, Aude Cordonnier, *Musées, outils de développement pour le tourisme*, Fage Editions, mai 2004.
- La Rochefoucauld, Béatrice (de), *L'économie du tourisme*, Breal, 288 pages, 2007.
- « Musées et tourisme », *Cahier Espaces*, n°87, Editions ESPACES Tourisme & Loisirs, 176 pages, Novembre 2005.
- Revue *Musées*, éditée par l'association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France, n°248, « Tourisme culturel et politiques tarifaires », mai 2007.
- Revue *Musées*, éditée par la Société des musées québécois (SMQ), n°26, « Présence des technologies dans l'espace du musée », 2007.

Webographie :

- <http://www.aecom.org/blog/veille/dossiersdeveille.html> : [L'Aquitaine numérique 14] - Dossier e-tourisme : « le printemps des audioguides ».
- http://aquitaine-mopa.fr/IMG/pdf/compte_renduAtelier_dans_le_cadre_du_Forum_annuel_des_strategies_Etourisme.pdf: *E-tourisme et technologies de mobilité : quels risques et quelles opportunités pour 2007-2008, comment s'y positionner de manière rentable ?*, Eric Culnaert (AEC) et Jean Luc Boulin (MOPA), Forum annuel des stratégies Etourisme, 22 mars 2007.
- www.etourisme.info : site du blog du etourisme institutionnel.
- <http://www.lamic.ulaval.ca> : site du laboratoire de muséologie et d'ingénierie de la culture (Québec).
- <http://www.odit-france.fr> : site d'ODIT France, Agence publique de développement et d'ingénierie touristique.
- <http://www.oten.fr/spip.php?article4050> : Valoriser le patrimoine culturel, étude thématique dans le cadre du projet IRIS ; rédigée par Benoît Dumolin.
- <http://www.revue-espaces.com/librairie/7337/web-20-e-marketing-e-tourisme-internet-ntic-tic-nouvelles-technologies.html> : Philippe Fabry, « Le web 2.0 s'installe au cœur des stratégies touristiques », *Revue Espaces*, n°265, Décembre 2008.
- <http://www.tourismeculturel.net/accueil-frequentation/du-bon-usage-des-nouvelles-technologies-pour-le-tourisme-culturel-170> : « Du bon usage des nouvelles technologies pour le tourisme culturel » ; Philippe Fabry, 26 juin 2008.

- <http://www.tourismeculturel.net> : site collaboratif dédié au tourisme culturel développé par Odit France (Observation, développement et ingénierie touristiques, France).
- <http://www.tourisme-tic.com> : blog de Philippe Fabry sur les technologies de l'information et de la communication numériques appliquées au tourisme.
 - <http://www.tourisme-tic.com/articles/usages-numeriques-et-visite-culturelle-de-l-art-de-poser-des-questions-471>: « Usages numériques et visite culturelle, de l'art de poser des questions ».
 - <http://www.tourisme-tic.com/articles/usages-numeriques-continuum-temps-383> : « Usages numériques et le continuum temps ».
 - <http://www.tourisme-tic.com/articles/du-bon-usage-des-technologies-de-l-information-et-de-la-communication-pour-le-tourisme-culturel-240> : « Du bon usage des technologies de l'information et de la communication pour le tourisme culturel ».
- [http:// www.viamichelin.fr](http://www.viamichelin.fr) : site de ViaMichelin (itinéraire, plan, guide touristique, réservation d'hôtel, caret routière France / Europe).
- <http://voyazine.voyages-sncf.com> : site du magazine de voyages, Voyazine, de voyages-sncf.com.