

Pêche en ligne et course à l'e-toile

le Courrier du Var du 27 octobre 2006

Parce qu'il a aboli les frontières du temps et de l'espace, Internet s'est affirmé comme un univers, virtuel certes, mais un univers quand même à part entière. Y pénétrer, c'est accepter de nouvelles règles du jeu, et des relations au monde réel d'un autre type. Avec chaque jour de nouvelles ouvertures, de nouvelles opportunités... Dura lex peut-être, sed Internet... Dans le domaine de l'économie, plus que de bouleversements, on peut parler par endroits de révolution. Le tourisme n'a pas échappé à la règle, et les touristes potentiels, français ou étrangers, se sont vite appropriés cet outil pour se simplifier la vie... et compliquer indirectement celle des professionnels.

Car ceux-ci, pour rester dans la course, sont contraints de passer de l'autre côté de l'écran afin d'intégrer la vitrine mondiale et séduire, avant de le captiver, l'internaute voyageur et d'autant plus volage qu'il a le pouvoir, d'un clic de souris, de renvoyer au néant de l'anonymat et de l'oubli, les efforts pourtant bien concrets d'un hôtelier, d'un responsable de camping, d'un restaurateur, etc... Le doigt ne se tend plus pour vouer aux gémonies, il se contracte pour signifier d'un clic, son indifférence...

Comment donc faire en sorte que le client en puissance choisisse de venir dans le Var et nulle part ailleurs : c'était le but de la Rencontre, jeudi, aux Arcs sur Argens, du club Qualivar Tourisme, structure initiée il y a dix ans par Dominique Poggi, alors en charge de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Var, pour réunir tous ceux qui ont à cœur de privilégier la qualité dans toutes ses composantes. Le thème ? " commercialisation et e-tourisme ".

De nouveaux comportements

Après les interventions du président de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Var, Jacques Bianchi, et de Jean-Pierre Serra, président du Comité Départemental du tourisme Varois, qui l'un et l'autre mettaient l'accent sur la nécessité de porter le tourisme départemental à un haut niveau de qualité - "*attention aux exigences croissantes en matière de respect de l'environnement et de développement durable..*" soulignait Jacques Bianchi - il revenait à Guy Raffour de brosser le tableau de la situation actuelle dans le domaine du tourisme e-toilé.

Guy Raffour, c'est un peu le Monsieur e-tourisme français, une pointure en la matière. Sa présence et son analyse du phénomène a de fait donné à cette rencontre une dimension incontestable, et à la perspective de développement du tourisme varois une densité particulière.

" Internet catalyse une mutation majeure de notre secteur : il crée de nouvelles " infomédiations ", de nouvelles manières d'intermédiaire l'offre et la demande touristique. Il a conquis en dix ans la place de 1er média mondial " personnalisé ". L'enjeu de la présence des acteurs touristiques sur cette " zone de chalandise virtuelle, dans ce 7e continent, est vital... " a-t-il martelé, faisant de ce constat le fil rouge de son intervention. Ave en filigrane une autre évidence : hors de la toile, point de salut...

Et de justifier, en quelques chiffres, ses dires :

On compte dans le monde plus d'un milliard d'internautes, dont plus du tiers ont déjà acheté en ligne. En Europe, l'an passé, 142 millions de touristes ont préparé leurs vacances sur Internet, et 87 millions y ont réservé au moins une prestation. Parmi eux, 11,5 millions de Français ont utilisé Internet pour préparer leur séjour sur la toile - soit 20 % de plus qu'en 2004 - 5,7 millions ont acheté au moins une prestation et autant ont exclusivement utilisé ce média pour leurs vacances.

Des chiffres qui, bien entendu, ne vont que croître, et cela de façon exponentielles, d'année en année, d'autant plus que se généralise le haut débit.

Donnant à voir instantanément le produit ou le lieu recherché, évitant les déplacements ; donnant même à la recherche des séjours un caractère convivial et familial, Internet offre en prime un incontestable plaisir individuel dans la quête du Graal touristique. Et ce au détriment de la plupart des intermédiaires jusqu'à ces dernières années incontournables, et qui se voient délaissés au profit d'une relation directe client-prestataire (55 % des réservations se pratiquent ainsi directement).

" En ligne, on peut créer une continuité parfaite entre information, communication et transaction, ce qui est impossible dans la communication non interactive... " insistait l'intervenant.

Un atout majeur : le département lui-même

Prendre en compte tous ces paramètres, c'est donc pour les professionnels du tourisme, à tous les niveaux, accepter comme inévitable et indispensable une présence sur la toile, via des sites attrayants, capables de retenir l'internaute dans sa course au plaisir - ou plutôt ses courses, puisque les congés sont de plus en plus fractionnés avec de multiples départs possibles dans l'année - et aussi de lui offrir ce qu'il attend le plus : la prise en compte immédiate de ses choix. *" Un internaute visite en moyenne plus cinq sites. Il faut que le vôtre le retienne et lui enlève l'envie de cliquer une fois de plus... "* Une fois de trop pour qui est ainsi délaissé.

Mission difficile ? Peut être, mais loin, très loin d'être impossible : car dans cette pêche en ligne internationale, les acteurs du tourisme varois disposent d'un formidable atout : le département lui-même, dans ce qu'il offre de richesses et de diversité en de nombreux domaines : nature, patrimoine, traditions, racines etc... Et de la force de cohésion de ces composantes dépendra en grande partie le succès de cette occupation du 7^e continent. C'est l'une des raisons d'être de Qualivar tourisme. " engagement d'excellence. " C.Q.F.D



Guy Raffour : *"L'enjeu de la présence des acteurs touristiques sur cette "zone de chalandise virtuelle", dans ce 7^e continent, est vital..."*



Beaucoup de professionnels pour cette première Rencontre du club Qualivar Tourisme