

The Positive Way

WAVESTONE

LE PARTAGE DE DONNÉES : AU CŒUR D'UNE EXPÉRIENCE VOYAGEUR RÉUSSIE

CONTACTS



Sophie MONTOUSSY
sophie.montoussy@wavestone.com



Carole PEZZALI
carole.pezzali@wavestone.com

Depuis son lancement en 2017, le cercle de réflexion TRANSCEND, animé par Wavestone, vise à échanger avec des professionnels du transport et du tourisme sur ce que pourrait être l'expérience voyageur francilienne à l'aune des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) 2024 qui se dérouleront dans la Ville Lumière. Cette année cette réunion a eu lieu à l'occasion du salon IFTM 2019 (Salon des professionnels du tourisme en France et à l'international) et nous a permis de réunir les éléments que nous développons dans cet article.

La ville de Paris possède un réseau d'infrastructures déjà très performant. Même si la modernisation et l'étendue du réseau sont à l'ordre du jour du **Grand Paris** pour les JOP, l'engagement et les défis à relever reposent également sur un autre axe : la proposition de nouvelles offres et de nouveaux services, tout en garantissant une expérience voyageur fluide et de bout en bout.

95% des équipements nécessaires à l'accueil des Jeux existent déjà.

La fluidité des déplacements des touristes à Paris lors de cet événement sera placée au cœur des ambitions et dépassera largement le seul

secteur des transports. Intégrer l'industrie du tourisme (hôtellerie, culture, services) dans le parcours des voyageurs, permettra de faire de cette expérience de bout en bout, une référence mondiale.

Les données dont disposent les professionnels du transport et du tourisme sont indispensables pour offrir une expérience unique. L'enjeu est de définir les règles du jeu en termes de partage, mise à disposition, et utilisation pour créer de la valeur pour le visiteur mais également pour les professionnels.

Comment le partage de données peut-il être mis au service d'une expérience voyageur unique et personnalisée ?

Nous mettons en avant, dans cet article, quatre grands usages qui feront de l'expérience voyageur des JOP 2024, une expérience fluide, unique et personnalisée.

UN ACTEUR UNIQUE POUR RÉUNIR LES DONNÉES ET GARANTIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT DE QUALITÉ

La vision de l'expérience de voyage fluide et de bout en bout se définit par :

- / **La multimodalité, c'est-à-dire l'interopérabilité de différents modes de transport pour les déplacements ;**
- / **La combinaison de plusieurs secteurs :** association des transports, de l'hôtellerie considérée comme le point d'ancrage et de rayonnement des visiteurs à cette période et des autres acteurs du tourisme. C'est la pertinence des associations en fonction des visiteurs lors de leur séjour qui fera de cette expérience une réussite ;
- / **L'accessibilité et la signalétique** pour garantir l'universalité de cette expérience en tenant compte de la diversité culturelle des visiteurs. La notion de signature unique sera primordiale pour créer quelque chose de différenciant et homogène, au travers d'un accompagnement tant digital qu'humain.

« L'expérience d'accès aux sites doit être fluide au travers d'une gestion pragmatique des flux, d'une accessibilité améliorée des gares et des trains. Un effort particulier devra être réalisé également sur la signalétique et cela en plusieurs langues. »

Laurent Guillemette, Directeur projets Jeux Olympiques et grands événements sportifs (SNCF)

Vision du parcours voyageur de bout en bout



La thématique du partage de données occupe une place importante au sein du projet de la **Loi Orientation Mobilités (LOM)** débattu depuis le 26 novembre 2018 au Parlement. Transposition nationale du règlement de la directive européenne sur la mise à disposition de services d'informations sur les déplacements multimodaux, l'article 9 du projet de loi consacre l'ouverture obligatoire des données détenues par les sociétés de services de transport.

L'objectif est clair : faciliter les déplacements quotidiens des usagers grâce au développement de services numériques mis au service de la multimodalité. Il s'agit d'un enjeu fort, notamment pour les métropoles disposant déjà d'un maillage dense et complet et dont la préoccupation principale est d'améliorer l'interopérabilité de ces nombreux modes de déplacement et contribuer à la gestion efficace des flux, notamment sur certaines zones saturées.

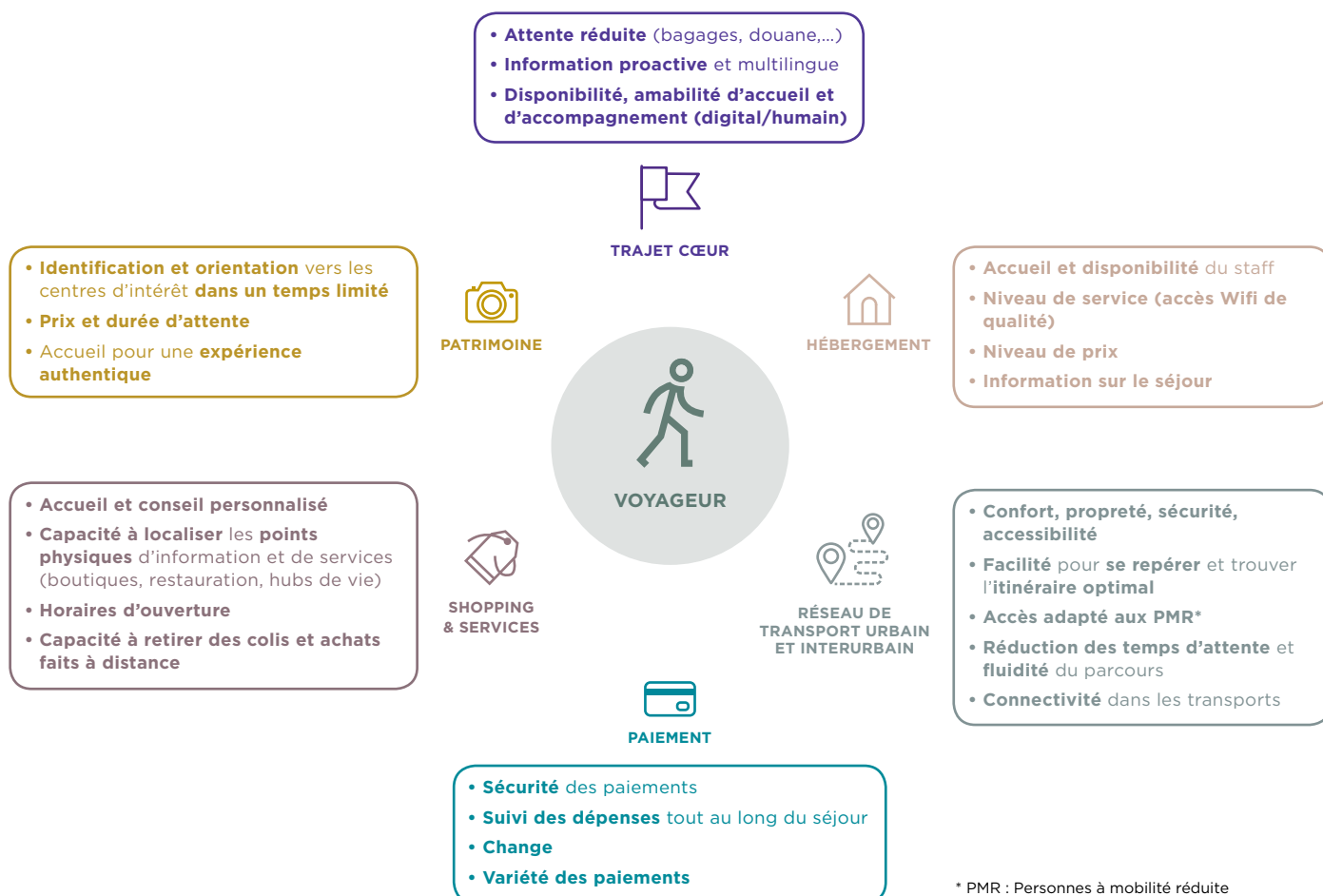
Ville la plus dense en transports en commun du monde, d'après une étude réalisée par l'Institute for Transportation and Development Policy (ITDP), **Paris illustre parfaitement le défi auquel font face les métropoles modernes : comment fluidifier et simplifier l'accès à un réseau de transports complexe, géré par une multitude d'acteurs privés et publics ?**

À l'approche des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, cette question devient cruciale pour la région Île-de-France (IDF). Avec le nombre conséquent de visiteurs qui viendront s'ajouter aux 8 millions de franciliens utilisant les transports en commun chaque mois, le risque de sursollicitation d'un réseau déjà saturé est à anticiper. Dans ce contexte, l'accès aux données détenues par les différents acteurs de la mobilité francilienne est clé pour répondre aux enjeux. Si cette ouverture est souhaitable, elle soulève toutefois de nombreux questionnements pratiques, dont celui du centralisateur.

Il est en effet nécessaire de définir un unique responsable de l'agrégation des données pour garantir leur cohérence et la fluidité dans les usages clients qui pourront être partagés. Cet orchestrateur aurait pour rôle de collecter les données, préalablement définies, des professionnels souhaitant prendre part à cette expérience, de les agréger pour apporter de la valeur au voyageur durant tout son voyage à Paris et région parisienne. En tant qu'Autorité Organisatrice de la Mobilité (AOM) de la région IDF et en vertu des nouvelles prérogatives accordées par la LOM aux AOM dans le domaine de la multimodalité, **Île-de-France Mobilité (IDFM)** semble être le meilleur candidat au rôle de centralisateur de la donnée.

S'il est important de créer cette dynamique pour proposer la meilleure expérience de transport fluide et sans couture, le caractère différenciant de l'expérience voyageur francilienne résidera dans la recherche de synergies avec les autres composantes du secteur touristique.

Les points clés de l'expérience voyageur pour les JOP Paris 2024



* PMR : Personnes à mobilité réduite

Le transport aérien représente pour le touriste le point d'entrée et le point de sortie du territoire, dès ce moment l'expérience doit être positive. Intégrer les secteurs du tourisme, dont l'hôtellerie, complète positivement la connaissance client grâce à la donnée partagée et permet aux professionnels de mieux répondre à leurs attentes. Un touriste passant plusieurs jours à Paris, à l'occasion des JOP 2024, aura un point d'ancrage pendant son séjour : son hôtel. Il nous apparaît indispensable de faire de ce point un atout pour renforcer l'expérience voyageur.

LES USAGES DE DONNÉES PERMETTANT DE FLUIDIFIER L'EXPÉRIENCE DES VOYAGEURS

L'interopérabilité des titres : transport et culture

L'interopérabilité des titres telle qu'imaginée ici consisterait à regrouper au sein d'un même support le titre de transport en commun, les billets d'accès aux lieux

d'épreuves et les tickets d'entrée des sites culturels de façon à couvrir au maximum les usages des voyageurs.

Les touristes seraient ainsi fortement incités à découvrir la région de Paris, et à visiter les sites touristiques en fonction de leurs déplacements. L'Intelligence Artificielle (IA) pourrait avoir un rôle important en la matière. **Les possibilités offertes par l'IA sont appelées à être un instrument incontournable de cette interopérabilité.** Ainsi, l'itinéraire le plus adéquat et l'horaire de départ conseillé seront calculés automatiquement d'après les données de géolocalisation et d'affluence récoltées. Après avoir sélectionné les sites qu'il souhaite visiter parmi ceux proposés, le touriste n'aura donc plus qu'à se laisser guider.

La valorisation du patrimoine : quartiers de Paris, régions de France

Il s'agirait d'une continuité du cas ci-dessus, mais élargi à des points d'intérêts qui seraient définis par les régions, à l'instar

« Nous travaillons actuellement à la création d'une base de données de points d'intérêts touristiques pour l'ensemble des services de la ville de Paris, avec un référentiel de données commun. L'idée étant de pouvoir les partager ensuite en Open Data, sur la plateforme de la ville dédiée. »

Emilie Thiry, Conseillère tourisme auprès de l'adjoint à la Maire de Paris en charge du sport, du tourisme, des Jeux Olympiques et Paralympiques (Mairie de Paris)



des initiatives de la Mairie de Paris. Cela permettrait d'éviter l'affluence aux seuls monuments de Paris et de valoriser l'ensemble du territoire. La création de points d'intérêts intégrés à une base de données commune et partagée entre les différents acteurs du tourisme permettrait de répondre à cet enjeu.

L'accessibilité à destination des personnes en situation de handicap

L'accessibilité est un des enjeux phares des différents opérateurs de transport aujourd'hui. Un important travail d'identification et de définition des problèmes auxquels sont confrontées les personnes en situation de handicap est à poursuivre. Afin de permettre à ce public de pouvoir lui aussi vivre pleinement son expérience voyageur, les réflexions devront inclure la définition d'itinéraires alternatifs et la proposition de moyens de communication adaptés.

« Air France a été la première compagnie aérienne à proposer un service d'accompagnement bout en bout des personnes à mobilité réduite. »

Galina Goursolle, Responsable de l'expérience client, court et moyen-courrier (Air France)

Une base de données recensant les infrastructures et dispositifs d'accueil spécifiques (ascenseurs, bornes d'appel etc.) devra être constituée. Elle concernerait les transports en commun, les sites d'épreuves, les sites touristiques et de service, les lieux de restauration, les hôtels et alimenterait les propositions d'itinéraires.

« Un important travail est à mener d'ici 2024 pour faciliter le trajet et garantir la sécurité et le plaisir des visiteurs à mobilité réduite en Île-de-France. »

Philippe Orain, Directeur Editorial des Guides Verts (Michelin)

La symétrie des attentions pour rendre humaine l'expérience voyageur

Si la technologie est aujourd'hui ce qui permet de proposer une expérience de bout en bout, ce sont les expériences humaines qui compléteront l'expérience et marqueront durablement l'esprit des touristes pour faire de leur séjour une réus-

Le COJO prévoit 50 000 bénévoles à Paris pour orienter, renseigner et aider les voyageurs français et étrangers pendant cette période.

site. C'est pour cela que 50 000 bénévoles réunis au sein de la « Team Paris »* seront déployés pour orienter, renseigner et aider les voyageurs français et étrangers pendant cette période.

Sur la base de plusieurs études menées ces dernières années, le cabinet Wavestone a synthétisé les attentes majeures d'un voyageur, en termes d'expérience, dans « le baromètre des services innovants ». Il en ressort par exemple la nécessité de valoriser les temps d'attente (espaces de restauration, point de dépôt/retrait de colis...) ou le besoin d'un accompagnement sur-mesure (être guidé jusqu'à la porte d'embarquement, le quai d'un train). On se rend bien compte que l'expérience voyageur ne peut être réussie que grâce à l'alliance réussie de la richesse de contacts humains avec les informations digitales accessibles pour les voyageurs comme pour les agents et bénévoles.

« 25 000 tablettes ont été mises à disposition des agents Air France afin de les appuyer dans leur démarche de conseil aux voyageurs et ainsi garantir une expérience client optimale et individualisée, le tout renforcé par des équipes multiculturelles maîtrisant différentes langues. »

Galina Goursolle, Responsable de l'expérience client, sol et moyen-courrier (Air France)

* C'est pour orienter, renseigner et aider les voyageurs français et étrangers lors des grands événements sportifs que la « Team Paris » a été mise sur pieds. Cette équipe, aujourd'hui composée de 1200 personnes, verra ses effectifs renforcés de façon continue jusqu'aux Jeux Olympiques de 2025.

DES CONDITIONS EN TERMES DE PARTAGE DE DONNÉES

Plusieurs types de données doivent être ouvertes :

- / **Les données client dont disposent les acteurs de la mobilité, opérateurs ou « pure players »** (ex : Citymapper), c'est à dire l'identification du voyageur, sa géolocalisation, ses dates de séjour à Paris dont les heures d'arrivée et de départ ;
- / **Les données relatives à l'exploitation d'un service** dont certains professionnels sont seuls détenteurs : le trafic en temps réel, la capacité d'un hôtel, l'affluence dans un monument touristique ou à des points d'intérêts.

C'est l'association de ces données qui apporte de la valeur tant pour les visiteurs que pour les professionnels. Pour les visiteurs, cela produit une expérience personnalisée autour des usages touristiques les plus communs lors de cette période. Pour les professionnels, le partage de données permet d'optimiser leur activité. Par exemple, Expedia met à disposition de ses partenaires hôteliers un outil permettant de donner un taux

« Durant les mois précédents d'importants évènements comme les JO, les tarifs des hébergements ont tendance à augmenter de manière significative alors que quelques jours ou semaines avant le début de ces évènements, les hébergeurs peuvent se retrouver de temps en temps avec des chambres invendues. Un de nos objectifs est donc de continuer à sensibiliser les hôteliers aux outils d'aide à la tarification, pouvant les aider à mieux anticiper l'évolution de la demande. »

Olivier Pernoud, Senior Director, Market Management, UK & Ireland, Benelux & France (Expedia)

d'occupation prévisionnel. Cela permet d'alerter les partenaires pour optimiser leur offre.

Il est important pour les professionnels de bien choisir les données à ouvrir, de connaître, valoriser et être transparents sur les bénéfices client ainsi adressés pour rassurer quant à l'utilisation de données considérées comme personnelles.

Evidemment, la collecte et le partage de données doivent être conçus dans le respect de la RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Ce nouveau règlement européen sur la protection des données personnelles, en application depuis mai 2018, et encadré par la CNIL (Commission Nationale Informatique et des Libertés), impose aux professionnels le traitement des données, le tri, la sécurisation et le respect du droit des personnes. La collecte des données personnelles doit servir un objectif précis, légal et légitime. Pour respecter cet objectif les données doivent être triées et traitées et chacune d'entre elle doit être assignée à un but.

Concrètement quelle forme prendrait ce partage de données pour les clients ?

- / Un identifiant unique permettrait d'identifier le voyageur dans l'ensemble des sites dans lesquels il se rend, que ce soit pour les JOP 2024 ou pour visiter Paris. Être identifié et reconnu facilement sur les différents sites (gare, stade, ...) faciliterait et fluidifierait le séjour du voyageur.
- / Un badge unique d'accès à plusieurs types de lieu : un des enjeux majeurs est la dématérialisation, notamment la billetterie.

Fan ID - Russie - UEFA Euro 2018

PRINCIPE

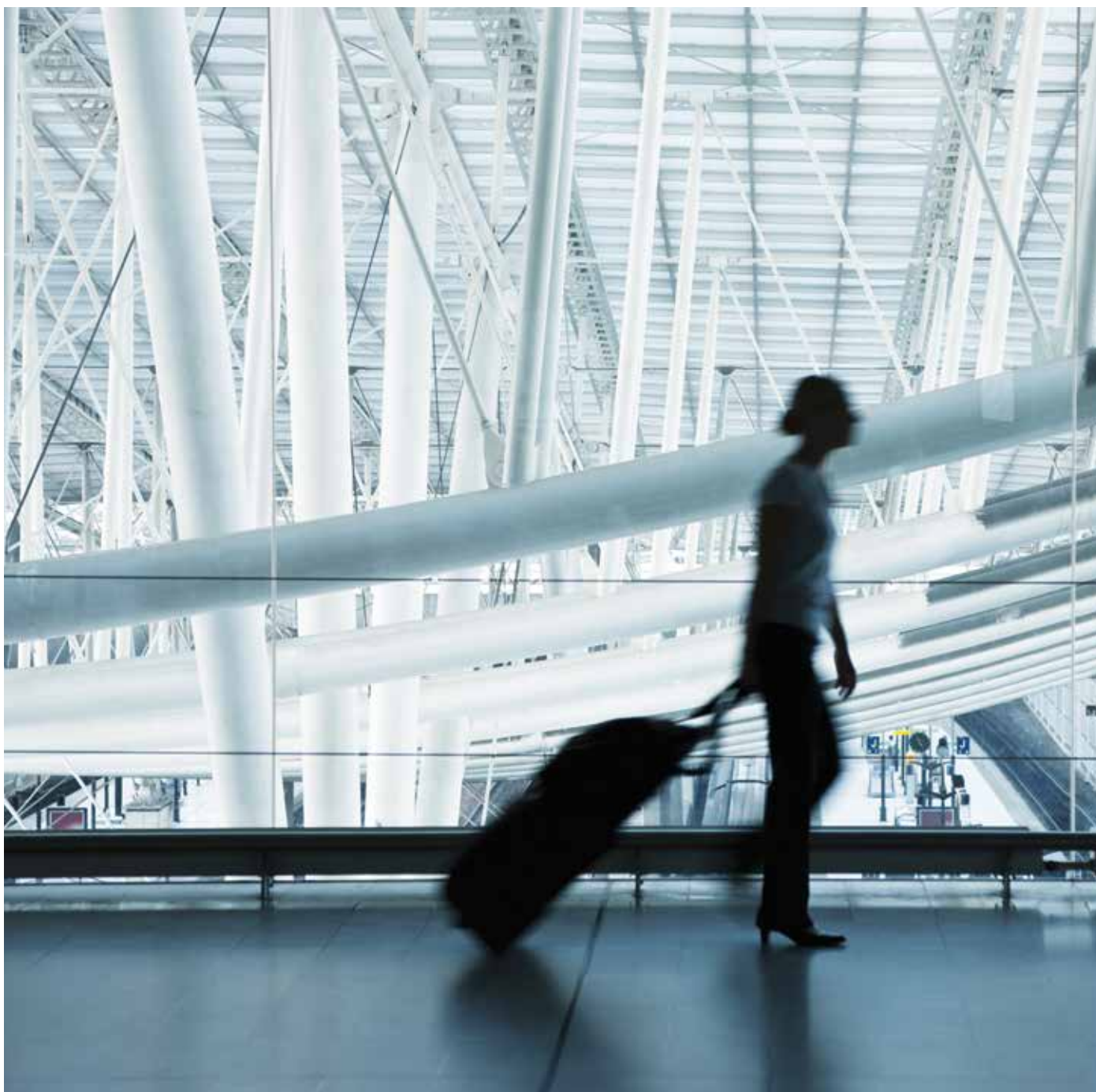
Les supporters allant voir un match de football pendant la période pouvaient entrer sans visa sur le territoire russe. Ils disposaient d'une carte FAN ID à présenter pour accéder aux matchs et au service de transport en commun gratuit les jours de match.

AVANTAGES

- Exemption temporaire de visa sur présentation d'une place confirmée pour l'un des matchs et d'un document d'identité valable ;
- Déplacements gratuits dans les transports en commun les jours de match, y compris entre les villes hôtes, jusqu'au lendemain 12 h ;
- Accès à une connexion WIFI gratuite, avantage non négligeable pour les touristes étrangers ne disposant pas d'un forfait internet adapté au territoire russe.

FORMAT

Badge imprimé plastifié et électronique contenant les données personnelles du visiteur.



CONCLUSION

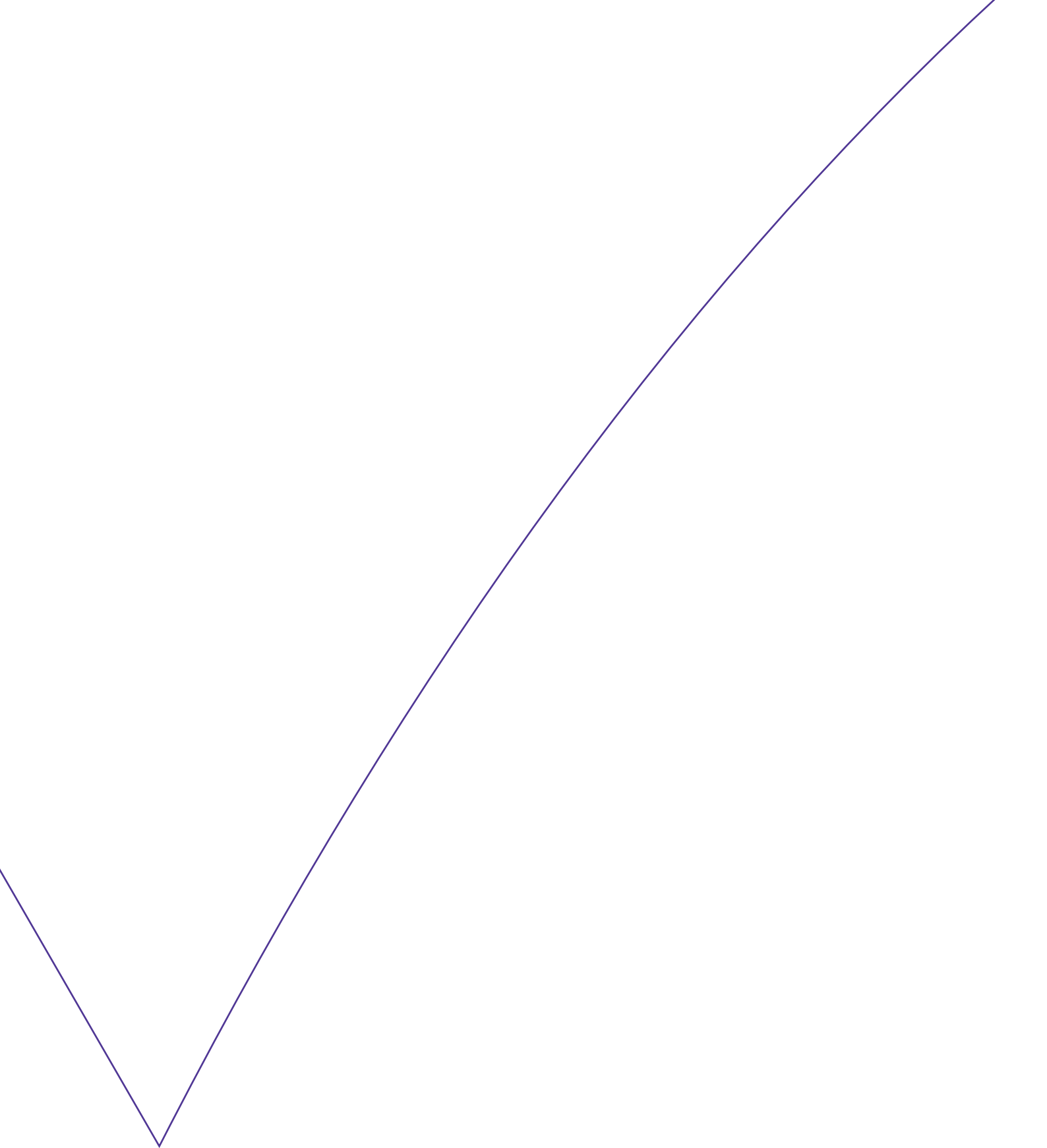
De nombreuses pistes sont donc à explorer par les professionnels pour proposer aux visiteurs une expérience personnalisée et fluide tout le temps de leur séjour à Paris. Pour atteindre une expérience voyageur réussie pour les JOP 2024, les professionnels du transport et du tourisme doivent maintenir

la dynamique d'échanges initiée pour prendre collectivement les meilleures décisions.

Les opportunités, au travers des usages définis, doivent être saisies pour en faire des services à valeur ajoutée pour les visiteurs. Le travail autour du partage de la donnée, de l'intégration et de l'utilisation, entre secteurs et struc-

tures organisationnelles différentes par nature doit, quant à lui, être régi par une entité qui aurait pour mission de garantir la cohérence et la pertinence des usages clients.

Si tout cela est atteint, l'expérience sera pensée comme un tout et sera pleinement intégrée dans la vie des visiteurs lors des JOP 2024.



The Positive Way

WAVESTONE

www.wavestone.com

Dans un monde où savoir se transformer est la clé du succès, Wavestone s'est donné pour mission d'éclairer et guider les grandes entreprises et organisations dans leurs transformations les plus critiques avec l'ambition de les rendre positives pour toutes les parties prenantes. C'est ce que nous appelons « The Positive Way ».

Wavestone rassemble 3 000 collaborateurs dans 8 pays. Il figure parmi les leaders indépendants du conseil en Europe, et constitue le 1^{er} cabinet de conseil indépendant en France.

Wavestone est coté sur Euronext à Paris et labellisé Great Place To Work®.