

## **Veille technologique n°1 – Janvier 2015**

### **1/ Rapport Amadeus sur le futur du marché des voyages - Shaping the future of travel macro trends driving the industry growth over the next decade.**

D'après une importante étude réalisée par le cabinet Oxford Economics et commanditée par Amadeus, le secteur du voyage devrait enregistrer une croissance annuelle de 5,4 % au cours des dix prochaines années, supérieure à celle du PIB mondial. Le rapport issu de cette étude prévoit en outre que la croissance sera tirée par les grands marchés émergents, la Chine étant appelée à supplanter les États-Unis et à devenir dès cette année le premier marché de voyages à destination de l'étranger et le premier marché intérieur à l'horizon 2017.

<http://www.veilleinfotourisme.fr/rapport-amadeus-sur-le-futur-du-marche-des-voyages-shaping-the-future-of-travel-macro-trends-driving-the-industry-growth-over-the-next-decade-119583.kjsp?RH=1331645127341>

### **2/ Comment l'intelligence artificielle va-t-elle révolutionner le voyage d'affaires ?**

Pour beaucoup de scientifiques, l'arrivée des ordinateurs dans les entreprises, il y a déjà plus de 40 ans, a développé un vieux rêve : concevoir des machines qui pourraient penser comme un humain et agir comme lui. L'imagination débridée des auteurs de science-fiction s'est très rapidement engagée dans la brèche ouverte pour développer une image parfois surréaliste du robot que l'on disait alors proche de l'homme. Une sorte de R2D2 capable de tout faire sauf... d'utiliser ses capacités d'intelligence artificielle (I.A) pour le dépasser.

[http://www.deplacementspros.com/Comment-l-intelligence-artificielle-va-t-elle-revolutionner-le-voyage-d-affaires\\_a30316.html](http://www.deplacementspros.com/Comment-l-intelligence-artificielle-va-t-elle-revolutionner-le-voyage-d-affaires_a30316.html)

### **3/ Les robots dédiés au tourisme savent même faire le café...**

N'ayez pas peur ! Les robots commencent à peine à pousser les portes des foyers, hôtels, musées, restaurants... Mais ils ne sauront (jamais ?) remplacer l'humain à 100%. Pour préparer leur venue massive dans notre monde, il est encore temps de s'interroger sur la valeur ajoutée de ces machines articulées et intelligentes, de tester des concepts.

[http://www.tourmag.com/Les-robots-dedies-au-tourisme-savent-meme-faire-le-cafe\\_a70944.html#](http://www.tourmag.com/Les-robots-dedies-au-tourisme-savent-meme-faire-le-cafe_a70944.html#)

**4/ "Le mobile, c'est le voyage dans la poche de nos clients de l'achat du billet jusqu'à l'embarquement tout en bénéficiant en permanence d'une information en temps réel et de nombreuses possibilités de modifications du billet" selon Tanguy Favennec, directeur de développement digital de Air France.**

<http://observatoire.reunion.fr/la-veille/detail/detail/air-france-le-mobile-cest-le-voyage-dans-la-poche-de-nos-clients.html?cHash=32eb8739d6a68a7fc0cd94897cf97c11>

## **5/ SYNTHESE DES VEILLES DE L'OBSERVATOIRE REGIONAL DU TOURISME**

Services adaptés à la clientèle, personnalisation et luxe sont les maîtres mots de l'hôtellerie du XXI<sup>ème</sup> siècle!

[http://observatoire.reunion.fr/uploads/media/Syntese\\_veilles\\_Observatoire\\_2014.pdf](http://observatoire.reunion.fr/uploads/media/Syntese_veilles_Observatoire_2014.pdf)

## **6/ Location de voitures : quels outils pour rendre les agences plus compétitives ?**

Le secteur de la location de voitures a considérablement changé en quelques années. La technologie y est pour quelque chose. Les évolutions culturelles aussi. Être propriétaire d'une voiture ne représente plus autant le symbole de la réussite sociale. Par contre, d'autres valeurs s'imposent : un véhicule doit être moins polluant, moins cher, plus pratique et mieux s'adapter à nos besoins, qui sont variables. Par voie de conséquence, le secteur de la location de voitures est en croissance. Pour les agences, c'est une opportunité d'améliorer leur chiffre d'affaires.

<http://observatoire.reunion.fr/la-veille/detail/detail/location-de-voitures-quels-outils-pour-rendre-les-agences-plus-competitives.html?cHash=a264f47667d88fe40487f6f1d283cc5d>

## **7/ La GRC dans les sites culturels**

La gestion de la relation client (GRC) fait appel à divers outils et techniques qui permettent d'identifier, d'attirer et de fidéliser les meilleurs clients.

<http://veilletourisme.ca/2014/11/01/la-grc-dans-les-sites-culturels/>

## **8/ Aux Etats-Unis, 24% des ventes en ligne se font via mobile**

Le marché du mobile est en pleine croissance. BI Intelligence – l'unité de recherche du site Business Insider – met en perspective dans [un diaporama](#) l'évolution de la consommation

mobile aux Etats-Unis entre 2013 et 2014, avec des projections de croissance mobile jusqu'en 2018. Le document étudie 6 secteurs-clés : m-commerce, publicité, croissance des applications, type de plateformes, paiement mobile et santé connectée.

<http://frenchweb.fr/aux-etats-unis-24-des-ventes-en-ligne-se-font-via-mobile/173944>