

Do you speak touriste ?

L'innovante société tourangelle Imagelmages a été sélectionnée par le comité régional du tourisme Paris Île-de-France et la chambre de commerce et d'industrie de Paris Île-de-France pour participer à la formation des acteurs du tourisme aux enjeux de la Coupe du monde de rugby. Pour cela, Imagelmages a une arme redoutable : son application « Caravel Learner », le premier serious game d'apprentissage touristique. Explications.

La Coupe du monde de rugby se rapproche à grandes foulées. Et avec elle, quelque 600 000 amateurs du ballon ovale sont attendus à Paris et en région parisienne. Avec le « Caravel Learner », son serious game (déclinaison du jeu vidéo, au service des professionnels) d'apprentissage touristique, chaleureusement recommandé par ses utilisateurs, la société Imagelmages a su taper dans l'œil du comité régional du Tourisme Paris Île-de-France et de la chambre de commerce et d'industrie de Paris Île-de-France. Sa solution de formation gamifiée a été adaptée aux enjeux de la Coupe du monde de rugby pour rejoindre, au grand bonheur de Fabienne Lecuyer, directrice de l'entreprise tourangelle, et de sa jeune équipe, le dispositif régional « Do you speak touriste ? ».

Caravel Learner, le premier serious game d'apprentissage touristique

Créé en 2017, le novateur serious game touristique Caravel Learner associe les mécanismes de motivation et d'engagement du jeu, des contenus pédagogiques qualifiés (cours, quiz et vidéos) sur l'accueil touristique, la donnée touristique géolocalisée et un algorithme de recommandation. Le principe est explicité par Fabienne Lecuyer : « L'apprenant suit des cours et répond à des quiz qu'il doit valider pour gagner des points et accéder aux parties de mises en situation dynamiques, générées à partir des demandes identifiées des touristes et du contexte géolocalisé de son établissement. »



Ce dernier point est d'ailleurs particulièrement important. Le jeu s'adaptant à la géolocalisation de chacun et étant actualisé régulièrement, chaque utilisateur, professionnel du tourisme, est donc en mesure de conseiller à ses visiteurs les meilleurs restaurants japonais, indiens ou italiens à proximité de son établissement. Idem pour les activités culturelles. Une solution digitale efficace pour améliorer la qualité du service, des conseils et des recommandations touristiques, mais aussi pour relier entre eux les acteurs touristiques. En somme, tant d'enjeux dont se soucie la société tourangelle créée en 2009 et qui est à l'origine du premier réseau d'affichage dynamique en région Centre-Val de Loire. Autrement dit, Imagelmages produit et diffuse des contenus touristiques ciblés sur des écrans installés dans les principaux lieux de passage de la région. « Une image vaut mille mots », dit-on.

« Do you speak touriste ? Yes I speak rugby ! »

Pour l'accueil des visiteurs qui se rendront en Ile-de-France assister à la Coupe du monde de rugby 2023, le Caravel Learner propose ainsi une édition spéciale de « Do you speak touriste ? » pour devenir « champion » de l'accueil pendant l'événement. Au programme : des informations sur la compétition et les équipes participantes, mais aussi sur les bonnes manières à adopter au contact des touristes venus dans ce contexte, et, bien sûr, des renseignements sur l'offre touristique locale. Une multitude de données pour que les professionnels de l'accueil puissent se hisser à la hauteur de l'événement, sans jamais craindre les faux rebonds.

Johann Gautier

