



LE SMS
level...com*

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Risques sanitaires : l'obligation d'informer

Depuis la publication de la loi n° 2009-879 du 21 juillet, portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires, deux nouvelles obligations pèsent sur les agences en cas de voyage international :

1. Une obligation d'information :

a) dont le contenu porte :

- sur les risques sanitaires constatés par les autorités sanitaires dans les lieux de destination/transit,
- les recommandations et des mesures sanitaires mises en place contre ces risques.

b) dont la durée s'applique jusqu'au jour du départ et lors du séjour,

c) dont la preuve (renvoi à des sites officiels par lien hypertexte ou SMS) est à sa charge.

2. Une obligation de traçabilité des clients, pour communiquer aux autorités sanitaires les données permettant l'identification des passagers exposés au risque, ou susceptibles de l'être.

- Si le client tombe malade sur place, la responsabilité de l'agence sera appréciée en fonction des diligences qu'elle aura effectuées pour venir en aide à ses clients, ce qui implique une attitude active.

Anne-Sophie Poggi,
avocat associé,
aspoggi@derriennic.com

Notre conseil :

1. Intégrez les conséquences du risque sanitaire dans vos CGV avant le départ et sur place,
2. Mettez en place les liens hypertextes pour vos clients, et les procédures internes pour informer vos équipes.

Gestour s'adapte aux smartphones

L'Internet mobile rattrape les outils de travail de la profession : la preuve avec e-Gestour, qui permet aux agences de consulter une synthèse de leur activité à partir d'un iPhone.

Grâce au lancement de l'iPhone en mai, l'américain Apple a ravi la deuxième place au finlandais Nokia sur le marché français des téléphones mobiles (source GfK). La révolution « smartphones », Perez Informatique l'a anticipée. Depuis deux ans, une équipe de cinq personnes planche sur la refonte de son logiciel de gestion Gestour. Rebaptisé e-Gestour, ce produit de mid-office fait un saut prometteur dans l'Internet mobile.

POUR GLANER DES RENSEIGNEMENTS

Edité depuis 2003, Gestour gère des données stratégiques dans la relation-client d'une agence de voyages, qu'elle peut visionner depuis un ordinateur. Dans sa nouvelle version, ces informations sont aussi accessibles à partir des smartphones. Que le chef d'agence soit dans un train ou en éducateur, il peut consulter ses indica-



◀ Outre une nouvelle interface Web ergonomique, e-Gestour intègre aussi un nouveau CRM, des indicateurs de gestion personnalisés par agence et des liens avec des portails (BtoB et BtoC).

teurs (ventes mensuelles, top des destinations...), ses alarmes/alertes agence, et rechercher les coordonnées d'un client ainsi que tous les derniers échanges avec lui. « E-Gestour permet d'avoir la synthèse de l'activité de l'agence sur son iPhone », explique Armand Perez, directeur général de Perez Informatique. L'idée, c'est donc de glaner des renseignements,

et non de saisir des données. E-Gestour est présenté à Top Resa, et disponible dans les prochaines semaines. « Tout nouveau client aura automatiquement cette nouvelle version du produit Gestour », indique Armand Perez. Les autres devront faire la demande, sachant que cette migration est simple : les processus fonctionnels et la structure de données existantes sont préservés, assure l'entreprise strasbourgeoise. Sollicitée par 1 500 agences françaises, Perez Informatique compte parmi ses clients CarlsonWagonlit Voyages (réseau de proximité et franchises), Nouvelles Frontières, Opodo, Selectour, Thomas Cook (franchises) et Galeries Lafayette Voyages.

Linda Lainé

L'Odyssée numérique : saison 3

Amadeus présente à l'IFTM-Top Resa la troisième édition de l'Odyssée numérique. Un avant-goût de l'agence de demain...

Comme dans le film *Minority Report*, les agences peuvent interagir sur une vitrine interactive exposée dans le cadre de l'IFTM-Top Resa à Paris. Ce n'est pas du cinéma, mais l'invention de la société Atracsys pour permettre au passant de visiter virtuellement un hôtel ou un catalogue, avec son doigt comme pointeur. Le client "entre" ainsi dans un contenu numérique. Atracsys présente aussi une table interactive, qui préfigure le comptoir de l'agence de demain, basée sur l'expé-

rience tactile. Ces innovations sont réunies au sein de l'Odyssée numérique, qu'Amadeus organise pour la troisième année comme un show room éphémère, de concert avec l'Échangeur et le salon BtoB. Trois autres technologies sont à l'honneur : des étiquettes communicantes RFID, un écran vidéo relief (sans lunettes spécifiques) grâce à la technologie 3D stéréoscopique et une plate-forme logicielle de réalité

augmentée. Concernant cette dernière innovation, une explication de texte s'impose : en présentant à une caméra une brochure ou tout autre support, l'utilisateur déclenche l'apparition du produit en 3D. Un hôtel de luxe ou un paquebot peut ainsi prendre forme. À découvrir sur place, assurément, pour s'en mettre plein la vue, et rencontrer les modestes Spielberg du voyage.

L.L.