



Mise à jour: 24/08/1998 16:45

Les concierges d'hôtel bientôt transformés en webmestres?

Saviez-vous que Montréal est doté d'un concierge virtuel qui a pignon sur Web depuis décembre dernier? Il s'agit pour l'heure d'une entreprise spécialisée, mais avec la popularité croissante d'Internet dans le secteur touristique, on peut s'attendre à tout.

Le site [Montréal Info](#) est réalisé par [Concierge InfoTouche](#), une entreprise élaborant depuis 1995 des systèmes d'information destinés aux concierges du milieu hôtelier et qui emploie huit personnes, pour la plupart d'anciens concierges ou employés d'hôtels.

De réseau numérique d'information en temps réel destiné aux concierges des hôtels de la ville, l'entreprise s'est diversifiée en prestataire d'informations sur mesure auprès de grandes corporations, d'organismes de congrès et même du gouvernement du Québec qu'elle conseille à l'occasion. De fil en aiguille, sa base de données rigoureuse et pléthorique (plus de 1 000 entrées!) s'est retrouvée à la fin de l'an dernier sur le Web, en anglais d'abord puis, petit à petit, en langue française.

« *Nous sommes allés sur Internet pour faire face à la très grande demande d'informations que nous recevions de toute part, tant lors de nos rencontres à l'étranger qu'à Montréal même* », nous explique la présidente de l'entreprise, Nathalie Bouthillier. Simple et efficace, Montréal Info dispense de l'info constamment mise à jour sur un ensemble de thèmes comme les spectacles, les attractions touristiques, les bars et restaurants, les activités sportives, les magasins et autres services, ainsi qu'un calendrier annuel complet d'événements.

Ce sont les entreprises répertoriées qui assument les frais de leur appartenance au réseau d'information de Concierge InfoTouche, dont le contenu se retrouve sur Montréal Info. Ce mode de financement est bien sûr le contraire d'un gage d'indépendance mais ce qui rend le service intéressant, c'est l'acuité des données (une qualité relativement rare sur le Web), constamment entretenue par les clients-annonceurs eux-mêmes et par le travail de trois employés à plein temps.

« *La force traditionnelle des concierges, c'est l'étendue de leur réseau de contacts et la précision de leurs connaissances*, conclut madame Bouthillier. *Mais peu d'entre eux connaissent le réseau Internet et nous avons à ce chapitre une bonne longueur d'avance.* »

On peut parler d'avance, en effet, car il ne faudrait pas s'étonner de voir bientôt les grands hôtels de ce monde réserver à leur concierges et aux informations qu'ils détiennent une section spéciale de leurs sites web. Histoire de se démarquer au niveau de l'image et d'apporter le meilleur service au client avant, pendant et après son séjour.



Plus de [détails](#) dans le communiqué (CNW, anglais seulement).