

Partie IV

L'innovation technologique liée aux produits et services touristiques dans les destinations touristiques

IV 1 – Etat des lieux de l'innovation technologique liée au tourisme dans les régions

IV 1 1 – Rôle des pouvoirs publics et des collectivités territoriales dans le soutien à l'innovation et aux nouvelles technologies

Avant d'aborder le rôle des organismes territoriaux dans le développement des nouvelles technologies et de la place accordée au tourisme, il convient de rappeler ici les grandes lignes de l'action des acteurs publics au cours des dernières années.

L'implication des acteurs publics à tous les niveaux du territoire

On peut rappeler ici que depuis 1998, les pouvoirs publics ont mis en œuvre le *programme d'action gouvernementale pour l'entrée de la France dans la société de l'information* (PAGSI), dont l'objectif était de créer les conditions favorables à l'émergence et au développement des technologies de l'information dans notre pays.

Les collectivités locales, dont les pouvoirs ont été renforcés ces vingt dernières années par la décentralisation, occupent de plus en plus un rôle essentiel.

Il est clair que le niveau de la commune, ou même dans les grandes communes, celui de subdivisions territoriales, constitue un échelon privilégié pour le regroupement de services administratifs et des moyens humains et matériels d'accès aux télé-informations et télé-procédures.

Les régions quant à elles participent activement, à leur échelle, au déploiement des technologies de l'information et de la communication. La grande majorité des contrats de plan Etat-Région comportent des programmes d'action en faveur de la « société de l'information » dans leurs volets territoriaux., et en particulier en faveur de la mise en place des réseaux haut débit.

Un enjeu décisif d'aménagement du territoire

Les technologies de l'information et de la communication n'ont trouvé que récemment leur place dans l'action publique.

On peut d'ailleurs s'étonner qu'au début de la dernière décennie des rapports prospectifs traitant d'aménagement du territoire abordant les enjeux de la régionalisation, du TGV ou des infrastructures autoroutières, sans évoquer ou à tout le moins de façon marginale celui des T.I.C.

Cette prise de conscience se reflète dans la loi de 1999 sur l'aménagement et le développement durable du territoire, modifiant et complétant celle de 1995, qui donne une place plus importante aux technologies de l'information et de la communication, qu'elle n'aborde plus seulement sous l'angle des infrastructures, mais également des services et des organisations.

En effet, sur les nouveaux territoires institués par cette loi que sont les pays et les agglomérations, un schéma de développement des services propre aux T.I.C. sera élaboré, en étroite collaboration avec les conseils de développement réunissant des élus ainsi que des intervenants des secteurs professionnels et associatifs.

Ces schémas définissent les objectifs de développement de l'accès à ces services et de leurs usages sur l'ensemble du territoire, dans le respect des dispositions sur le service universel et les services obligatoires des télécommunications, ils prévoient les objectifs de développement de l'accès à distance, prioritairement en vue d'offrir aux usagers un accès à distance au service public, notamment par les télé-procédures, et précisent les objectifs de numérisation et de diffusion de données publiques.

Il apparaît clairement, en définitive, que l'action publique en faveur des T.I.C. devrait reposer dans les prochaines années sur trois enjeux essentiels :

- **L'accès généralisé au haut débit sur la majeure partie du territoire** : l'usage grand public d'internet, comme l'usage professionnel, ne peut se satisfaire aujourd'hui de connexions à faible débit, via modem et ligne téléphonique, les seules actuellement possibles sur tout le territoire. Le saut qualitatif du haut débit est nécessaire pour conforter les usages et bénéficier réellement de toutes les ressources du multimédia.

Le Comité Interministériel d'Aménagement et de Développement du Territoire (CIADT) l'avait réaffirmé en juillet 2001 en fixant l'objectif d'un égal accès géographique aux réseaux rapides à l'échéance 2005. Sans « aménagement numérique » du territoire, l'écart risquerait de se creuser entre des zones urbaines bénéficiant d'offres d'accès internet et concurrentielles, et des zones rurales oubliées par les réseaux.

- **La mise en réseau des acteurs publics** : la mise en réseau des administrations se poursuivra, avec le développement de « l'interopérabilité » assurant les échanges entre des systèmes d'information aujourd'hui cloisonnés.

- **La structuration des systèmes d'information à l'échelle des territoires** : l'interconnexion des systèmes d'information ne signifie pas leur unification, car seules

les normes seront communes, et permettront précisément un développement autonome de ces systèmes, en cohérence, sur leurs domaines de spécialisation.

Parallèlement à quelques grands réseaux nationaux, devront se coordonner les systèmes d'information à l'échelle des territoires de décision, en particulier les régions et les départements.

La généralisation des S.I.T. – Systèmes d'information Territoriaux – a démarré en 1999. Il s'agit d'intranets reliant des administrations entre elles sur un département ou une région, en proposant des fonctions de messagerie, d'annuaire, d'agenda, de forum, de partage de bases de données et de travail en commun.

A moyen terme, on peut penser que dans ces dispositifs qui s'élargiront aux collectivités territoriales, les informations localisées intégrées dans des systèmes d'information géographique (S.I.G.) occuperont une place privilégiée, assurant un recueil et une gestion des données sur différentes échelles – du cadastre à la région – coordonnées par des référentiels communs.

Les collectivités locales, et plus particulièrement les communes et communautés de communes, apparaissent comme des acteurs privilégiés de la société de l'information. Elles devraient être un catalyseur important de l'accès grand public aux réseaux via internet mais également au développement des usages et des applications professionnels, en particulier dans le tourisme.

IV 1 2 – Exemples de prise en compte du tourisme dans les politiques régionales de soutien à l'innovation et aux nouvelles technologies

Force est de constater que la place accordée au tourisme dans les politiques territoriales de soutien aux nouvelles technologies est très inégale, comme en témoignent les quelques exemples qui suivent pris en Bourgogne, en Midi Pyrénées, en Nord Pas-de Calais, en PACA, et en Rhône-Alpes.

1 - Bourgogne

L'Etat et la Région ont souhaité anticiper et accompagner le passage de la Bourgogne dans l'ère du numérique et de l'information électronique, en favorisant fortement le développement des usages et des télé-services sur l'ensemble des secteurs concernés et du territoire bourguignon.

La maîtrise de l'information et des échanges électroniques à travers les réseaux de télécommunications constitue en effet, pour les années à venir, un des facteurs essentiels de l'attractivité, du développement et de la compétitivité des territoires.

Un schéma directeur régional doit être élaboré pour définir une stratégie cohérente tenant compte des spécificités territoriales et des projets régionaux identifiés à l'occasion des schémas de services.

L'Etat et la Région ont le souci :

- d'accompagner, sur le plan méthodologique, la structuration d'un réseau régional haut débit mutualisant l'ensemble des besoins recensés et assurant un large maillage du territoire ;
- de soutenir l'émergence et la structuration de pôles et/ou de plates-formes de télé-services permettant de développer les usages et les savoir-faire spécifiques ;
- de faciliter l'intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'ensemble des secteurs par des actions de formation, de sensibilisation et d'appui technique (expertises, conseils et accompagnement de projets).

L'élaboration du schéma directeur régional aura pour objet de réaliser une cartographie fonctionnelle de l'ensemble des services et flux résultant des besoins exprimés par les demandeurs des différents secteurs. Elle sera suivie d'une consultation des opérateurs afin d'identifier les solutions techniques, leur faisabilité et leur coût à l'échelle régionale. C'est dans ce cadre que les besoins des opérateurs touristiques pourraient être pris en compte.

Le soutien au développement de nouvelles technologies dans les entreprises sera primordial dans les actions collectives et immatérielles. A travers les projets de pays ou d'agglomérations, des initiatives pourraient être soutenues, notamment la création d'espaces multimédias – multiservices publics facilitant l'accès aux télé-services – particulièrement en milieu rural, et qui pourraient être utilisés également par les clientèles touristiques.

Ces actions sont regroupées au sein d'un même programme pour marquer l'appui fort que l'Etat et la Région souhaitent apporter à cet axe et faciliter leur synergie. Elles n'excluent pas d'autres actions insérées au cœur des programmes sectoriels de ce contrat (développement économique, formation, action culturelle,...), qui contribueront également au développement des T.I.C.

Le tourisme ne figure donc pas en tant que tel dans le projet de schéma directeur régional, mais peut tout à fait s'y intégrer dans le cadre de ces programmes sectoriels. Des groupes thématiques sont prévus à cet effet qui permettront d'analyser les usages potentiels et de cerner les besoins des besoins de tel ou tel secteur d'activités.

En outre, bien qu'il semble qu'elle n'intervienne peu ou pas dans le secteur du tourisme, **Bourgogne Développement** est une structure d'aide aux entreprises, dont les actions visent en particulier :

- le soutien aux investissements immatériels : conseil, recrutement de personnel d'encadrement, développement d'activités nouvelles, exportations, recherche, soutien aux programmes de formation ;
- le soutien aux investissements immobiliers et de production : bâtiments industriels, aide aux investissements de développement de l'outil de production, lancement industriel des innovations ;

- l'accompagnement pour le renforcement des capitaux permanents : prêts régionaux à la création, prêts régionaux de développement des entreprises, garanties bancaires, apports en fonds propres et capital-développement.

En conclusion, on peut constater qu'aucun projet associant tourisme et nouvelles technologies n'a été véritablement identifié dans cette Région, malgré les volontés exprimées par les organismes concernés.

2 - Midi-Pyrénées

Midi Pyrénées est l'une des rares régions françaises ayant intégré dans son contrat de Plan un volet spécifiquement consacré aux T.I.C. Le montant de l'enveloppe budgétaire est de 19,2 M€, auxquels il convient d'ajouter 33,5 M€ au titre de l'intégration des T.I.C. dans des politiques sectorielles.

Ce volet est traité comme un enjeu majeur avec l'objectif de générer de nouvelles activités créatrices d'emplois, durables et qualifiés, et d'assurer une répartition équitable du développement des T.I.C. sur l'ensemble du territoire régional. Trois objectifs lui ont été assignés :

- mettre à la disposition des laboratoires et des lycées un réseau d'accès de qualité à Renater. Ce réseau devant assurer aux communautés un service « haut débit » à un coût raisonnable ;
- ouvrir progressivement ce réseau à d'autres communautés d'utilisateurs dans les secteurs publics et privés (professionnels et clientèles touristiques);
- promouvoir et développer les usages sectoriels notamment à partir d'appels à propositions destinés à favoriser le déploiement de nouveaux services.

Midi-Pyrénées est également une des rares régions qui a intégré le tourisme dans son schéma de développement des nouvelles technologies portant sur la période 2002-2006, appelé le « P.A.R.S.I. », Programme d'Actions Régionales pour la Société de l'Information.

Elle dispose d'une grande expérience en la matière, puisque depuis plus de 20 ans, des projets associant tourisme et technologie ont été soutenus, principalement dans la production et la diffusion de l'information touristique : création et gestion de bases de données, création de centrales de réservation, création de contenus, lieux de rencontre sur l'utilisation des nouvelles technologies,...

Rappel des objectifs du PARSI

L'utilisation des T.I.C. dans le tourisme peut permettre de renforcer les traditions d'accueil et d'excellence de la région Midi-Pyrénées, en valorisant l'image de la région et en offrant à l'utilisateur une information personnalisée, disponible instantanément, en tout lieu et sur tout type de support fixe ou mobile.

Le recours à des applications innovantes doit permettre au cours des prochaines années de renforcer la dynamique mise en œuvre par le Comité Régional du Tourisme,

et ses partenaires locaux, en fédérant plus largement l'action des acteurs privés et publics du tourisme régional.

Une maîtrise parfaite de l'information touristique permettra ainsi *in fine* d'apporter un ensemble de services à valeur ajoutée aux utilisateurs, en leur garantissant l'accès à des produits et séjours de qualité.

En matière culturelle, de nombreuses applications liées aux T.I.C. sont également envisageables pour valoriser le patrimoine et améliorer l'organisation régionale. La numérisation du patrimoine doit ainsi être encouragée, ainsi qu'une large mise en réseau des équipements culturels de Midi-Pyrénées.

Enfin, les outils liés aux T.I.C. peuvent aussi favoriser la communication et l'information sur le développement durable, ainsi que l'amélioration des échanges entre les acteurs s'impliquant dans ce domaine.

Les actions projetées

La Région Midi-Pyrénées considère que les T.I.C. peuvent lui permettre de mieux valoriser ses patrimoines naturels et culturels.

Dans ce cadre, il est prévu que le réseau régional d'informations touristiques sera renforcé, avec une collaboration accrue de tous les organismes de tourisme de Midi-Pyrénées, afin d'assurer le développement de services innovants d'informations et de commercialisation ainsi que l'amélioration de l'accueil des touristes dans la région.

D'autre part, l'ouverture fin 2002 de la Maison de Midi-Pyrénées sera l'occasion de créer un espace de démonstration des usages d'aujourd'hui et de demain en matière d'e-tourisme, permettant de rendre perceptible pour les utilisateurs la réalité des applications T.I.C. dans le tourisme.

Des actions en faveur de la numérisation des patrimoines naturels et culturels de Midi-Pyrénées seront également engagées, avec notamment la constitution d'une banque d'images fixes et animées et la création d'un « serveur d'images » accessible par les partenaires concernés.

Ces actions permettront d'envisager le développement de services innovants en ligne et la mise en œuvre de contenus multimédias spécifiques à Midi-Pyrénées.

- Renforcer le réseau régional d'informations touristiques

La clé de voûte pour atteindre ces objectifs est de disposer d'un réseau régional d'informations touristiques performant et réactif en temps réel.

Dans ce cadre, les partenariats déjà constitués autour du CRT doivent être renforcés, voire élargis, à tous les acteurs du tourisme en Midi-Pyrénées. Le Conseil Régional soutiendra la mise en œuvre d'un système d'information touristique évolutif ouvert à ces partenaires sur la base de conventions de mise à disposition d'informations.

Ce réseau régional d'informations touristiques ainsi renforcé favorisera la présence de l'offre touristique de Midi-Pyrénées sur tous les supports de communication et de distribution envisageables, et permettra à tous les organismes touristiques de la région d'assurer le développement de services innovants d'informations et de commercialisation, mais aussi d'améliorer l'accueil et la fidélisation des touristes dans la région.

- Développer une offre en ligne de qualité pour les touristes en Midi-Pyrénées

A partir du réseau régional d'informations touristiques actuel et de ses améliorations futures, tous les organismes touristiques de la région Midi-Pyrénées pourront envisager des services innovants et de qualité pour leur « clientèle ».

Le Conseil Régional et le CRT devraient mettre en œuvre les mesures suivantes :

* **Renforcement des sites Internet sur le tourisme en Midi-Pyrénées** : trois sites internet seront à terme gérés par le CRT. Le premier s'adresse au grand public, et intègre progressivement tous les services innovants pertinents, le second s'adressera aux professionnels pour favoriser les échanges d'informations entre les acteurs du tourisme régional et le troisième permettra de développer des services d'informations promotionnelles en direction des prescripteurs de voyages français et internationaux. Seront notamment développés les versions multilingues, les référencements, le géo-positionnement des objets et l'intégration de S.I.G., de la production audiovisuelle...

* **Amélioration de la commercialisation en ligne** : la commercialisation en ligne par l'intermédiaire du serveur Resinfrance sera améliorée, avec le développement d'un serveur virtuel adapté à la région Midi-Pyrénées, permettant d'offrir des services « sur-mesure » aux utilisateurs souhaitant visiter la région. Parallèlement, un soutien sera apporté à la mise en cohérence des outils de commercialisation locaux, départementaux, régional avec le serveur national de réservation.

* **Développement de la gestion des demandes d'informations en ligne** : la gestion des demandes d'informations touristiques, en particulier sur Internet, sera améliorée afin de renforcer la qualité des actions réalisées et la personnalisation des informations communiquées. Pour cela, de nouveaux outils de marketing relationnel seront étudiés et réalisés (bases de données relationnelles, listes de diffusion,...).

- Créer une vitrine du e-tourisme en Midi-Pyrénées

Dans le cadre de l'ouverture en 2002 de la Maison de Midi-Pyrénées, créée à l'initiative du Conseil Régional et du Comité Régional du Tourisme, **un espace de démonstration des usages d'aujourd'hui et de demain en matière « d'e-tourisme » sera créé**. Cela permettra à la fois de rendre perceptible pour les utilisateurs (midi-pyrénéens ou touristes en séjour) la réalité des applications T.I.C dans le tourisme et de tester auprès d'eux des applications innovantes en la matière, dans le but d'améliorer leur fonctionnalité et leur ergonomie.

Les entreprises régionales développant des applications innovantes en matière de e-tourisme seront invitées à rejoindre ce projet.

Par ailleurs, des outils novateurs d'information personnalisée des clientèles et de visualisation des richesses touristiques seront développés spécifiquement pour la Maison de Midi-Pyrénées, afin de permettre au public un accès au tourisme régional via les technologies les plus performantes.

- Accélérer la numérisation du patrimoine culturel et naturel régional

Numériser les patrimoines culturels et naturels de la région Midi-Pyrénées répond à plusieurs objectifs.

Grâce à la constitution d'une banque d'images fixes et animés, cela permettra d'une part d'assurer une meilleure conservation historique de ce patrimoine et d'autre part d'envisager de nombreuses applications innovantes en matière de tourisme, de culture et d'environnement notamment (SIG, visites virtuelles, recherche documentaire, animation de contenus...).

Dans le cadre de son programme, **le Conseil Régional soutiendra la constitution de cette banque d'images et la création d'un « serveur d'images » accessible par les partenaires concernés.** La mise en œuvre d'applications innovantes fera également partie des préoccupations de la Région au cours des trois prochaines années.

Par ailleurs, la région Midi-Pyrénées dispose d'un patrimoine historique riche et de sites culturels de qualité, qu'il convient de préserver et de valoriser. C'est pourquoi le Conseil Régional doit proposer aux partenaires régionaux concernés la constitution d'un groupe de travail pour accélérer la numérisation du patrimoine culturel en Midi-Pyrénées.

Avec la définition de standards régionaux, la numérisation du patrimoine permettra notamment de donner accès aux utilisateurs à des ressources inaccessibles par d'autres moyens (ex : consultation de documents anciens,...). De nombreux autres services seront également envisagés.

- Mettre en réseau les équipements culturels de Midi-Pyrénées

La mise en réseau des établissements culturels régionaux serait de nature à améliorer le service au public et de favoriser l'accès à la culture en Midi-Pyrénées. C'est pourquoi le Conseil Régional, en partenariat avec l'Etat, encouragera la mise en réseau des équipements culturels pour développer l'éducation artistique. De même, la mise en œuvre d'un site internet des musées de Midi-Pyrénées sera réalisée en partenariat avec la D.R.A.C. (Direction Régionale des Affaires Culturelles).

- Accompagner le développement durable à l'aide des TIC

Les T.I.C. peuvent être un levier pour accompagner le développement durable en Midi-Pyrénées, en fédérant les volontés locales, en informant largement sur les bonnes pratiques et en mettant à disposition des partenaires concernées des données numérisées. Le Conseil Régional a l'intention d'encourager les actions suivantes : mise

en réseau du Conservatoire du patrimoine biologique régional, mise en ligne du Réseau des villes durables de Midi-Pyrénées, mise en réseau des parcs naturels régionaux.

L'ARDESI, Agence Régionale pour le Développement de la Société de l'Information en Midi-Pyrénées intervient également dans le secteur touristique. Elle participe au projet de la Maison des Pyrénées, et vient de créer un groupe de travail pour les professionnels et les porteurs de projets.

Créée et financée par le Conseil Régional, l'ARDESI est une association qui a pour mission de favoriser la diffusion des nouvelles technologies, en associant plus étroitement les collectivités locales (départements et agglomérations), les établissements d'enseignement supérieur et de recherche, les organismes consulaires et les acteurs socio-économiques impliqués dans le développement de ces nouvelles technologies. Les principaux objectifs de l'agence sont de :

- contribuer à enrichir **une réflexion en amont et en prospective** pour le développement de la Société de l'Information ;
- impulser le lancement de **projets visant à la diffusion des usages** grâce à un travail partenarial avec les collectivités, les institutions et les filières professionnelles ;
- favoriser une **visibilité et un échange d'expériences** sur la diffusion des usages dans les secteurs jugés stratégiques par les partenaires.

Pour atteindre ces objectifs, ARDESI intervient en pleine cohérence avec le PARSI, et s'est fixé cinq axes principaux d'intervention :

- Les actions d'animation et de sensibilisation des acteurs T.I.C.

- animation du réseau des lieux d'accès publics numériques en Midi-Pyrénées : état des lieux et cartographie des espaces et des usages, organisation d'événements sur ce thème, animation des responsables de ces espaces ;
- animation des responsables de site internet des collectivités locales : création d'un observatoire des sites internet des communes, animation du réseau des webmasters territoriaux, aide au lancement d'expériences pilotes, organisation d'événements ;
- animation des responsables de sites internet culturels et mise en réseau des musées et sites culturels de la région Midi-Pyrénées ;
- animation des chargés de mission T.I.C. : organisation de rencontres régulières, mise en place de partenariats ;
- actions de sensibilisations diverses : participation à la Fête de l'Internet, séminaires de sensibilisation aux T.I.C. à destination des élus.

- L'expertise et la conduite de projet

L'agence mène des expertises pour le compte de ses partenaires afin de collecter les éléments nécessaires à une prise de décision ou d'évaluer une politique déjà engagée :

- une étude de préfiguration d'un dispositif régional de sensibilisation des entreprises est conduite avec des partenaires pour évaluer l'intérêt d'engager de nouvelles actions vers les PME ;
- dans certains cas, l'ARDESI peut être conduite à développer une ingénierie de projets qui vise à lancer des actions structurantes sur le territoire régional. Elle joue ainsi un rôle d'incubateur pour favoriser le lancement de projets qui favorisent l'appropriation des T.I.C. par les acteurs de terrain.

- Un observatoire des usages d'internet et des T.I.C. en Midi-Pyrénées

Le développement de cet observatoire est en cours :

- observatoire des sites internet des communes de Midi-Pyrénées ;
- observatoire des lieux d'accès publics numériques de Midi-Pyrénées ;
- veille thématique sur la société de l'information ;
- actualités des T.I.C. en région et hors région, actualité des manifestations et des colloques.

Dans le cadre de la mise en place d'une véritable politique active de promotion des usages culturels et d'accès équitable aux services innovants, l'ARDESI doit conduire deux projets en 2002 :

- **la création du site internet des musées de Midi-Pyrénées**, afin de répondre au problème de lisibilité de l'offre culturelle des musées en Midi-Pyrénées en vue de renforcer la démocratisation de l'accès à cette offre et aux pratiques culturelles et artistiques ;
- **la numérisation du patrimoine**, avec pour objectif la conservation du patrimoine dans le temps et valorisation vis-à-vis du grand public (numérisation des collections : les catalogues existent mais ne sont pas numérisés).

En outre, un **Comité d'Orientation Stratégique (C.O.S.)**, groupe de réflexion portant sur le thème « **Culture et numérisation du patrimoine** » a été créé. Constitué d'institutionnels et d'acteurs déjà sensibilisés à l'introduction des T.I.C. dans le milieu culturel, une des premières réunions de ce groupe aura pour objectif de dégager les enjeux de la société de l'information pour le milieu culturel, afin de déterminer les projets à mettre en œuvre.

Enfin, plusieurs projets innovants associant tourisme et technologies ont été initiés dans la Région Midi-Pyrénées : Guidalia, Géotextel, NetFinances Service.

3 - Nord Pas-de Calais

L'intervention de la Région Nord Pas-de-Calais dans l'innovation et les nouvelles technologies figure dans le contrat de Plan Etat-Région 2000-2006, et s'oriente autour de sept objectifs opérationnels :

- contribuer au développement économique régional ;
- renforcer l'accessibilité aux outils de la société de l'information ;
- poursuivre et améliorer le développement des T.I.C. dans la formation initiale et permanente ;
- contribuer à l'aménagement du territoire via les T.I.C. ;
- développer les technologies au service des réseaux de soins ;
- développer l'innovation et l'intelligence dans les transports ;
- renforcer les technologies innovantes dans le domaine de la culture.

Aucun de ces objectifs ne vise directement le tourisme sauf indirectement via les transports et la culture :

- **transports** : développement de la billettique/monétique, développement de l'information multi modale pour les voyageurs.

- **culture** : mise en place d'espaces dédiés au multimédia ; diffusion des œuvres, de l'information et de la connaissance par les nouvelles technologies ; favoriser l'usage des nouvelles technologies par les acteurs culturels ; favoriser l'usage des T.I.C. dans les activités de création artistique ; c'est dans ce cadre que s'inscrit Musénor qui vise à mettre en réseau les musées de la région. Celle-ci compte un nombre élevé de services de valorisation culturelle ou du patrimoine, et Musénor permettra de mettre à la disposition du public les collections des 33 musées de la région, le réseau documentaire régional qui prévoit de raccorder toutes les bibliothèques afin d'offrir un catalogue commun et des fonds numérisés, et la base de données Libris consacrée à l'histoire régionale.

Il existe un site spécialement dédié aux actions de la Région dans les T.I.C., outre les trois sites des CDT et du CRT et ceux des OT, 18 sites régionaux consacrés au tourisme (Promothierarche, Val Joly, ISNOR (tourisme fluvial), Bon Pied-Bon OEil (randonnées), et 3 sites consacrés aux produits régionaux.

Ce site précise les actions prévues par le Conseil Régional : l'axe 1 (renforcer la compétitivité et l'attractivité) consacre le point 8 au tourisme, et ses objectifs sont : la poursuite de la mise en réseaux des offices de tourisme, la création de bornes d'informations 24h/24h, et l'aide à la création de sites Web pour la promotion.

Il est à noter aussi que la Région a consacré des moyens importants à la promotion des cybercentres (plus de 100 à ce jour).

Dans le plan précédent, rien n'était prévu non plus pour le tourisme dans le volet T.I.C. du Contrat de Plan Etat-Région. Le Conseil Régional a cependant accordé, avec des crédits FEDER, 107 000 € au CDT. du Nord, et 60 980 € au CDT du Pas de Calais pour la création de leurs sites internet. Entre 1995 et 1997, le Conseil Régional a également investi 396 00 € dans l'informatique (hardware), et la mise en réseau des offices de tourisme, avec des résultats considérés comme inégaux.

4 - Provence Alpes Côte d'Azur

L'industrie et les services du secteur des technologies de l'information et de la communication sont fortement représentés en Région Provence Côte d'Azur, notamment avec Sophia-Antipolis et les technopoles de la région Aix-Marseille.

Le développement de la société de l'information demeure pourtant assez fortement inégal aussi bien sur le plan territorial qu'institutionnel. En dehors de la sphère économique et des réseaux hauts débits qui bénéficient d'une réelle dynamique, les institutions locales ne semblent pas avoir encore opéré le virage culturel des nouvelles technologies, à l'exception notamment du secteur du tourisme.

- Une industrie des T.I.C. en croissance, malgré les difficultés actuelles

La région occupe une position privilégiée dans le domaine des T.I.C., notamment avec l'existence de deux pôles d'enseignement supérieur et de recherche exceptionnels

(2e rang national) avec Nice Sophia Antipolis, et Marseille-Aix, et de sites tels qu'Avignon-Agroparc et Toulon ainsi qu'avec les multiples laboratoires spécialisés. L'ensemble constitue un des moteurs du développement régional. Le département des Alpes-Maritimes abrite quant à lui l'un des premiers espaces de recherche et développement en matière d'informatique, réseaux et télécommunications.

- Emergence du multimédia de contenu

Selon une étude publiée par Méditerranée Technologies, la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur dispose d'atouts importants bien que non encore structurés dans une offre visible et lisible dans le domaine des industries du multimédia de contenu :

- des pôles de compétences en technologies de l'information reconnus mondialement comme Sophia Antipolis ;

- des pôles de compétences en forte émergence comme celui de la Belle de Mai à Marseille : 1400 emplois centrés sur la production culturelle, multimédia, audiovisuelle et de patrimoine).

- Hyper-concentration de l'économie des T.I.C. sur Nice, Marseille et Aix

Sur le plan économique une étude réalisée par la DRIRE fin 1999, recensait près de 4500 entreprises dans le secteur des T.I.C., employant quelque 32 000 salariés. Elle constatait plusieurs grandes tendances faisant apparaître une dynamique sur ce secteur mais avec de très importantes disparités, et une hyper concentration autour de trois grands pôles : Nice avec Sophia-Antipolis, Marseille et Aix en Provence.

- Soutien aux pôles économiques existants

L'armature des technopoles et des laboratoires de recherche de la région fait l'objet de toutes les attentions puisque le contrat de plan leur consacre près de 61M€ : Genopôle de Luminy, pôle technologique varois, le campus des T.I.C. à Sophia Antipolis. Il concernera le transfert de technologies, la construction de pôles de compétences et la promotion de la culture scientifique et technique.

- Télécommunications : haut-débit sur le littoral et communication satellitaire dans l'arrière pays

La Région s'appuie depuis 1989 sur un réseau régional dédié à la recherche et à la technologie, qui relie les technopoles, les laboratoires et organismes de recherche, et devrait être porté cette année à un débit de 155 Mbits.

Dans l'arrière pays plusieurs projets de connexion satellitaire sont en voie de développement. Dans les Alpes Maritimes, le Syndicat mixte des télécommunications et du multimédia (147 communes), introduit le haut débit bidirectionnel par satellite via des points d'accès publics (salles municipales, médiathèques...), scénario à peu près identique dans les Alpes-de-Haute-Provence et dans les Hautes-Alpes qui prévoient chacun l'installation de points de réception satellitaires.

- Mise en réseau des acteurs et systèmes d'information touristiques

Dans cette région qui la deuxième destination touristique française, un effort particulier a été réalisé sur le plan de l'information. La Région, les départements les syndicats d'initiative et offices de tourisme se mettent tous progressivement en réseau pour proposer une information exhaustive sur l'hébergement, la restauration, les

activités de loisirs et de vacances, le patrimoine et des services tels que la réservation ou l'achat en ligne, ...

L'ensemble permettra à terme de constituer un véritable banque de données touristique à l'échelle régionale (CRT). Parmi les départements les plus avancés, le site du comité départemental de tourisme des Bouches-du-Rhône qui prépare la deuxième génération de banque de données (interfaçable avec celle du Conseil Régional, les 40 offices déjà connectés pourront y entrer directement leurs informations).

La Région Provence Alpes Côte d'Azur n'a pourtant pas prévu de ligne spécifique pour le tourisme dans le cadre de son programme d'actions en faveur du développement des nouvelles technologies.

Plusieurs organismes liés à la Région interviennent dans l'innovation technologique, mais là encore, malgré l'importance de son poids économique, le tourisme ne semble pas faire partie de leur champ habituel d'intervention.

- **CORDIS**, service communautaire d'information sur la recherche et le développement, fruit de la collaboration entre les pouvoirs publics régionaux, Méditerranée Technologies, le Centre Relais Innovation local et CORDIS, présente les infrastructures, services et activités proposés à l'échelle régionale dans le domaine de l'innovation.

Le service présente également les principaux acteurs régionaux de l'innovation, les nouvelles possibilités de développement dans le secteur de la haute technologie et les chiffres correspondants.

Enfin, compte tenu de sa position géographique, la région PACA offre de nombreuses possibilités grâce aux partenariats européens et méditerranéens.

- **Méditerranée Technologies** (ex. Route des Hautes Technologies), est une association loi 1901, créée en 1988 par le conseil régional Provence Alpes-Côte d'Azur en partenariat avec l'Etat et le soutien de l'Union Européenne, qui a pour mission de promouvoir et de faciliter l'Innovation et le Transfert de Technologie de la région Provence-Alpes Côte d'Azur.

Ses missions sont d'améliorer la visibilité du potentiel technologique de la région, de renforcer la mise en relation entre l'offre et la demande technologique, de faciliter le transfert de technologie et d'ouvrir les initiatives régionales sur l'espace européen de la science et de la technologie.

- **Le Centre Relais Innovation MedIN** a, comme ses 66 homologues européens, pour objectif de promouvoir le transfert de technologie transnational. Coordonné par Méditerranée Technologies, il regroupe les Chambres Régionales de Commerce et d'Industrie, les Délégations ANVAR de Corse, Languedoc-Roussillon et Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Enfin, quelques projets associant tourisme et nouvelles technologies ont été identifiés dans la région Provence-Alpes Côte d'Azur :

- **Allovisit de Voxinzebox**, associant téléphonie mobile et serveur audiotel d'informations touristiques et culturelles, soutenu par l'ANVAR et la Région dans le cadre de son programme de réhabilitation des sites romains ;
- **projet de création de centrales de réservation pour les hôtels marseillais ;**
- **projet de création d'un incubateur d'entreprises innovantes dédié au tourisme par Euroméditerranée et la Ville de Marseille, ...**

5 - Rhône-Alpes

L'industrie du numérique représente près de 65 000 emplois et couvre une large palette de métiers. Le poids de cette économie reste toutefois inégalement réparti.

Grenoble se taille la première place avec 27 000 emplois. Lyon, la capitale régionale, occupe une place sensiblement égale avec 26 000 emplois. Puis viennent des villes comme Valence, Annecy, Saint-Etienne, Chambéry, Roanne, Bourg-en-Bresse qui totalisent ensemble 11 000 emplois.

Quelques entreprises ou organismes de renommée mondiale sont là pour confirmer cette position privilégiée de la région sur ce secteur à forte valeur ajoutée : Cap Gemini/Ernst&Young, née à Grenoble en 1967, est devenue un des leaders mondiaux des services et de l'ingénierie informatique, Infogrames, société lyonnaise, est le numéro deux mondial des logiciels de loisirs et figure parmi les 10 premières sociétés européennes de l'édition électronique, mais est confronté depuis quelques mois à de nombreuses difficultés. On ne peut manquer de souligner la forte présence de l'INRIA et du W3C, et l'existence, malgré la crise, d'un tissu dense de start-ups, dans le domaine des contenus (Kelkoo, Musicalis...) et des technologies (Cryptalis, Informactis...).

La région est encore marquée par la présence des grands constructeurs informatiques, avec les centres R&D de Sun, Bull, Xerox,..., et l'implantation par Hewlett-Packard de son plus important site de développement et de production hors USA, des fabricants de composants comme STMicroelectronics, de Philips, Motorola, de Thomson, et d'un réseau d'équipementiers et de sous-traitants en électronique assez exceptionnel par sa densité.

La répartition des industries du numérique s'est organisée sur la base d'une certaine spécialisation, encouragée par les pouvoirs publics locaux et l'Etat, à travers une politique de pôles de recherche :

- **Lyon**, la capitale régionale, fonde sa stratégie sur la création d'activités innovantes dans les services internet, l'électronique de loisirs et les biotechnologies.
- **Grenoble**, qui accueille le deuxième pôle de recherche français après Paris, s'est renforcée dans les domaines des nanotechnologies, du développement logiciel et de l'énergie.
- **Saint-Etienne**, qui réunit un réseau très dense de PME-PMI s'appuie sur un pôle optique qui utilise largement les technologies du numérique.
- **Annecy** dispose de quelques points forts notamment dans le matériel informatique, la conception d'images (3D), les télécommunications et l'électronique appliquée à la mécanique.

- **Roanne**, dans le cadre de sa reconversion, bénéficie de la création d'un pôle national de téléservices permettant notamment le développement de la relation client et accueille un centre national dédié aux technologies de l'information textile.

La Région Rhône-Alpes prépare un schéma directeur de diffusion des nouvelles technologies, tant auprès des entreprises que du grand public, mais la question de l'existence d'un volet tourisme n'a pas encore été soulevée.

Il s'agit de fédérer différents projets ou en cours de préparation en les complétant les moyens en équipements et services nécessaires (réseaux haut débit), différents projets engagés ou en cours de préparation pour constituer un réseau régional haut débit sur lequel pourrait s'appuyer chaque communauté concernée.

Les moyens mis en œuvre doivent concerner de nouveaux usages ou services basés sur ces nouveaux modes de communication et d'échanges, et concerner donc des applications dans le secteur du tourisme.

Dans le but de se doter des outils et services de communication qui donneront un avantage compétitif aux territoires, la Région Rhône-Alpes a mis en œuvre un réseau haut-débit qui est l'épine dorsale de son réseau régional de communication.

Les services performants nécessaires pour développer l'interactivité (Internet, travail en réseau, visioconférence...) sont proposés à différentes communautés d'utilisateurs. Quatorze points de présence du réseau régional (accès et connexions), localisés sur des sites universitaires, sont reliés entre eux et couvrent le territoire depuis septembre 2001.

Les réseaux locaux, métropolitains ou départementaux, ainsi que l'offre des opérateurs, fourniront autant d'accès supplémentaires à ce réseau dans le cadre d'accords et de partenariats avec les collectivités.

La Région souhaite également favoriser la création d'entreprises technologiques ou innovantes, et offrir un accompagnement « sur-mesure » leur permettant d'aboutir à une concrétisation économique dans de meilleures conditions. Deux incubateurs : **CREALYS** et **GRAIN** soutenus par la Région accueillent et organisent l'accompagnement des porteurs de projets.

Enfin, différents projets associant tourisme et nouvelles technologies ont été identifiés dans la région Rhône-Alpes :

- **centre de contact multi-accès** (coupon, téléphone, courrier, mél,...) mis en place par le Comité Régional du Tourisme ;

- **Net4Ski** : centrale d'information et de réservation pour les propriétaires d'appartements dans les stations de sports d'hiver ;

- **Cartedhote** : système original qui permet de répondre à un besoin de recettes nouvelles pour les stations touristiques en créant une situation de « gouvernance » avec les acteurs professionnels locaux, et une relation de qualité et de transparence avec les touristes, en liant paiement de la taxe de séjour, et accès à certaines réductions et services locaux ;

- **Compilo** : géolocalisation avec reconnaissance vocale ;

- **programme multimédia Intranet/Extranet du Parc des Dombes**,....

IV 2 - Perception de l'innovation technologique par les acteurs et les professionnels

Il ressort des différents entretiens menés dans les régions que les conditions d'adéquation de l'offre de produits et demande services nouveaux, s'appuyant sur des innovations ou des applications technologiques, sont encore loin d'être réunies, et ceci pour plusieurs raisons :

- manque de lisibilité des enjeux et des opportunités offertes par l'innovation technologique ;
- absence de données de cadrage sur les attentes et besoins des clientèles ;
- déficit de partenariat entre les acteurs du tourisme et des nouvelles technologies ;
- existence d'un faible nombre de projets innovants touchant directement au tourisme, ou ayant des applications dans ce secteur ;
- manque de prise en compte de l'innovation technologique dans les politiques territoriales de développement touristique ;
- manque d'appréhension des potentialités du tourisme dans les politiques de soutien à l'innovation et aux nouvelles technologies.

Force est de constater que les responsables territoriaux ont bien souvent du mal à cerner l'impact des mutations technologiques dans l'économie touristique en général, et dans les filières de produits.

Cela provient notamment du déficit de réflexion prospective et technologique enregistré dans la plupart des territoires, et des filières, et des difficultés d'appréhension des besoins des consommateurs en nouveaux services, et des professionnels issus de petites et moyennes entreprises.

En dehors des apports d'internet, les responsables territoriaux ont beaucoup de mal à identifier et à analyser les technologies qui ont influé l'activité touristique de leur région, et citent le plus souvent la création et l'exploitation de bases de données, la gestion de l'information...

Peu de réflexions sérieuses semblent avoir été menées sur les applications, contenus et services à proposer autour du haut débit.

Dans le domaine de la téléphonie mobile, où plus de 37 millions de français sont détenteurs de téléphones portables, et plus de 50 millions de touristes étrangers, très peu de services géo-localisables sont proposés aux clientèles en séjour ou de passage.

La plupart des enquêtes de clientèles conduites dans les territoires ne prennent pas en compte les besoins exprimés ou latents des touristes en termes de nouveaux services nécessitant des développements technologiques.

Seul le CREDOC vient de réaliser une étude sur l'ergonomie des terminaux informatiques et téléphoniques.

IV 3 – Déficit de projets touristiques innovants à base de technologie

La plupart des responsables régionaux regrettent le faible nombre de projets associant tourisme et nouvelles technologies, en particulier au regard de la typologie esquissée dans la Phase III : innovations dans les systèmes mobiles, innovations dans la production, la gestion et la diffusion des contenus, innovations dans les services rendus aux clients, innovations dans la chaîne logistique et le back office.

Les projets technologiques considérés comme innovants dans les régions relèvent soit de la création de nouveaux sites internet, soit de centrales de réservation de destination ou de groupements hôteliers, soit des bases de données d'informations touristiques pour des territoires ou des groupements hôteliers, mais en réalité les projets véritablement innovants sont relativement rares.

Il y a bien quelques projets, quelques initiatives mais souvent isolées et pour une pérennité souvent difficile à assurer :

- **Bourgogne** : traduction en braille des inscriptions d'un hôtel pour l'accueil de personnes mal voyantes, diffusion d'informations touristiques sur le wap dans l'Yonne ;
- **PACA** : programme Allovizite de Voxinzebox, soutenu par l'ANVAR PACA déjà déployé sur le site de Notre Dame de la Garde avec le soutien de l'Office de Tourisme de Marseille, projet d'intégration de ce programme par la Région PACA dans le cadre de son projet de réhabilitation et de promotion des sites antiques ;
- **Rhône-Alpes** : ouverture d'un centre de contact multimédia par le Comité Régional du Tourisme, projet de création d'une place de marché de la montagne par Net4Ski, avec l'appui de l'ANVAR Rhône-Alpes, et indirectement celui du Comité Régional de Tourisme ;
- **Midi-Pyrénées** : création d'une Maison des Pyrénées pour mieux faire connaître la région Midi-Pyrénées aux toulousains, avec un espace de démonstration des nouvelles technologies appliquées au tourisme.

En fait, le développement de projets innovants liés aux TIC s'inscrit dans un contexte à deux vitesses :

- d'un côté le secteur économique de l'enseignement supérieur et de la recherche qui bénéficie d'une priorité dans l'accompagnement public ;
- et de l'autre, les projets liés aux filières professionnelles qui semblent fonctionner au ralenti, en dehors de ces outils, et c'est en particulier le cas du tourisme.

Les opérateurs touristiques et les opérateurs technologiques, publics ou privés, entretiennent généralement peu de relations à l'échelle d'un territoire.

Leurs responsables connaissent mal le secteur du tourisme, et ont donc tendance à sous-estimer ou surestimer leurs potentiels de développement dans ce secteur.

D'un autre côté, la plupart des responsables d'entreprises ou d'organismes touristiques connaissent mal les entreprises du secteur technologique, et les applications potentielles possibles, mais aussi les organismes et les procédures d'aide à l'innovation, les outils de financement, en particulier les fonds régionaux de capital-risque, et les modalités d'accès.

Cette coopération porte sur un soutien au développement de projets innovants dans les industries du numérique, et un appui aux entreprises dans le pré-lancement des projets, étant entendu que la faiblesse du nombre de projets s'explique souvent par la petite taille des entreprises.

Il sera nécessaire de clarifier le rôle et les missions de chaque organisme, et de rechercher de nouveaux processus d'identification, et de stimulation, pour créer des conditions favorables à l'émergence de projets innovants associant tourisme et technologie.

IV 4 – Insuffisante prise en compte de l'innovation technologique liée au tourisme dans les politiques territoriales

IV 4 1 - Au niveau du tourisme

Les schémas de développement touristique : locaux, départementaux et régionaux n'intègrent pas de volet spécifique concernant les nouveaux services s'appuyant sur le déploiement des technologies innovantes : téléphonie mobile, informations et services géo-localisables, agents intelligents, ..., en dehors du canal Internet, et de la création ou de la consolidation de bases de données d'informations touristiques.

A noter que peu de comités régionaux et départementaux du tourisme ont mis en œuvre une véritable stratégie Internet (cf. Bouches-du-Rhône, Vaucluse).

IV 4 2 - Au niveau de l'innovation et des nouvelles technologies

La plupart des régions et des départements ont mis en œuvre des politiques en faveur de la société de l'information, et du développement du numérique, portant sur la diffusion de l'internet rapide, l'extension de la couverture de téléphonie mobile, l'apprentissage et la sensibilisation aux nouvelles technologies, le soutien aux projets innovants publics ou privés.

Mais alors même que le tourisme est souvent considéré comme l'un des premiers secteurs d'applications des nouvelles technologies, on enregistre très peu de projets et chantiers, publics ou privés, concernant ce secteur d'activité.

La plupart des acteurs rencontrés tant dans le secteur touristique que dans le soutien à l'innovation déplorent l'absence d'incubateurs dédiés au tourisme qui permettraient d'accueillir et d'accompagner les porteurs de projets, et de favoriser la création d'entreprises innovantes, auxquelles un appui en matière d'expertise, de conseil et de financement pourrait être apporté.

IV 5 – Dysfonctionnements et blocages dans le soutien aux projets innovants

L'aboutissement de projets innovants nécessite le passage de différentes étapes du processus de développement. A chacune de ces étapes, les porteurs de projets se trouvent confrontés à des difficultés. Certaines étapes sont capitales quant à l'aboutissement des projets, or le soutien des pouvoirs publics dans les phases critiques permet d'accroître considérablement les chances de succès.

L'analyse de la chaîne de soutien à l'innovation laisse apparaître des manques et des dysfonctionnements dans l'aide aux porteurs de projets liés au tourisme :

- **en amont, l'ANVAR, et ses délégations régionales**, ont pour rôle de détecter et accompagner des innovations technologiques ou des applications de technologies existantes susceptibles de générer de nouveaux usages ou services. Mais l'on peut observer que les chargés d'affaires de l'ANVAR connaissent peu ou mal les spécificités du secteur du tourisme et ses modes de fonctionnement.

- **en aval, les organismes et services spécialisés dans le soutien à l'innovation et aux nouvelles technologies dans les régions et départements** (cf. incubateurs, fonds de capital risque,...) ont pour rôle d'accompagner des projets innovants, concernant le cas échéant des applications dans le secteur du tourisme.

- enfin, les **organismes touristiques institutionnels** ont pour rôle essentiel de répondre aux besoins des clientèles et des professionnels, sur la base d'un cahier de charges très précis, et peu importe s'il s'agit d'entreprises implantées ou non dans la région.

Au stade initial de lancement des projets, l'aide d'organismes comme l'ANVAR est fondamentale. Cette aide financière, mais également technique, permet aux équipes de structurer et d'organiser leur projet notamment à travers le soutien des réseaux d'experts.

Cette aide de l'ANVAR s'étend de la phase de validation technique et économique à la fin du programme de recherche et développement.

Il est à noter l'importance des accords entre l'ANVAR et différentes Régions grâce auxquels ces dernières accompagnent financièrement les projets en complément de l'ANVAR. Ces initiatives qui vont dans le sens d'une certaine décentralisation de l'accompagnement des projets sont à appuyer et à développer.

Un point négatif pénalise cependant lourdement ce dispositif. Il s'agit des retards chroniques de paiement des aides de l'ANVAR qui peuvent avoir des conséquences sévères sur la trésorerie des entreprises aidées, en particulier chez les jeunes entreprises innovantes. Une meilleure maîtrise des délais de paiement ne ferait qu'accroître davantage la qualité du service rendu par l'ANVAR.

Une autre étape critique est celle du passage de la phase de développement à la commercialisation. En effet, la conclusion des premières affaires peut nécessiter un certain délai, en particulier s'il s'agit de marchés publics. Pendant ce temps, l'entreprise doit poursuivre son activité sans pouvoir nécessairement bénéficier encore du soutien d'organismes comme l'ANVAR, la phase de recherche et développement étant en achèvement.

A ce stade les soutiens bancaires sont également difficiles à obtenir, l'activité commerciale de l'entreprise étant à peine naissante. Enfin, si les besoins en financement du projet pour cette phase de lancement et de développement commercial sont compris entre 400 K€ et 3.000 K€ le recours au capital risque s'avère très délicat, peu de structure couvrant ce type de besoins.

Il existe des fonds d'investissement régionaux, mais dans la plupart des régions il n'en existe qu'un seul. Aussi, le refus d'investissement d'un fonds signifie-t-il le changement de région pour essayer de collaborer avec une autre structure. Dans ce domaine, les pouvoirs publics devraient favoriser le développement de fonds régionaux voir de fonds inter-régionaux spécialisés. **Nous pourrions en particulier imaginer, sous la tutelle du Secrétariat d'Etat au Tourisme, la création de fonds inter-régionaux spécialisés dans le tourisme afin de favoriser l'innovation dans ce secteur.**

Il ne rentre pas non plus dans le rôle et les attributions des organismes touristiques de soutenir des projets innovants publics, ou a fortiori privés. Ils ne sont pas « outillés » pour prendre des risques, apprécier la pertinence des projets et refusent le plus souvent d'essayer les plâtres sur l'expérimentation de telle ou telle technologie.

Par ailleurs, le moyen le plus efficace d'assurer la pérennité des projets innovants dans cette phase post-développement est d'en soutenir le développement commercial. A ce titre, les organismes touristiques pourraient avoir un rôle moteur dans l'application des nouvelles technologies au tourisme. Il s'agirait pour eux d'inciter les collectivités à investir dans ces produits innovants à travers le montage de co-financements Régions, Départements, autres collectivités, fonds européens ou autres, et pourquoi pas l'Etat lui-même à travers les délégations régionales.

Un dernier facteur clé est celui de la promotion des technologies et du savoir-faire français à l'étranger, en particulier dans le secteur du tourisme. En effet, ce qui représente la première industrie de notre pays est encore fort mal promu à l'étranger,

multipliant ainsi les risques de copies ou de fuites des projets dans le pire des cas. La création sous l'égide par exemple du Secrétariat d'Etat au Tourisme de workshops internationaux permettant aux entreprises françaises de promouvoir leur savoir-faire et leur technologie à l'étranger peut constituer un outil de développement unique. Enfin, le renforcement de la présence française dans les différentes manifestations internationales du secteur permettrait une meilleure promotion des entreprises.