

CiNum 2006

Les travaux intermédiaires,
les sujets, les scénarios,
et un site collaboratif p4 à 6

e-Tourisme

Comprendre l'internaute et
répondre à ses attentes p7 et 8

Société de l'information

La Finlande cherche son second souffle

p3



F.E.D.E.R.

REGION



AQUITAINE

AECInfo est éditée par
Aquitaine Europe Communication,
23 Parvis des Chartrons 33074 Bordeaux.
Téléphone : +33 (0)5 57 57 01 01
Fax : +33 (0)5 57 57 97 17

Directeur de publication : Hervé LE GUYADER.
Ont collaboré à ce numéro : Frédéric AUTECHAUD,
Eric CULNAERT, Marcel DESVERGNE, François GILBERT,
Laurent-Pierre GILLIARD.
E-mail : info@aecom.org
Ce numéro a été édité à 800 exemplaires par AEC.

Retrouvez les archives d'AEC sur
www.aecom.org

L'Assemblée régionale en ligne(s)

Un site internet consacré à l'expression des groupes politiques de l'Assemblée régionale est en ligne depuis le 9 mai 2006. Il a été créé dans le but de favoriser la participation citoyenne au débat public, et ce en conformité avec la loi. Les groupes disposent d'un égal espace d'expression. Une charte de fonctionnement a été adoptée par les élus pour garantir le bon déroulement du débat démocratique et le respect du pluralisme.

<http://groupes-politiques.aquitaine.fr>

Du « Neuf » dans les Pyrénées Atlantiques

Le déploiement du réseau haut-débit du département des Pyrénées Atlantiques progresse avec la mise en service d'une vingtaine de DSLAMs équipés par le groupe Neuf-Cegetel. L'ouverture de ces équipements Adsl, Adsl2+ et Neuf TV s'inscrit dans le cadre de la convention sur le développement numérique du département, signée entre le CG des Pyrénées Atlantiques et Neuf-Cegetel. Cet accord prévoit notamment que la couverture Adsl du département atteigne 99 % d'ici la fin 2006. Le Conseil général des Pyrénées Atlantiques propose sur son site le planning du dégroupage des communes du département et conseille aux habitants de tester leur ligne sur www.degrouptest.com et www.123adsl.com pour connaître le débit. D'autres opérateurs des télécommunications et FAI sont attendus dans les semaines à venir.

www.cg64.fr

IDATE : le très haut débit rentable en 10 ans

Un réseau de communication à très haut débit couvrant 40 % de la population française pourrait être rentabilisé en moins de dix ans, estime le cabinet de recherche Idate qui a récemment remis une étude sur le sujet au ministre de l'Industrie, François Loos. L'investissement nécessaire entre 2006 et 2015 serait de 10,5 à 11,3 milliards d'euros pour couvrir les 40 % de la population situés en zones urbaines et 30 milliards d'euros supplémentaires pour les 60% restants. Le ministre a souligné que les collectivités locales ont un rôle important à jouer en matière de coordination des travaux et d'anticipation des besoins. L'étude de l'IDATE a également montré l'importance du génie civil dans le coût de déploiement d'un réseau à très haut débit en fibre optique (65-70 %).

www.telecom.gouv.fr/telecom/thd/rap_thd.pdf

Des logiciels élevés dans les Landes

L'Agence landaise pour l'informatique (ALPI) compte proposer cette année deux logiciels qui devraient intéresser tout particulièrement les petites communes. Le premier concerne la gestion des cimetières, le second, celle du portage des repas à domicile. L'ALPI compte 463 collectivités adhérentes dont 298 communes, 25 communautés de communes, 131 établissements publics locaux et départementaux.

Impact élevé des TIC pour l'Europe

La Commission européenne vient d'adopter le plan d'action i-2010 en faveur du développement de l'administration électronique. La France est chef de file du chantier « services à impact élevé », dont l'action prioritaire concerne l'achat public en ligne. Notre pays est également très impliqué sur la gestion de l'identité numérique.

Confiance, confiance.

Trente Français reçus par les services du Premier ministre de Finlande, le maire de Tempere ou par un jeune vietnamien du service recherche de Nokia ne passent pas inaperçus. Surtout lorsque ces Français souhaitent des réponses précises et concrètes à leurs interrogations d'opérateurs de téléphonie, d'élus, de techniciens, d'aménageurs de territoire. Surtout lorsqu'on arrive dans ce pays avec des idées préconçues et, quelquefois, la vanité de posséder la vérité.

Parce que cette mission est la quatrième organisée par l'AEC, cette fois-ci en partenariat avec l'Idate de Montpellier, l'écoute attentive révèle une réalité différente, avec du bon et du mauvais.

La lecture de cet AECInfos, du dossier de veille qui l'accompagne et les informations complémentaires sur le site www.aecom.org permettent de se faire une idée assez précise des atouts et des faiblesses de la Finlande dans les domaines du numérique, infrastructures, services et usages.

Si nous n'avions qu'un seul conseil à ramener d'un pays d'un peu plus de cinq millions d'habitants, ce serait celui de retrouver la confiance en nous. Eux ont confiance. Nous l'avons observé, l'Ambassadeur de France nous l'a confirmé. Ils ont confiance dans leurs institutions, confiance dans leurs entreprises, confiance envers leurs élus, confiance en l'avenir malgré le climat et les difficultés quotidiennes. Nous avons perçu un peuple qui ne se ment pas, qui pense Europe et mondialisation, qui, pragmatique, essaie d'intégrer ses générations et transformer ses faiblesses en réussites. Cette confiance en soi est remarquable.

Cette confiance s'accompagne d'un système où la participation des citoyens est reconnue, sollicitée et mise en valeur !

Ce premier juin est la date que nous avons retenue pour préciser la problématique de la deuxième édition des Entretiens des Civilisations Numériques. A la suite des propositions de la première édition : « Conquêtes et conflits », l'équipe en charge de ce projet bâtit les scénarios du futur.

Nous avons fait débattre les « Concepteurs du futur » à Paris, à Helsinki, à Bruxelles. Ces trois rencontres précèdent celle de Tokyo, où nous allons confronter nos approches avec des experts vivant et travaillant en Asie.

Nous aurons donc début septembre une carte disponible de scénarios plausibles pour échafauder les premiers éléments des futures Civilisations Numériques. Les « Décideurs d'aujourd'hui » présents à Margaux auront toute liberté de les enrichir.

Nous empruntons, sans états d'âme, la confiance que nous ramenons des forêts et des lacs de Finlande, pour mener à bien cette aventure ancrée en Aquitaine, avec le regard clairement dirigé vers l'avenir.

marcel.desvergne@aecom.org



Notre couverture

Dans les grands territoires glacés du Nord de l'Europe, les techniques de communication coexistent et se superposent. L'utilité du service l'emporte le plus souvent sur l'esthétique de l'infrastructure. www.fotolia.fr

Réseaux et services : la Finlande fait de nouveaux choix pour ses TIC

Après sa « révolution Nokia » des années 80, la Finlande cherche un nouveau souffle. Les TIC seront-elles de nouveau au cœur du rebond économique espéré ? La marche forcée vers le mobile et le développement du haut débit vont-ils perdurer ? Trente Français ont suivi AEC et l'IDATE dans une quête de réponses.



Durant trois jours, à Tampere puis à Helsinki, la délégation AEC / IDATE aura écouté les stratégies des opérateurs et des acteurs publics des TIC finlandaises.

Avec 96% de population abonnée à la téléphonie mobile et 98% des foyers connectables au haut débit, la Finlande reste aux yeux de l'Europe et du monde un exemple de société de l'information en action. Les missions successives menées par l'AEC ont pour intention de démythifier cette image au profit de l'Aquitaine et de ses partenaires. Vaste territoire boisé, population similaires, concentrations urbaines comparables, les facteurs d'appréciation ne manquent pas et nous ont conduit cette année, du 26 au 28 avril, avec un groupe de trente spécialistes TIC, à aller décoder une situation qui préfigure en partie la notre.

De la fibre et des antennes

Constatée déjà en 2004 et 2005, la crispation monopolistique des investisseurs des réseaux « fibre » conduit la Finlande vers le haut débit sans fil. Cette approche s'appuie à la

fois sur l'existence de pylônes installés stratégiquement sur le territoire à l'occasion de l'implantation de systèmes radio plus anciens et sur la volonté industrielle de placer NOKIA en bonne position sur le marché des équipements pour les nouveaux réseaux (avec l'espoir de renouveler le coup magistral du GSM). La disponibilité du haut débit mobile offre en outre des perspectives en matière de développement d'une industrie de contenus adaptés à ces nouveaux usages et un renouvellement de la relation entre opérateurs et abonnés qui a tendance à stagner.

Utilisation soutenue

Les accès ADSL ne sont pas oubliés et l'engagement politique de 8 mégabits pour 90% des foyers connectés a été pris. Il est soutenu par une réalité des usages qui fait, par exemple, que 90% des Finlandais règlent leurs factures en ligne au travers des sites de leurs

banques et que beaucoup ont un usage régulier du site de leur mairie. On sera plus réservé sur l'impact réel des outils TIC quand ils sont appliqués à des causes nationales comme la lutte contre le chômage. C'est plus généralement les efforts déjà consentis aux projets de e-gouvernance qui appellent, semble-t-il, à la redéfinition progressive des choix et des actions. La Finlande se veut encore plus réactive, plus adaptable et parie, comme le voisin suédois, sur l'accroissement rapide des habitudes TIC de ses citoyens par la mise à disposition technique des réseaux et un usage direct des standards.



AEC en mission, de g. à d. : Hervé Le Guyader, Marcel Desvergne, Michel Carpentier, Thierry Ulmet et François Gilbert dans le hall du QG mondial de Nokia.

Dossier de veille et de mission

AEC publie la synthèse des sujets abordés lors de sa mission 2006 en Finlande.

Chaque mission en Finlande menée par AEC requiert une compréhension accrue des données politiques, géographiques et structurelles de ce grand « petit pays ». Sans prétendre à l'exhaustivité, les organisateurs de l'édition 2006 ont compilé en quatre pages les éléments de compréhension de la situation qui leur a été présentée par les responsables finlandais rencontrés en avril dernier. Ce document est disponible à l'adresse :

www.aecom.org/blog/veille/

Il complète la synthèse des trois missions précédentes éditée début 2005 en établissant en particulier les possibilités de superposition et de complémentarité des réseaux à l'échelle d'un territoire, indépendamment de l'évolution des technologies de transmission. On y trouve également des données sur la recherche, les partenariats public-privés, le dossier de santé électronique partagé et les usages liés aux portails de ville. La synthèse des trois missions précédentes :

www.aecom.org/blog/rdv/2005_09_01_rendezvousaec_archive.html



La délégation 2006 reçue dans les salons de l'ambassadeur de France à Helsinki.

Paris, Bruxelles, Helsinki et Tokyo

Le processus de construction des Entretiens des Civilisations numériques initié l'an dernier par l'Aquitaine prévoyait de réunir à des moments choisis des experts internationaux sur « leurs terres ».

La préparation du second volet de CiNum s'appuie à la fois sur un travail de collecte d'information auprès d'experts et d'acteurs réputés et sur la tenue de quatre ateliers (animés par Daniel Erasmus et Daniel Kaplan) dans des villes emblématiques du monde numérique actuel.

Paris, le 13 mars 2006

Le premier atelier a réuni 17 participants venus de France, de Suisse et des Pays-bas. Il s'est focalisé sur les questions fondamentales soulevées par les perspectives établies par le premier CiNum. Le travail produit a consisté en une série de « graines » de scénarios destinées à guider la collecte d'informations des ateliers suivants (voir page 5).

Helsinki, le 27 avril 2006

La thématique choisie pour le second atelier tenu à Helsinki concernait les « forces agissantes », plus particulièrement celles en oeuvre dans les domaines de l'innovation et de la propriété intellectuelle. Il a été question des tendances majeures en action dans les grands processus de transformation du monde, des plus évidentes à celles, plus floues, que seuls des experts sont en mesure de déceler.



Quelques-uns des participants au remier atelier à Paris : Philippe Durance (futuriste, Lipsor - France), Nicolas Nova (sociologue, EPFL - Suisse), Hubert Lafont (RATP - France), Françoise Roure (Ministère de l'industrie), Paul Soriano (futurologue et écrivain - France); Joost van der Vleuten (Ministère hollandais des affaires économiques).

Bruxelles, le 12 mai 2006

Ce troisième atelier a abordé les enjeux de gouvernance, à grande comme à petite échelle. Il y a donc été à la fois question du rôle des acteurs institutionnels, des Etats-nations, des frontières géographiques et économiques mais également du citoyen. Parmi les participants à cet atelier, on notera la présence d'Anne Bucher (Commission Européenne, DG Information Society, Directrice de

l'Analyse, programme i2010) et de Stig Aanstad, (Commission européenne, coordinateur du programme eEurope).

Tokyo, le 11 juillet 2006

Organisé en coopération avec le Nouvel institut pour le savoir social et la collaboration japonais (New Institute for Social Knowledge and Collaboration), ce dernier atelier portera sur deux objectifs :

- Capter la **vision orientale** exprimée par des participants venant de Corée, du Japon et de Chine.
- Développer le **lien entre culture et technologie** : uniformité et diversité ; création culturelle et identité ; l'économie des contenus et les jeux.

Quelques participants : Izumi Aizu (New Institute for Social Knowledge and Collaboration / Asia Network Research - Japon); Teruyasu Murakami (Nomura Research, « le père des réseaux ubiquitaires » - Japon); Foong Wai Fong (Directrice de Megatrends Asia - Chine / Malaisie); Heewon Kim (Hypercortex, « la déesse des blogs coréens »); Adam Greenfield (auteur de «Everyware» - USA)...



Quelques participants à l'atelier de Helsinki : Erkki Liikanen (Directeur de la Bank of Finland et ex-commissaire européen en charge de la Société de l'information), Michel Carpentier (ancien directeur de la DG 13 Société de l'Information, Commission Européenne), Michael Book (Libraire et activiste), Mikko Puhakka (Capital risqueur, spécialiste du logiciel libre), Ilka Lakaniemi (Manager Senior, Nokia Venture Group).

Six scénarios qui méritent d'être évalués

Fin juillet, les travaux préliminaires de CiNum 2006 auront livré une demi-douzaine de trames du futur. Il faudra alors les confronter au point de vue des décideurs réunis en Aquitaine.

Les six grands scénarios qui seront évalués en octobre prochain à Margaux lors du second CiNum auront pris racine sur la base des squelettes pensés à Paris en mars dernier.

Répartition des mondes

Les trames définies par les experts explorent l'avenir collectif des civilisations numériques sous l'angle principal d'un changement plus ou moins rapide de l'équilibre politique et économique mondial. Les implications de ces modifications vont d'ailleurs à la fois dans le sens d'une coopération plus active de certains peuples mais aussi vers de nouveaux risques de conflits. La première de ces trames se borne d'ailleurs à envisager le futur comme une prolongation des tendances actuelles, mixant le poids grandissant d'un « ogre » Asie avec un tiers-monde à la recherche de solutions alternatives.

La distinction entre ces synopsis de devenir s'établit dans les axes pris par les acteurs actuels du monde, tant du point de vue de leur territoire propre que de l'usage fait des idées et des nouveaux moyens techniques.

Le meilleur du pire et vice-versa

Dans la logique de construction des scénarios, la perspective d'un « grand clash » côtoie celle de « nouvelles Venise ». Une politique individualiste des mégapoles du futur peut-elle engendrer des développements sociaux, techniques et culturels d'une magnitude égale à celle d'un Etat ? Une Chine surpuissante va-t-elle pousser l'Asie vers un chaos nord-sud ? Certaines des échéances techniques sont perceptibles et méritent d'être confrontées à une histoire qui s'écrit désormais à la vitesse des réseaux de données mondiaux.

Ruptures et moteurs du changement : sur quoi peut-on agir ?

Les experts recrutés par CiNum cataloguent les événements qu'ils jugent susceptibles d'introduire des changements durables dans le monde globalisé qui sera notre quotidien d'ici 2025.

Après avoir largement décrit les « macro-tendances » des civilisations numériques, CiNum a entrepris de cerner les enjeux sur lesquels pourrait se bâtir une véritable politique du futur. Ce travail en cours sera croisé avec les scénarios cet automne.

Moteurs d'identité

L'identité n'est plus acquise à la naissance ou figée par l'existence. Comment maintenir un sentiment d'appartenance durable dans le flou multi-identitaire produit par des vies très distinctes ? Comment reconstituer une logique de marché dans un monde de micro-niches ethnique, culturelles, religieuses, etc ? On voit les technologies numériques comme des outils capables de structurer ces identités multiples à l'échelle individuelle et collective.

Coopération compétitive

Les modèles traditionnels de gouvernement sont mis à mal par l'apparition de communautés de toutes

tailles qui s'organisent en réseaux et appliquent leurs propres codes de conduite. Ce mode d'organisation non hiérarchique remet en cause la plupart des schémas de transit de l'information et octroie un pouvoir inégalé à ses membres en rendant obsolète le rôle des intermédiaires. Cette tendance produit toutefois en retour une discrimination à l'encontre des membres les moins aptes à user de ce nouveau pouvoir. Les capacités d'auto-organisation de groupes d'intérêt sont elles compatibles avec les réponses à apporter à des enjeux communs ? Coopération et compétition peuvent-elles coexister ?

Une croissance restreinte ?

Les limitations prévisibles touchant par exemple à la disponibilité de l'énergie ou au réchauffement climatique global peuvent engendrer, à terme, des processus de limitations volontaires qui seront probablement précédés par des conflits destinés à prolonger les inégalités actuelles en matière d'accès aux ressources naturelles



Atelier CiNum de Paris : Daniel Erasmus et Daniel Kaplan, les architectes des scénarios du futur, et, en arrière-plan, le tableau de travail de la session.

Actifs, comment et jusqu'où ?

La globalisation n'interdit pas les choix, tant au niveau des Etats ou des individus qu'à celui des entreprises. La prise en compte de la notion de responsabilité, individuelle, industrielle ou collective devient un paramètre majeur distinguant les scénarios futurs de CiNum. Certains envisageront l'avenir du principe de précaution ou l'élargissement de l'Europe à l'Est comme des messages capables d'agir par delà le marché et les technologies.

et à l'innovation. L'innovation elle-même peut être contrecarrée par deux phénomènes : le « principe de précaution » dès lors qu'on l'applique aux avancées en matière de recherche fondamentale sur la vie, la matière et l'intelligence au nom de risques inconnus (et donc largement fantasmés) ; des restrictions engendrées par des aspects économiques (propriété intellectuelle) et sécuritaires. L'innovation doit-elle muter vers une ambition nouvelle ?



Sécurité et inefficacité

Plus la technologie se répand dans un monde obsédé par la sécurité, plus la dualité transparence / opacité devient conflictuelle. Une nouvelle inefficacité systémique entre en jeu, recréant du mystère sans mettre à mal les outils de gestion mais questionnant le processus d'innovation en matière de services interconnectés.

Du web collaboratif pour partager CiNum

Les Entretiens des Civilisations Numériques appliquent à leur fonctionnement les possibilités nouvelles offertes par la technologie de partage collaboratif de l'information.



Vous allez découvrir le nouveau site web de CiNum. Il a conservé son adresse www.cinum.org mais ses contenus et son fonctionnement sont totalement renouvelés. Afin de partager les travaux en cours et à venir, CiNum mise en effet sur des échanges interactifs avec l'ensemble des acteurs aquitains, nationaux et mondiaux. Pour y parvenir, le web actuel offre un luxe de technologies qui ne demandent qu'à être employées.

Ouvert à tous

Comme un blog, ce site accueille les remarques et les contributions de l'ensemble de ses visiteurs. Le « risque » modéré que représente une telle possibilité assure à l'ensemble des Aquitains un véritable droit de regard sur les travaux menés dans le cadre des Entretiens des civilisations numériques. Les articles - scénarios, thèmes, contenus d'actualité - qui y seront publiés pourront donc être annotés, discutés et évalués dans le sens d'un bénéfice commun. L'anglais à beau être la langue de travail officielle de CiNum, cette règle ne s'applique pas aux commentaires en ligne qui peuvent être postés. Le message est clair : les Français doivent saisir l'occasion de mettre leur réalité, leurs espoirs et leurs doutes dans cette machine à capter l'information prospective.

Centre de ressources

Ce site nouveau reste toutefois avant tout une source d'information dans la mesure où il concentre la totalité des documents de travail et d'élaboration du processus CiNum. On pourra ainsi y retrouver les publications, photos, revue de presse et anecdotes qui forment le « tout » de ce grand cadeau prospectif que l'Aquitaine se fait à elle-même et au reste du monde. Si ce n'est pas déjà le cas, voici votre nouveau « favori ».

www.cinum.org

Retraite branchée

Animée par des retraités, l'association AGIRabcd Marmande (47), propose une initiation aux fondamentaux informatiques : usage d'un micro, initiation au traitement de texte, au tableur et à internet. La Chambre des métiers et deux sociétés locales assument les besoins matériels de l'initiative.

Podcast pour tous

Crée par la Ligue de l'Enseignement et conduit par Pierre Mazagot, responsable du Service des Techniques d'Information et de Communication d'Éducation Populaire (TICEP), le giro-web est un programme d'initiation aux nouvelles technologies dont la double particularité est d'être itinérant et axé sur les nouveaux usages. Cette année, c'est de podcast - la diffusion radio par fichiers téléchargeables - qu'il s'agit. Trois ateliers ont permis à de jeunes girondins(dines) de produire des reportages locaux désormais disponibles sur le web de la manifestation.

<http://giroweb.liguefol33.asso.fr>

Le B. A. BA de la promotion touristique ?

L'Office de tourisme d'Anglet et l'Office de tourisme de Bayonne unissent leurs efforts sur internet en lançant un nouveau portail qui propose en temps réel l'actualité et les nouvelles offres de séjours des deux stations : location de vacances, séjour à thème, formule hôtelière, restauration, circuit découverte, etc.

www.anglet-bayonne.com

Croissance fulgurante de l'Afrique mobile

Douze ans après l'ouverture de son premier réseau GSM, le marché de la téléphonie mobile en Afrique a atteint le seuil des 150 millions d'utilisateurs en avril 2005. Ouvert sur 53 réseaux distincts couvrant une population de 900 millions de personnes, la téléphonie mobile panafricaine cumule un taux de pénétration parmi les plus bas au monde (15%) avec le taux de croissance le plus haut pour 2005 (+66%). Le cabinet d'études Informa Telecoms & Media annonce 186 millions d'utilisateurs à la fin 2006. Plus de la moitié de cette croissance sera fournie par quatre marchés : l'Égypte, l'Algérie, le Nigéria et l'Afrique du Sud. Dans le même temps, seulement 2,5 % de la population africaine est en ligne. Au classement des pays d'Afrique disposant du plus large accès à l'Internet, l'Égypte se place à la première place avec 5 millions d'utilisateurs, suivi par l'Afrique du Sud et ses 3,6 millions, le Maroc à 3,5 millions et le Kenya à 1,5 million.

14% des « grands » sur le web

Selon les chiffres publiés par Comscore Networks, 694 millions de personnes de 15 ans et plus ont utilisé internet en mars 2006. Il est admis que 16% de la population mondiale utilise le réseau.

7% des foyers connectés en Wi-Fi

Selon le rapport « Connected Home Devices » de la firme Strategy Analytics, une moyenne de 7% des foyers en Europe et aux USA disposent d'un réseau sans fil. Le rapport note que ce sont les foyers les plus aisés qui sont les plus prompts à opter pour cette solution technique. En tête, les USA avec une pénétration de 8,4%, suivis par les pays nordiques avec 7,9%, le Royaume-Uni avec 6,1% et l'Allemagne avec 5,1%.

www.strategyanalytics.net

Que cherche le touriste qui se cache dans l'internaute ?

Les sites Web touristiques participent grandement à l'évaluation, au choix, aux décisions d'achat de produits ou de prise d'informations touristiques. Malgré cet intérêt (1 voyage sur deux achetés par le biais du Web chez les Tours Operators), on connaît peu de choses sur les stratégies de l'internaute lorsqu'il recherche une destination de vacances ou s'informe sur une prestation touristique.

Le Conseil Régional de Bretagne a confié en 2005 à l'agence M@rsouin une étude « Tourisme et Internet » dont l'intention initiale était de comprendre les mécanismes mis en oeuvre par l'internaute en quête d'informations spécifiquement orientées vers ses loisirs de vacances. L'approche systématique et scientifique de cette agence, avec laquelle AEC collabore dans le cadre de la méthodologie de diagnostic régional SOURIR, a livré un luxe d'indices sur la situation.

Produits locaux

Les constats portés sur l'existant en matière de présence des hébergeurs sur le web accèdent à une vraie prise en compte de son potentiel : les structures éloignées des bords de mer connus ont un niveau de référencement et de conception de site de bien plus haute qualité ; les lieux d'hébergement privés possèdent une visibilité sur le Web de bien meilleure qualité que ceux dépendants d'organismes publics ou de municipalités (campings municipaux par exemple). La majeure partie des sites des hébergeurs sont le résultat d'un développement personnel ou assuré par un membre de la famille. La majorité des hébergeurs reconnaissent pourtant n'avoir pas la compétence technique et informationnelle pour faire vivre leur site. Le recours à un prestataire de

service dans ce domaine est rare. Parmi les hébergeurs n'ayant pas de site, le désir exprimé d'avoir un site notamment chez les hébergeurs situés dans les sites touristiques. Toutefois, l'analyse par entretien téléphonique montre que ces personnes ont une très faible connaissance de la communication sur Internet et de la façon d'y apparaître (méconnaissance de l'existence de petites structures de conception des sites, exagération des coûts de développement et de maintenance, confusion entre prestataires de services de serveurs et possession d'un ordinateur personnel, etc.). Plus qu'une faible connaissance du marché des prestations de service de ce type existe chez les hébergeurs locaux. L'analyse des sites existants montre un retard assez important dans la conception des sites et leur mise à jour (54% ont une mise à jour de plus de 12 mois). La faible ouverture vers l'extérieur (touristes étrangers) est une réalité (moins de 1% des sites des hébergeurs disposent d'une traduction (même simple page) en anglais ou toute autre langue).

Ambiance typique

Les travaux menés par M@rsouin ont également conduit à évaluer plusieurs pistes marketing, comme la présence à l'écran de photos noir et blanc, d'époque ou pas, ou des ambiances sonores et visuelles. Nous renvoyons bien entendu le lecteur aux résultats exhaustifs de l'étude, publiés sur le site de l'agence brestoise, mais il apparaît nettement que les efforts de crédibilisation de la destination touristique, qu'il s'agisse d'immersion sensorielle ou de qualité d'enracinement culturel, sont perçues et décisives pour l'internaute. Ces tests, menés sur des échantillons de 90 à 120 personnes, feront probablement l'objet de publications ultérieures tant ils abondent dans le sens d'un travail strictement marketing des destinations. Alors que 24% des sites touristiques des quatre départements bretons ne proposent pas de photos de leur lieu d'implantation à leurs visiteurs et que 93% n'ont pas de lien vers d'autres sites de leur environne-



ment (présentation terroir, produits, etc.), la prise en compte de quelques règles de psychologie internet ne peuvent nuire. D'autant que ces travaux peuvent être appliqués à des situations régionales semblables.

Des visiteurs revisités

Comme beaucoup de secteurs de la consommation de services, le tourisme vit la disparition du modèle théorique du consommateur, fondé sur la tranche d'âge et l'appartenance à une « catégorie socio-professionnelle ». Les « scénaristes du futur proche » essaient de dompter sa diversité nouvelle au travers de quelques grands modèles, du tourisme d'affaire au visiteur asiatique en passant par le duo « senior sans contraintes + jeune pressé » en quête tous deux de preuve sociale, un concept des sciences du comportement qui stipule que le simple fait pour un individu de constater qu'autrui l'a précédé dans une action suffit à l'inciter plus fortement à réaliser ce comportement. De même, les capacités multimédia du web posent problème dans leur capacité à trop dévoyer le contenu local, à le théâtraliser jusqu'à la caricature. Les acteurs mondiaux du tourisme s'accordent sur le fait que l'analyse décisionnelle dans leur domaine requiert la prise en compte d'un ensemble plus large de paramètres, du bagage culturel des continents à la structure financière des foyers. Les Chinois ne s'intéressent pas au littoral ; le web y peut-il quelque chose ?



En Bretagne, terre de tourisme au même titre que l'Aquitaine, 4 sites web d'hébergeurs professionnels sur 5 ne donnent pas les tarifs et 23% ne font pas apparaître d'adresse de courriel.

Tourisme et transitions

En Aquitaine plus qu'ailleurs, la ressource touristique s'impose comme un vecteur majeur de l'aménagement du territoire. Mais quel est le rôle concret joué par les TIC dans ce complexe écosystème fait d'initiatives publiques et de PME de terrain ?

A chaque échelle de notre territoire, une ou plusieurs entités ont en charge la promotion touristique. L'usage courant des TIC, le diagnostic annuel réalisé par AEC le confirme, y est répandu. Les outils pertinents ont vaincus les réticences.

Pas de substitution

Pour Christian Cailleau, directeur adjoint du Comité Départemental du Tourisme de la Gironde en charge de la promotion : « Aussi performantes soit-elles, les TIC ne peuvent pas se substituer à nos supports de communication classiques qui assurent la plus grande partie de notre mission de promotion. Le web offre des opportunités mais requiert des moyens conséquents pour répondre convenablement au volume de contacts qu'il engendre ». Dans un univers où la nécessité et la pertinence de communication papier et événementielle ne se démentent pas, les TIC réclament un surcroît de moyens complexe à évaluer. Il poursuit : « avec le web, c'est la demande qui change. Les attentes sont plus techniques, plus descriptives, plus éloignées de la mission de promotion globale qui nous est confiée ». L'internaute serait-il devenu une machine à comparer, insensibilisé au discours identitaire construit par les acteurs publics ? La tendance tend à montrer que le web et les TIC jouent un rôle intermédiaire mais qu'ils sont secondaires dans la plupart des choix et des actes d'achats. Anne Bellet, du service Promotion Marketing du CDT33 confirme : « nous évaluons le potentiel offert par le positionnement

de nos messages dans des sites ciblés hors tourisme. Nous avons par exemple eu d'excellents retours sur une opération ponctuelle avec le portail du magazine Notre temps dédié aux seniors. ».

Le juste usage

La présence des acteurs privés de l'hébergement en haut des moteurs de recherche, la disparité de moyens octroyés aux structures de promotion touristiques communales, la massification des usages au sein des populations tendent à faire émerger des stratégies de promotion nouvelles. Le Printemps du Littoral co-développé par sept Comités Départementaux du Tourisme (Gironde, Manche, Charente-Maritime, Landes, Pyrénées Atlantique, Pyrénées Orientales et Var) témoigne de cette transition vers une promotion plus thématique (des micro-labels) dans laquelle l'effort commun sert une volonté marketing très affûtée. Pour faire « consommer » le littoral en avant-saison, le web et les TIC jouent principalement leur rôle de média, propageant des messages étudiés vers des populations ciblées en temps réel. Cette dynamique nouvelle accompagne des actions encore plus incisives menées par des regroupements sectoriels - réseaux de campings par exemple - ou locaux. C'est le cas du nouveau portail web lancé conjointement par les Offices du Tourisme de Bayonne et d'Anglet qui, par delà la promotion d'une destination, accompagne l'acte d'achat. La transition suit son cours.



www.tourisme-aquitaine.fr
www.anglet-bayonne.com

Le site du Comité Régional du Tourisme en Aquitaine est la vitrine principale de l'offre d'hébergement régionale sur le web. Mission oblige, son action se limite pour le moment à la promotion la plus égalitaire possible des fichiers entretenus par les acteurs de terrain que sont les OTSI et les entreprises privées.

Périgueux Rendez-vous

10h-17h au Centre Départemental de la Communication
En partenariat avec le Conseil Général de la Dordogne

Les enjeux du eTourisme

Dans le réseau des OTSI et des Pays du Périgord, Internet est au centre de nombreuses réflexions et initiatives. Quelle bonne échelle choisir pour la promotion ? Comment mutualiser les ressources ? Quelle articulation entre public et privé ?



■ Ouverture

Bernard CAZEAU, Président du Conseil Général de la Dordogne

■ Tendances du e-tourisme - Enjeux à l'échelle d'un territoire
Techniques et réseaux d'information touristiques, services en mobilité, webmarketing, réservation en ligne,

Ludovic DUBLANCHET, Responsable Tourisme - ARDESI Midi Pyrénées

■ Les nouveaux processus d'information et de réservation dans la filière touristique

Marie BERGEREAU, Cabinet LANCEA Développement

■ Nouveaux outils, nouveaux usages : des opportunités pour la promotion touristique

Eric CULNAERT, responsable de la veille AEC

■ Les Systèmes d'Information Touristique en Dordogne (SIRTAQUI et LET)

Marie-Pascale RAYNAUD, Comité Départemental du Tourisme

Georges HONORAT, Service du Tourisme du Conseil Général

Henri GUILLOT, PDG du Cabinet FAIRE-SAVOIR

Brigitte BLOCH, Directrice du Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine

■ Débat avec la salle

Germinal PEIRO, Vice-président du Conseil général en charge du tourisme

■ Développer l'audience sur Internet

Vincent MOREAU, Responsable de l'agence Systemic Toulouse

■ Témoignages de professionnels périgourdins :

Table ronde animée par

Marc BECRET, Directeur-adjoint des services du Département

Daniel DEBAYE, Directeur du Comité Départemental du Tourisme

■ Clôture

Michel DEBET, Vice-Président du Conseil général en charge des TIC

Novembre

15

Paris Rendez-vous

Sénat



MOBILocal : les trophées des usages innovants du nomadisme et de la mobilité dans les collectivités locales.

Organisé par le cabinet TACTIS sous le patronage du président du Sénat en partenariat avec le Journal des télécoms, SFR entreprises et d'autres acteurs du secteur. Ces trophées qui sont ouverts aux communes, intercommunalités, départements et régions seront remis le 15 novembre lors d'une manifestation au Sénat.

www.mobilocal.fr