

Progression des usages : du tourisme innovant au smart tourisme

Appel à communication, Journée d'étude, 01 avril 2021

Université Gustave Eiffel, Laboratoire Dicen-IDF, 6-8 cours du Danube, 77000 Serris.

L'Université Gustave Eiffel et le laboratoire Dicen-IDF organisent une journée d'étude consacrée à l'émergence de l'innovation dans le tourisme. Cette journée souhaite interroger le renouvellement des destinations et des pratiques touristiques à travers les transformations portées par le numérique. Avec une approche pluridisciplinaire, nous tenterons d'illustrer les dynamiques du secteur associées aux différentes dimensions de l'innovation.

Le tourisme est un secteur d'activité en perpétuelle évolution où l'innovation devient indispensable pour accompagner les besoins des acteurs et les demandes des visiteurs. Selon Ducroquet et Viallon (2017), cette innovation peut être envisagée sous différentes dimensions : engendrée par la technologie, caractérisée par une nouvelle offre, de nouveaux espaces, ou simplement construite par le sentiment du touriste face à une activité jusqu'alors inconnue de ses pratiques habituelles. Avec une injonction à l'innovation portée par le numérique, il n'est plus possible d'assurer durablement la rentabilité ou la pérennisation des activités touristiques sans prendre en compte l'apparition des nouvelles technologies. En se basant sur ce besoin constant de réinvention des acteurs, il devient nécessaire d'affiner les connaissances du secteur pour répondre aux demandes et aux exigences toujours croissantes des visiteurs.

La littérature internationale conceptualise ces transformations récentes autour des termes *smart* (Shafiee, 2019, Boes & al, 2015, Gretzel & al, 2015). Quand le *smart tourism* tachera de se concentrer sur le renouvellement de l'expérience touristique, la *smart destination* prendra de la hauteur pour conceptualiser la gestion des territoires touristiques (Fabry & Blanchet, 2019). Le concept *smart* suscite un engouement relativement peu étudié en France, tant au sein de la communauté des chercheurs qu'auprès des politiques publiques. Cependant, bien qu'il n'existe aucune définition officiellement admise, l'utilisation à outrance du terme *smart* contribue à le vider de son sens (Wolfram 2012).

Ce nouveau concept nous invite à réfléchir à ce sujet et à questionner les caractéristiques qui le composent. En tant que nouvelle ère étroitement liée au développement des données numériques et à l'arrivée de l'intelligence artificielle (Femenia-Serra, 2019, Zsarnoczky, 2017), nous pouvons questionner la transformation forcée des acteurs et des organisations qui doivent se préparer à faire évoluer radicalement leurs procédures et leurs compétences, à la manière de la digitalisation du secteur dans les années 2000. Sans recul suffisant et nécessaire pour envisager l'impact de cette nouvelle vague d'innovation, il est essentiel de pouvoir les appréhender à travers la recherche académique. Cependant cette innovation n'est pas uniquement technologique. La présence du tourisme questionne les sensibilités des territoires face à des incapacités structurelles à accueillir les visiteurs conduisant à un rejet des activités touristiques et un sentiment de destitution des territoires pour les habitants (Ballester, 2017). Les termes *smart* peuvent parfois être remis en cause là où la technologie n'est plus suffisante pour améliorer le quotidien de vie des habitants et les expériences touristiques. Si le numérique apporte une connaissance plus précise des territoires alors il doit conduire à une maîtrise plus fine des destinations.

Ainsi qu'elle soit portée par les transformations du secteur ou les concepts académiques *smart*, l'innovation suppose un renouvellement de l'expérience touristique (Axe 1), une

adaptation des acteurs face aux conséquences que peuvent apporter les nouvelles technologies (axe 2) et une remise en question des liens entre visiteurs, résidents et territoires (axe 3). De plus, la crise sanitaire est venue accélérer les mutations portées par le numérique révélant des mécanismes en construction et des besoins intrinsèques aux acteurs. Dans cet appel interdisciplinaire, nous souhaitons questionner l'innovation du point de vue technologique, sociétal et territorial.

Axe 1 : Usage du numérique pour réinventer l'expérience touristique

L'aspect volontairement polymorphe de la notion d'expérience questionne ce qui *est et fait* expérience dans le tourisme (Vergopoulos 2016). Questionner le numérique dans l'expérience suppose de créer le changement, c'est donc anticiper l'évolution des attentes à l'échelle d'une destination ou bien d'un opérateur. L'innovation est une des clés qui permet de déterminer ces changements pour montrer sa volonté de renouveler les pratiques avec une importance accordée à la nouveauté et à la créativité. Les propositions dans cet axe pourront concerner la gamification de l'expérience touristique, le renouvellement des médiations culturelles, la construction d'un imaginaire collectif à travers le développement et la mise en visibilité d'un nouveau produit touristique, la labellisation de certaines offres ou de manière générale l'impact des nouvelles technologies sur l'expérience touristique.

Axe 2 : Usages des données numériques pour questionner les destinations

Le renouvellement du secteur est conduit en partie par les technologies qui créent des données numériques synonymes d'information (Wifi, 5G, GPS, RFID, etc.). L'importance de la donnée pousse de nombreux acteurs à réévaluer la connaissance de ces technologies et l'importance à leur accorder au quotidien. Pour certains, construire des actions conduites par la donnée relèvent d'une réelle nécessité (gestion des flux, *yield management*, identification des faits saillants), pour d'autres, la donnée est un complément qui vient accompagner la prise de décision et les activités (Accueil et accompagnement, stratégies territoriales, gestion des réseaux sociaux). Ce discours de la donnée reste le plus souvent source d'inquiétude plus qu'une source réelle de solution tant il tend à imposer son exploitation comme usage indispensable. Il est important de savoir traduire nos données en une source pratique et réellement utile pour les différents professionnels du tourisme, sans omettre de prendre en compte la question liée à la confidentialité et à la réticence du partage des données. Dans cet axe, pourront être proposés tout travaux concernant l'analyse et l'exploitation des data à vocation touristique.

Axe 3 : Gouvernance et cohabitation des usages d'une destination

Un constat d'échec peut être associé à la gestion des territoires touristiques : en devenant une simple variable d'ajustement économique et politique (Veil, 2012), contribuant aux malaises des populations et des environnements, ou considéré comme un secteur dont l'image du visiteur est stigmatisée au profit du « bon voyageur ». Que ce soit dans l'approche institutionnelle des organisations ou la cohabitation des usages différenciés des destinations, il est nécessaire de questionner l'activité touristique pour comprendre la condamnation grandissante du secteur. Dans un contexte où l'usage du numérique crée des solutions technologiques, nous pouvons nous demander si la pertinence du numérique est synonyme d'une gestion favorable des territoires. Dans cet axe pourront être proposées toutes recherches concernant la cohabitation et la durabilité des usages d'une destination (Höjer, 2015), l'usage du numérique pour renouveler la coopération des acteurs ou la réinvention des espaces touristiques.

Bibliographie

- Ballester, P. (2018). Barcelone face au tourisme de masse : « tourismophobie » et vivre ensemble. *Téoros: revue de recherche en tourisme*, 37(2).
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising smart tourism destination dimensions. In *Information and communication technologies in tourism 2015*, 391-403, Springer, Cham.
- Ducroquet, A., & Viallon, P. (2017). *Tourisme et Innovations : entre adaptations et (R) évolutions (1/2)*, *Mondes du Tourisme*, 13.
- Fabry, N., & Blanchet, C. (2019). *Monacos struggle to become a smart destination*. *IJTC International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 672-684.
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2), 109-133.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Höjer, M., & Wangel, J. (2015). *Smart sustainable cities: definition and challenges*. In *ICT Innovations for Sustainability* (pp. 333-349): Springer
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). *Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review*. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300.
- Vergopoulos H. (2016), L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ? *Via, Tourism Review*, vol. 10, mis en ligne le 01 décembre 2016.
- Wolfram M. (2012). "Deconstructing Smart Cities: An Intertextual Reading of Concepts and Practices for Integrated Urban and ICT Development". *Proceedings REAL CORP 2012 Tagungsband 14-16 May 2012*, Schwechat.
- Zsarnoczky, M. (2017). How does Artificial Intelligence affect the Tourism Industry? *VADYBA*, 31(2), 85-90.

Modalités de contribution

Les propositions de communications sont à déposer en ligne sur la plateforme dédiée au plus tard le 31 janvier 2021 : <https://smartrtourism.sciencesconf.org/>

- Les propositions doivent être rédigées en français ou en anglais.
- Format : 300 mots hors bibliographie en précisant les coordonnées et statut de l'auteur.
- Présentation selon l'axe choisi et bibliographie indicative.

Calendrier :

- 31 janvier 2021 : Date limite de réception des propositions de communications.
- 20 février 2021 : Notification d'acceptation ou de rejet.
- 01 avril 2021 : Journée d'étude (ou webinaire selon situation).

Contact et coordination

- Cyril Blanchet, doctorant, sciences de l'information et de la communication, Dicen-IDF, Université Gustave Eiffel, cyril.blanchet@univ-paris-est.fr
- Naïma Aïdi, doctorante, sciences de l'information et de la communication, Dicen-IDF, Université Gustave Eiffel, naima.aidi@univ-eiffel.fr
- Nathalie Fabry, maître de conférences (HDR), économie, Dicen-IDF, Université Gustave Eiffel, nathalie.fabry@univ-eiffel.fr