

**Mémoire de D.E.A
Société et Environnement
Gestion des Espaces Montagnards**



**Société de l'Information et TIC :
Évaluation de la politique publique**

TIC et Tourisme en pays de montagne géographiquement isolé
Le cas de la Haute Maurienne Vanoise

Marjorie ASSELINEAU
Promotion 2003-2004

Sous la Direction de
S.CHARDONNEL
Soutenance le 17 septembre 2004

NOTICE ANALYTIQUE

FILIÈRE :

I.U.P.

Maîtrise

DESS

DEA Gem

DEA Réseau

AUTEUR	NOM		PRÉNOM	
	ASSELINEAU		Marjorie	
TITRE	Société de l'Information et TIC : Evaluation de la politique publique TIC et Tourisme en pays de montagne géographiquement isolé : Le cas de la Haute Maurienne Vanoise			
UNIVERSITÉ JOSEPH FOURIER	Nom et prénom du Directeur de mémoire		Stage sous convention : organisme et lieu	Nom et prénom du Maître de stage
	Institut de Géographie Alpine		Sonia CHARDONNEL	SIVOM de Val Cenis Commune de Lanslebourg
COLLATION	Nb. de pages	Nb. de volumes	Nb. d'annexes	Nb. de réf. biblio.
	75	1	1	12
MOTS-CLÉS	TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) - Internet - Haut débit - Politiques publiques - Territorialité - Tourisme - Montagne - Espace Public Numérique - Société de l'Information			
TERRAIN D'ÉTUDE OU D'APPLICATION	La Communauté de Communes de Haute Maurienne Vanoise France – Rhône Alpes – Savoie – Maurienne			Année universitaire : 2003/2004

RÉSUMÉ

Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication est devenu un objectif stratégique pour la croissance économique du pays. Les enjeux économiques des TIC concernent de nombreux secteurs dont le tourisme. Parallèlement à cette extraordinaire diffusion des TIC, la fracture numérique des territoires ne cesse de se creuser entre ruraux et urbains et est exacerbée dans les zones de montagne.

Ce mémoire présente dans une première partie les technologies des TIC, leurs usages et enjeux. Les acteurs publics et les politiques publiques en matière de TIC sont ensuite analysés depuis le niveau supranational au local. Enfin, une étude de cas aborde la problématique des enjeux des TIC et du tourisme en pays de montagne géographiquement isolé.

SUMMARY

The development of TIC became a strategic objective for the economic growth of the country. The economic stakes of the TIC concern numerous sectors of which the tourism. At the same time as this extraordinary distribution of TIC, the digital fracture of territories does not stop racking itself between rural and urban and is aggravated in the zones of mountain.

This report presents in a first part the technologies of TIC, their manners and the stakes. The public actors and the public politics are then analyzed since the supranational level in the premises. Finally, a case study approaches the problem of the stakes of the TIC and the tourism in country of mountain geographically isolated.

Fiche descriptive du stage

Remarque :

Le présent mémoire a été rédigé dans le cadre d'une implication professionnelle dans le secteur des TIC et non pas d'un stage.

Deux postes sont exercés sur la station de Val Cenis en Haute Maurienne Vanoise :

- Responsable de l'Espace Public Multimédia de Lanslebourg Mont Cenis (Commune de Lanslebourg)
- Webmestre à la Maison de Val Cenis, chargée de promotion et développement du e-marketing (SIVOM de Val Cenis)

Nom et adresse de l'organisme d'accueil :

Espace Public Multimédia

1, rue de la Chaîne
73480 Lanslebourg Mont Cenis

La Maison de Val Cenis

89, route du Mont Cenis
73480 Lanslebourg Mont Cenis

Compétences de l'organisme

Espace Public Multimédia - Régie Municipale

Lieu public d'accès Internet et d'initiation à l'informatique et au multimédia

La Maison de Val Cenis

Office de Tourisme de la station de Val Cenis
Promotion et commercialisation de la station

Service :

Espace Public Multimédia

Responsable du fonctionnement de la structure

La Maison de Val Cenis

Service Promotion/Commercialisation
bien que la position de webmestre implique une étroite collaboration avec l'ensemble des services

Responsable du stage, sa fonction :

Mémoire rédigé dans le cadre d'une activité professionnelle

Missions confiées (en insistant le cas échéant sur le caractère innovant ou expérimental) :

Dans le cadre de l'Espace Public Multimédia, la mission consiste à développer, organiser et gérer la structure dont l'objectif consiste à transmettre les connaissances nécessaires à l'usage des TIC à la population et permettre un accès public à l'Internet.

Dans le cadre de la Maison de Val Cenis, la mission de Webmestre regroupe des actions assez vastes. La principale est de développer une stratégie e-marketing, d'élaborer et de proposer les opérations envisageables en fonction de l'évolution du marché du e-tourisme. Une seconde mission consiste à être l'interface entre les utilisateurs de l'OPEN SYSTEM à la Maison de Val Cenis et la société Alliance Réseaux, qui développe le produit. Enfin, des actions de formations et de conseils dans l'usage et l'équipement informatique et multimédia font également partie de la mission.

Mise en œuvre /méthodologie (tâches effectuées, compétences mobilisées en précisant selon trois aspects : conception/réflexion, terrain ou recueil de données, traitement et analyse d'informations) :

Les missions proposées s'inscrivent dans le cadre de nouveaux métiers. Un important travail de recherche documentaire, de veille technologique et concurrentielle doit être régulièrement renouvelé.

La présentation de projets de communication ou d'actions à mettre en œuvre pour le développement des usages fait partie des missions régulières.

S'agissant d'un secteur en constante évolution, il demande de gros efforts d'anticipation des pratiques, des besoins et usages

*Je remercie toutes les personnes qui, de loin ou de près,
ont apporté une contribution à ce travail,*

*Merci à Jean Pierre JORCIN, Maire de Lanslebourg,
qui m'a fait confiance pour cette mission.*

*Et à Sonia Chardonnell,
pour ses orientations et son aide.*

*Enfin merci à Jack
et à mes proches pour leur soutien.*

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	6
INTRODUCTION GENERALE	11
PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE	13
1^{ERE} PARTIE : LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : ENJEUX ET USAGES	16
CHAPITRE 1 : QUE SONT LES TIC ?	16
1. <i>Définition générale</i>	16
1.1. Principes généraux	16
1.2. Les différents domaines des TIC	17
1.3. Les acteurs des TIC	17
2. <i>L'Internet</i>	18
2.1. Origine et historique de l'Internet	18
2.1.1. Le développement d'Internet	18
2.1.2. Qui dirige Internet ?	18
2.1.3. Les influences d'Internet	18
2.2. Internet, comment ça marche ?	19
2.2.1. Principes généraux	19
2.2.2. Le protocole de transmission TCP-IP	19
2.3. Les grands principes de l'Internet	20
2.3.1. L'accessibilité	20
2.3.2. L'utilité publique	20
2.3.3. Le respect des règles d'éthique	20
2.3.4. Les solutions techniques appropriées	20
3. <i>Les technologies d'accès à l'Internet</i>	21
3.1. Notions de débit	21
3.2. Comparatif des technologies du Haut Débit	21
3.3. Adaptation des technologies du Haut Débit à la zone desservie	22
3.3.1. Les zones urbaines et les zones rurales avec fortes densité (+ 50 abonnés)	22
3.3.2. Les zones rurales de faible densité (moins de 20 abonnés)	22
3.3.3. Les technologies alternatives	22

CHAPITRE 2 : LES USAGES DES TIC	23
1. <i>Les secteurs d'application des TIC</i>	23
2. <i>Pourquoi utiliser l'Internet</i>	23
2.1. Pour Communiquer.....	23
2.2. Pour s'informer	23
2.3. Pour consulter sans se déplacer	23
2.4. Pour faire du business	24
3. <i>Statistiques d'utilisation d'Internet</i>	24
4. <i>Les usages futurs des TIC</i>	25
CHAPITRE 3 : LES ENJEUX DES TIC ET DU HAUT DEBIT	26
1. <i>Les Enjeux des TIC</i>	26
1.1. Les enjeux territoriaux	26
1.2. Les enjeux économiques et sociaux.....	26
2. <i>Les enjeux du Haut Débit</i>	27
3. <i>Diffusion du Haut Débit</i>	28
CHAPITRE 4: LE DISCOURS DE L'EQUITE TERRITORIALE EN TERME DE TIC	29
1. <i>Equité territoriale et fracture numérique des territoires</i>	29
1.1. Territoires « d'opportunité » (ou zones blanches : environ 10% du territoire pour 65% de la population.....	29
1.2. Territoires « de concurrence » (ou zones grises : environ 10% du territoire pour 10% de la population.....	30
1.3. Territoires « de fragilité » (ou zones noires : environ 80% du territoire pour 25% de la population	30
2. <i>L'existence de disparités géographiques</i>	30

2EME PARTIE : LES POLITIQUES DE DEVELOPPEMENT DES TIC AUX DIFFERENTS ECHELONS TERRITORIAUX.....34

CHAPITRE 1 : LE DISCOURS POLITIQUE EUROPEEN SUR LES TIC.....	34
1. <i>La notion Européenne de Territorialité</i>	34
2. <i>Evolution des politiques sur les TIC dans l'Union Européenne</i>	35
3. <i>Les actions mises en œuvre par l'Europe pour le développement des TIC et de la Société de l'Information</i>	35

3.1.	Le rapport Bangemann.....	35
3.2.	Vers la société de l'information en Europe : un plan d'action	36
3.3.	Vers une industrie européenne de contenu multimédia.....	36
3.4.	Construire la société européenne de l'information pour tous.	37
3.5.	L'Europe et la société de l'information planétaire	37
CHAPITRE 2 : LES TIC DANS LE DISCOURS POLITIQUE FRANÇAIS		39
1.	<i>La notion française de territorialité</i>	39
2.	<i>Evolution des politiques sur les TIC en France</i>	39
2.1.	« Informatisation de la société » et opération Minitel	39
2.2.	Le discours français sur les “ Autoroutes de l'information ”.....	40
2.2.1.	Les rapports Théry et Breton	40
2.2.2.	Les Rapports Miléo et Martin-Lalande.....	41
3.	<i>Une stratégie nationale pour le haut débit autour de trois piliers</i>	42
3.1.	Le pilier juridique.....	42
3.1.1.	La loi de réglementation des télécommunications	42
3.1.2.	L'article L. 1511-6 du code général des collectivités locales	42
3.2.	Le pilier financier	43
3.3.	Le pilier technologique	43
3.4.	Les premiers résultats de ces actions.....	44
CHAPITRE 3 : DECLINAISON DE LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT DES TIC AU NIVEAU REGIONALE ET LOCALE.....		45
1.	<i>Les compétences des collectivités locales pour l'aménagement numérique des territoires</i>	45
2.	<i>Panorama de l'implication des collectivités locales</i>	46
2.1.	L'intervention des collectivités.....	46
2.2.	Les stratégies des collectivités territoriales	46
3.	<i>Les actions des collectivités locales</i>	47
3.1.	Les régions comme “facilitateurs”	47
3.1.1.	Les principes d'actions.....	47
3.1.2.	L'intervention des régions sur les réseaux fermés	47
3.1.3.	Les “schémas de développement régional du haut débit”	48
3.1.4.	Les “réseaux de services”	48

3.2. Une stratégie territoriale active menée par les départements.....	48
3.3. Les grandes agglomérations, communes et intercommunalités	49
3.4. Les petites communes et territoires ruraux	49

3EME PARTIE : EVALUATION DE LA POLITIQUE PUBLIQUE EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DES TIC SUR UN TERRITOIRE DE MONTAGNE GEOGRAPHIQUEMENT ISOLE : TIC ET TOURISME EN PAYS DE HAUTE MAURIENNE VANOISE52

CHAPITRE 1 : LE TERRITOIRES DE HAUTE MAURIENNE VANOISE ET SES ENJEUX 52

1. <i>introduction au territoire d'étude</i>	52
2. <i>Les Enjeux économiques et sociaux</i>	53

CHAPITRE 2 : LES ENJEUX DES TIC DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE 55

1. <i>Contexte et problématique générale</i>	55
1.1. <i>Objet et périmètre de l'analyse</i>	55
1.2. <i>L'évolution récente du secteur Tourisme</i>	55
1.3. <i>Impacts et enjeux des TIC</i>	56
1.3.1. <i>La mutation de l'offre et de la demande par le e-tourisme</i>	56
1.3.2. <i>Les conséquences du e-tourisme sur la filière :</i>	57
2. <i>Les moyens d'actions des acteurs publics locaux</i>	57
2.1. <i>La promotion touristique par les nouveaux outils et réseaux</i>	57
2.1.1. <i>Les applications multimédia : CD-Rom, bornes et portails</i>	57
2.1.2. <i>Les applications liées au haut débit et à la mobilité</i>	58
2.2. <i>La gestion de l'information touristique locale comme enjeu majeur</i>	58
3. <i>Les problématiques actuelles</i>	60
3.1. <i>L'impact sur l'organisation de la filière touristique</i>	60
3.2. <i>Le manque de coordination des politiques locales</i>	60
3.3. <i>La fuite de la valeur ajoutée locale dans le e-tourisme</i>	61
4. <i>Les tendances et facteurs structurants</i>	62

CHAPITRE 3 : TIC ET TOURISME AU SERVICE DU DEVELOPPEMENT LOCAL EN PAYS DE HAUTE MAURIENNE VANOISE..... 63

1. <i>Accès au haut débit et réseau fibre optique</i>	63
1.1. <i>Objectifs du projet et enjeux du haut débit</i>	63

1.2. Les publics bénéficiaires du haut-débit	64
1.3. Le projet de réseau fibre optique sur la station de Val Cenis.....	64
1.4. Evaluation du projet.....	64
2. Favoriser l'accès à l'Internet grâce.....	65
aux Espaces Publics Numériques.....	65
2.1. Contexte et définitions	65
2.2. Publics et usages.....	65
2.3. Evaluation du projet.....	66
3. L'open system.....	66
3.1. Contexte et définitions	66
3.2. Acteurs et usagers	67
3.3. Evaluation du projet.....	68
CONCLUSION GENERALE.....	70
LIENS INTERNET	72
TABLE DES FIGURES.....	73
TABLE DES PHOTOS	73
TABLE DES TABLEAUX.....	73
TABLE DES SIGLES	74
ANNEXES	76

INTRODUCTION GENERALE

« Société de l'information », « autoroute de l'information », il s'agit là de thèmes émergents dans les préoccupations nouvelles de la communauté scientifique. Ils occupent notamment une place importante en géographie, soulevant de nombreuses questions d'ordre social, économique, sémantique, territorial... Avec ce thème, s'opère un changement de perspective. La géographie des réseaux, qui s'est longtemps intéressée aux problèmes des télécommunications, focalise maintenant son attention sur la critique de la «société de l'information» dans une perspective plus globale.

La France de 2004 se compose de territoires numériques et d'autres qui ne le sont pas ou pas encore. La fracture numérique des territoires est une réalité qui suscite de nombreuses interrogations. Un territoire numérique est le résultat d'une politique délibérée des collectivités territoriales ou locales, quel qu'en soit l'échelon, pour mettre les TIC au service de leur projet de développement local. Une telle politique engage l'avenir du territoire concerné. Elle concerne la compétitivité des entreprises qui y sont établies et le confort des habitants qui doivent désormais accéder à des services de communication de qualité au même titre que l'eau potable, l'électricité ou d'autres services de base.

Les territoires montagnards ont souvent fonctionné comme de véritables laboratoires de la mise en œuvre de politiques territoriales particulières. Comme la plupart des zones rurales, ces zones isolées, souvent à faible densité de population sont également touchées par la fracture numérique.

Les TIC et leurs usages ont aujourd'hui des conséquences dans la plupart des secteurs économiques comme c'est le cas pour le tourisme. Ce secteur présente des caractéristiques intrinsèques qui en font désormais le secteur le plus entreprenant dans le commerce en ligne.

Ce mémoire s'organise en trois grandes parties :

La première partie se consacre à la définition des Technologies de l'Information et de la Communication dans une acception la plus générale possible. Elle s'articule autour de quatre grands points : les technologies, les usages et utilisations, les enjeux et le notion d'équité territoriale en terme de TIC.

L'étude des politiques de l'Union européenne et du gouvernement français ainsi que celle des différentes collectivités territoriales constitue le cœur de la deuxième partie. Elle s'organise en trois chapitres. Le premier évoque la stratégie globale de l'Union Européenne concernant la mise en place de la « société de l'information », le second étudie le discours français, tandis que le troisième s'intéresse aux actions des collectivités territoriales.

La troisième partie s'intéresse à un secteur économique particulier de l'application des TIC, le tourisme dans un contexte géographique lui aussi particulier : la zone de montagne. L'étude de cas concernera le développement local de la vallée de Haute Maurienne Vanoise. Quelles sont les actions mises en œuvre par un territoire montagnard pour s'adapter aux nouveaux enjeux du tourisme apportés par les TIC ?

PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE

Cette étude s'élabore à partir d'un questionnaire simple, s'appliquant à problématiser les enjeux d'une notion très actuelle, mais relativement floue, celle des Technologies de l'Information et de la Communication et de la « société de l'information » sur le développement local des territoires.

Le risque d'un tel exercice est de se "perdre" dans la multiplicité des acteurs, des échelles, et des disciplines rencontrés. L'implication géographique de ce mémoire conduit naturellement à aborder la notion de société de l'information à partir de sa dimension territoriale. Une autre variable s'intègre comme élément constitutif de la problématique, celle du pouvoir. Sur les territoires, s'exerce toujours un pouvoir, qui repose de plus en plus sur la maîtrise de l'information. De là, se décline une problématique consistant à mettre en relation les pouvoirs publics, la « société de l'information » et le rapport qu'ils entretiennent avec le territoire.

L'identification de nombreux concepts réalisée ci-après est nécessaire car ils représentent des acquis incontournables pour aborder la notion de TIC et de développement local :

Le territoire constitue donc le support de cette étude. Le **territoire** est muni d'une métrique, celle des distances géographiques. C'est cette métrique qui permet de maîtriser le territoire, de le représenter dans l'espace. Il est à la base géographique de l'existence sociale. Toute société repose sur un ou plusieurs territoires. Il existe ainsi plusieurs sortes de territoires et plusieurs échelles (territoire de l'Europe, national, régional...).

La territorialité est un système de relations à l'altérité. Est territorialité tout rapport avec autrui, toute relation sociale sur un territoire. E.Soja définit la territorialité comme « un phénomène de comportement associé à l'organisation de l'espace en sphères d'influence ou en territoires clairement délimités, qui prennent des caractères distinctifs et peuvent être considérés au moins partiellement comme exclusifs par leurs occupants ou ceux qui les définissent... ».

L'immatériel est constitué par l'information sous forme de loisir (jeux vidéos), de l'audiovisuel, de transactions des marchés financiers internationaux... Dans le monde de l'immatériel, les frontières sont mouvantes et le chevauchement entre les activités est fréquent.

Le réseau est un véritable terme « valise ». La géographie développe deux acceptions du réseau, la première topographique fondée sur le principe de la contiguïté (réseau hydrographique), la seconde topologique, fondée sur la distance et la mise en connexion de multiples relations spatiales. **Les réseaux de**

télécommunication s'inscrivent dans l'espace géographique, ils maillent le territoire. Contrairement aux autres réseaux, les réseaux de télécommunications ne " marquent " pas le paysage.

Ces notions qui viennent d'être précisées concernent le territoire et les réseaux. Voyons maintenant quelques notions concernant le rôle de l'acteur public sur son territoire :

L'acteur public occupe une place centrale dans l'édification de la « société de l'information » . Son intervention s'effectue à tous les échelons du territoire, à savoir le local, le national et le supranational. Nous entendons par acteur public, celui qui met en place et exécute les politiques publiques. C'est par exemple la commission européenne, le gouvernement français, l'équipe municipale...

Le concept de **politiques publiques** signifie « *l'ensemble des opérations et activités par lesquelles les détenteurs du pouvoir gouvernemental et ceux qui les assistent :*

- *conçoivent des projets destinés soit à modifier la situation existante soit à infléchir les évolutions prévisibles,*
- *prennent les décisions destinées à traduire ces projets dans les faits. »*

Différents niveaux de mise en œuvre des politiques publiques se doivent d'être présentés :

Le **niveau supranational** correspond à des regroupements de pays au sein d'un même continent, on pense par exemple à l'Union Européenne, dont l'instance de régulation est la commission européenne.

Le **niveau national** témoigne d'autres enjeux. Le gouvernement français constitue l'acteur public de ce niveau.

Le **niveau local** est le lieu des expérimentations, c'est au niveau local que les projets se construisent, se renforcent ou disparaissent, là où pour la première fois, le discours rencontre le territoire. Le local engendre une relecture des politiques publiques qui s'adaptent en fonction du terrain d'expérimentation, et les NTIC ouvrent très souvent un nouveau champ d'intervention aux collectivités, et donc de nouvelles responsabilités avec la recherche de financement des projets. Il est un terrain d'expérimentation de nouveaux fonctionnements sociaux et permet également de tester la viabilité de nouveaux marchés.

1^{ère} PARTIE

Les Technologies de l'Information et de la Communication : Enjeux et usages

1^{ERE} PARTIE : LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : ENJEUX ET USAGES

On compte en France près de 23 millions d'utilisateurs d'Internet. Le secteur des Technologies de l'Information et de la Communication est un secteur des plus dynamiques de l'économie nationale. Cette première partie consistera à présenter ce que sont les TIC, l'Internet et le Haut Débit du point de vue des technologies, des usages et des enjeux.

CHAPITRE 1 : QUE SONT LES TIC ?

1. DEFINITION GENERALE

1.1. Principes généraux

Les NTIC, Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication représentent l'ensemble des technologies informatiques qui contribuent à une véritable révolution socio-culturelle, surtout leurs applications dans le champ économique. Ces technologies n'étant plus vraiment nouvelles, leur nom a évolué vers le nom de TIC, Technologies de l'Information et de la Communication.

Les TIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance des TIC est due notamment à la convergence de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel.

Cette convergence génère une multitude de nouvelles possibilités. C'est en quelque sorte notre rapport à l'information, au temps et à la distance qui est changé. On assiste actuellement à une certaine démocratisation des TIC étant désormais accessibles à tous ceux qui sont équipés d'un ordinateur personnel et d'un modem. Le nombre de personnes y ayant accès augmente donc de manière très importante depuis les dernières années.

Actuellement, les TIC envahissent tous les domaines de l'activité humaine. L'expression TIC renvoie ici à un ensemble de technologies parmi lesquelles figure habituellement l'ordinateur et lorsqu'elles sont combinées ou interconnectées, se caractérisent par leur pouvoir de numériser, de traiter, de rendre accessible (sur un écran ou un autre support) et de transmettre, en principe en quelque lieu que ce soit, une quantité quasi illimitée et très diversifiée de données. En outre, il convient de souligner que celles-ci se présentent de plus en plus fréquemment sous diverse formes : texte, schéma, image en mouvement, son, etc. (Bracewell et al.)

1.2. Les différents domaines des TIC

Le secteur des TIC recouvre trois grands domaines :

- L'informatique (ordinateurs, logiciels...)
- Les télécommunications (téléphonie et transfert de données dont Internet ...)
- Le multimédia (télévision, vidéo...)

L'avènement principal des TIC est sans contexte le réseau Internet qui ouvre notamment la voie à la société de l'information, au macro-organisme humain et au commerce électronique. Ce mémoire ciblera essentiellement son étude sur l'impact de la diffusion de l'Internet dans la société et notamment la problématique de l'accès au haut débit corrélé avec la notion de fracture numérique des territoires.

1.3. Les acteurs des TIC

Les acteurs des TIC regroupent un monde complexe qui gravite autour de Microsoft, aujourd'hui leader du marché de la micro-informatique. Voici une liste non exhaustive des différents protagonistes :

- Les services d'éducation, de formation, de santé ...
- L'industrie du cinéma, du disque ...
- Les chaînes de télévision numérique
- Les Fournisseurs d'Accès Internet (FAI)
- Les opérateurs de télécommunications
- Les industriels du Hardware : IBM, INTEL ...
- Les industriels de l'électronique grand public(TV, Consoles de jeux ...)

Cette longue liste d'acteurs laisse présager des nombreux enjeux des TIC. La suite de ce dossier précisera également l'importance d'une autre catégorie d'acteurs : les collectivités territoriales.

2. L'INTERNET

2.1. Origine et historique de l'Internet

2.1.1. Le développement d'Internet

Dans un premier temps, le premier réseau inter ordinateur avait un objectif militaire indiscutable. L'*advanced Research Project Agency* (ARPA), lié à la Défense américaine, avait été mandaté afin de construire un réseau de communication notamment capable de résister à une attaque nucléaire. Des scientifiques américains, dont des informaticiens, ont mis sur pied le premier réseau de communication entre ordinateurs, l'*ARPAnet*.

Malgré des objectifs initiaux limités, le développement du réseau constitue cependant l'innovation la plus surprenante dans le domaine des télécommunications sans doute parce qu'il a été pris en main de façon autonome par les universitaires conviés à sa création. Son expansion planétaire inattendue, sa popularité est certainement due au Centre Européen de Recherche Nucléaire (CERN) qui développa dans ses laboratoires en Suisse, le World Wide Web (www). Internet est ainsi par essence le fruit de l'implication du plus grand nombre.

Le développement de l'Internet s'est ensuite progressivement étendu à d'autres sphères de la société, à celles de l'éducation, du commerce, et des loisirs pour ne citer que quelques thèmes. Les forces du développement de l'Internet sont sa capacité d'adaptation et la versatilité de son protocole de communication.

2.1.2. Qui dirige Internet ?

Personne ne dirige l'Internet, qui est également la propriété de personne. La responsabilité du bon fonctionnement du réseau revient à une multitude de gestionnaires de réseaux et de serveurs ce qui peut être comparé à un toit reposant sur des milliers de colonnes, plus ou moins grandes, qui pourraient s'écrouler sans que le toit ne menace de tomber. Nul ne peut totalement réglementer l'Internet puisque les informations qui y sont échangées peuvent prendre différents canaux, assurant qu'elles se rendront d'une manière ou d'une autre à leur destinataire.

Puisqu'il s'agit d'un réseau d'échange et que l'information est difficilement monnayable, les services et les contenus développés jusqu'à présent sont pour la plupart gratuits et accessibles à un public élargi. Des juristes se penchent déjà sur un certain nombre de questions délicates quant à la gratuité de l'information (droits d'auteur, propriété intellectuelle, etc.) d'autant plus que l'information peut être reproduite et diffusée sans la contrainte de coûts directs dissuasifs.

2.1.3. Les influences d'Internet

L'architecture ouverte de l'Internet en fait un outil d'une force incroyable : toute information sous forme de texte, d'image ou de son, qui est susceptible d'être numérisée peut facilement être diffusée sur

Internet. Les possibilités sont énormes et il convient de constater que désormais règne la loi du meilleur «communicateur – innovateur - créateur ».

Malgré le manque apparent de structures conventionnelles, chaque service offert l'est en fonction d'objectifs très précis sachant que les sites, les réseaux et les ressources sont créés, diffusés et utilisés selon les besoins précis de chacun.

2.2. Internet, comment ça marche ?

2.2.1. Principes généraux

Internet est un réseau informatique mondial reliant plusieurs millions d'ordinateurs entre eux. Un ordinateur connecté peut ainsi accéder par le réseau à l'information partagée par tous les autres. Les usages d'Internet sont multiples mais s'articulent autour de trois activités principales : s'informer, communiquer, offrir et utiliser des services et des produits.

Se connecter nécessite de relier l'ordinateur à une ligne téléphonique ou à une antenne et de prendre un abonnement à un fournisseur d'accès qui est une entreprise fournissant une adresse électronique et la liaison à Internet. Il s'agit d'une porte d'accès à péage puisque le fournisseur loue en quelque sorte ses lignes vers le réseau. Les abonnements varient selon le nombre d'heures de connexion ou prennent la forme d'un forfait de connexion. Le prix varie également en fonction des débits souhaités mais il existe également des abonnements gratuits.

Sur Internet, les échanges se font de manière numérique. Les données sont codées par des séries de 0 et de 1, pour faciliter leur transport et leur utilisation.

2.2.2. Le protocole de transmission TCP-IP

Les possibilités de communication offertes par l'Internet existent grâce au protocole de communication nommé *Transmission Control Protocol* (TCP). Ce protocole définit les règles et assure la bonne communication entre les ordinateurs, qu'ils soient basés sur la même technologie ou non.

Le protocole IP (*Internet Protocol*) est utilisé pour transmettre les données d'une machine à une autre. Celui décompose en « paquets » les informations envoyées et dirige ses paquets vers leur destination selon leur type (message électronique, transfert de fichiers, etc.). Sur chacun d'eux, l'adresse du destinataire ainsi que celle de l'expéditeur sont enregistrées pour assurer le bon acheminement sur le principe de l'envoi d'une lettre par la poste.

2.3. Les grands principes de l'Internet

2.3.1. L'accessibilité

L'accessibilité est un des principales moteurs du développement de l'Internet. C'est en accord avec ce principe qu'une priorité en matière de politique TIC est de permettre au plus grand nombre un accès de qualité en terme de débit au maximum d'utilisateurs.

2.3.2. L'utilité publique

Les promoteurs de l'Internet ont pour ambition qu'il devienne une utilité publique pleinement accessible et contrôlée. Une caractéristique de l'Internet est que son développement est corrélé généralement aux besoins réels de ses utilisateurs. Ainsi, les institutions publiques ont pour mission d'en offrir l'accès et d'assurer les coûts de son maintien et de son développement pour qu'il soit partagé équitablement.



Figure 1 : Logo de la campagne « Internet, déclaré d'utilité publique »

(Source :site www.Internet.gouv.fr)

2.3.3. Le respect des règles d'éthique

Les usagers doivent graduellement apprendre le code d'éthique qui régit l'utilisation de l'Internet. Comme c'est un code non écrit, il est difficile à apprendre sans le concours de l'expérience. C'est pourquoi il est important de poser des questions et de bien s'informer afin d'éviter de provoquer des réactions de la part d'internautes chevronnés.

2.3.4. Les solutions techniques appropriées

Afin que ces principes puissent se matérialiser, tout un «arsenal» technique a dû être pensé, créé et utilisé. Par cet aspect, l'Internet a été un véritable catalyseur qui favorise l'innovation technologique et scientifique.

3. LES TECHNOLOGIES D'ACCES A L'INTERNET

3.1. Notions de débit

Le débit, mesuré en bits par seconde (bit/s), désigne la capacité de transmission d'un réseau. Plus le débit est élevé, plus le réseau peut transmettre rapidement des données en quantité importante.

Est considéré comme étant du bas débit, ce qui est inférieur à 100 kbits/s. C'est le cas du réseau téléphonique classique (64 kbits/s) ou du téléphone mobile actuel GSM (9,6 kbits/s).

Le moyen débit se situe entre 100 kbits/s et 1 Mbits/s. C'est le cas pour la nouvelle génération de téléphonie mobile (GPRS et UMTS à 384 kbits/s) et pour une part des réseaux câblés, de l'ADSL et de la boucle locale radio (512 kbits/s).

Le haut débit va de 1 à 10 Mbits/s et permet la transmission d'images animées. Au delà de 10, on entre dans le champs du très haut débit (fibre optique).

Il faut également distinguer les débits que reçoit l'abonné (débit entrant) de ceux qu'il émet (débit sortant) ; les premiers étant supérieurs ou égaux aux seconds.

3.2. Comparatif des technologies du Haut Débit

Différentes technologies existent en matière d'accès au haut débit, le tableau récapitulatif suivant présente ces dernières et permet d'établir des comparaisons entre celles-ci.

	Mode de transmission des données	Débits		Utilisateurs actuels	Zones de déploiement	Taux de couverture	Avantages et inconvénients
		Actuel	Théorique				
Satellite	Liaison hertzienne via une parabole	512kbit/s	2Mbit/s	Entreprises	Toutes zones		A : couverture territoriale, facilité d'accès aux services I : Coût du service et débit limité pour la voix de retour
Boucle locale radio	Liaison hertzienne via des antennes sur des pylônes assurant une couverture de 10 km de rayon en moyenné	2Mbit/s	8 Mbit/s	PME, gros utilisateurs (grandes entreprises administrations)	Prioritairement des parties de zones urbaines		A : possibilité de connexion permanente I : déploiement sur des zones d'activités, principalement pour des raisons de rentabilité
Fiche optique	Réseau filaire : Transmission optique	34 à 624 Mbit/s	Illimité ou presque	PME, gros utilisateurs (grandes entreprises administrations)	Zones urbaines chefs ou lieu de canton		A : technologie stable sur le long terme I : coût d'enfouissement des lignes élevé en raison des travaux de génie civil
Réseaux câblés	Réseau filaire : câble coaxial	512 Kbit/s	2 Mbit/s	Particuliers	Zones urbaines	1625 communes (source : Association française des opérateurs de réseaux multimédia)	A : possibilité de connexion permanente, accès à toute la gamme des services : téléphonie, TV, Internet I : coût d'enfouissement des câbles élevé en raison des travaux de génie civil (environ 50000 par Km)
ADSL	Réseau filaire : Ligne de téléphone classique	324 à 512 Kbit/s	2 Mbit/s	Particuliers et PME		Jusqu'à 80% de la population d'ici fin 2003	A : Ligne de téléphone restant libre, possibilité de connexion permanente I : Moyen débit, problème d'encombrement des réseaux
GPRS UMTS	Réseau hertzien : téléphone mobile	40 Kbit/s 324 Kbit/s	324 Kbit/s 2 Mbit/s	Tout type d'utilisateurs à partir de 2003 Tout type d'utilisateurs à partir de 2005			A : rapidité de transmission des données, large gamme de services I : couverture restreinte à moyen terme

Figure 2 : Comparatif des technologies d'accès au haut débit (source : DATAR)

3.3. Adaptation des technologies du Haut Débit à la zone desservie

3.3.1. Les zones urbaines et les zones rurales avec fortes densité (+ 50 abonnés)

L'ADSL dans ces secteurs est encore la solution la plus compétitive par coûts et débits moyens. Lorsqu'il est disponible, le câble est une bonne solution. Les coûts de mise en niveau (upgrade) en zones rurales sont évidemment plus élevés que dans les zones métropolitaines (200 €/foyer). Le recours à la fibre se justifie par la distance, un fort besoin de haute interactivité, ou la télévision à haute définition.

Dans la plupart des cas, l'évolution naturelle sera de l'ADSL à ADSL + ou VDSL avec une combinaison de « la fibre vers le cabinet » et éventuellement « fibre à l'abonné ». Ceci permettra une évolution progressive vers des débits de 8 Mbps et plus selon les besoins de l'utilisateur.

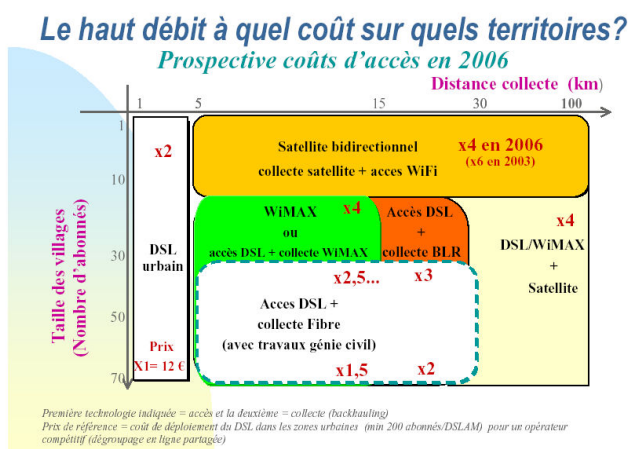
La fibre est une solution économique dans certaines situations où le modèle économique est viable avec des services à très haut débit, et des économies prévisibles sur les coûts de fonctionnement.

3.3.2. Les zones rurales de faible densité (moins de 20 abonnés)

Le satellite est la solution idéale pour les zones avec moins de 20 abonnés mais les coûts d'usage dépendent du débit moyen. Le segment de marché type comprend les commerces isolés utilisant une moyenne de débit élevée. Le satellite est une excellente solution pour les applications résidentielles excluant la vidéo interactive.

3.3.3. Les technologies alternatives

Le courant porteur en ligne (CPL/«PLT») est une technologie encore dans sa phase initiale de développement et sera probablement moins économique que les solutions basées sur l'utilisation du cuivre. Dans tous les cas, elle ne sera pas en mesure d'offrir les niveaux de débits élevés nécessaires à l'avenir.



Les technologies sans fil incluent le WiFi et le WiMax qui ont des coûts raisonnables d'investissement (2-3 fois ceux de l'ADSL « urbain »). Il s'agit de bonne solution résidentielle, mais avec une interactivité limitée pour les services vidéos. La figure ci-dessus présente un aperçu des coûts du haut débit en fonction du territoire desservi.

Figure 3 : Evaluation des coûts du haut débit par typologie de territoire (Source : ORTEL)

CHAPITRE 2 : LES USAGES DES TIC

1. LES SECTEURS D'APPLICATION DES TIC

Les applications et les secteurs d'implication des TIC sont très vastes. On peut saisir l'étendue des applications des TIC en regardant de plus près la vaste ressource qu'est l'Internet. Il est ainsi difficile de prévoir ou de dresser un portrait exhaustif des diverses applications des technologies de l'information et de la communication. La principale complication rencontrée serait notamment due au fait que les TIC et l'Internet en particulier sont en constante évolution aussi bien d'un point de vue de l'utilisation que concernant la configuration technique.

On peut cependant percevoir une certaine stabilisation, cela grâce à la fiabilité et à la simplicité de certains protocoles de communication et de certains langages de programmation qui ont été mis en place, notamment les protocoles TCP/IP et HTML.

2. POURQUOI UTILISER L'INTERNET

2.1. Pour Communiquer

Une des fonctions principales de l'Internet est la communication. Le réseau Internet est un lieu d'échange permanent que ce soit par courrier électronique ou dans des forums de discussion. Les ordinateurs ne sont évidemment pas le seul moyen de communiquer mais il s'agit d'un outil qui facilite la communication sur bien des aspects.

2.2. Pour s'informer

Une autre fonction essentielle d'Internet est d'être un catalyseur d'informations pour rendre accessibles des informations qui autrement ne le seraient pas comme les bases de données interactives sur le World Wide Web (www) qui renvoient en quelques secondes l'information désirée. Le réseau Internet dispose de sources d'informations de nature extrêmement variée : documents visuels ou sonores, encyclopédies, tutoriels, informations touristiques ou scientifiques ... L'Internet est actuellement le meilleur moyen d'avoir accès au moment voulu à des informations précises et à jour dans de nombreux domaines.

2.3. Pour consulter sans se déplacer

L'Internet est un outil permettant d'éviter de nombreux déplacements, notamment pour les personnes faisant de la recherche. Dans les territoires géographiquement isolés, Internet est également un

outil permettant d'éviter un grand nombre de déplacements, facilitant ainsi la vie de ses habitants et constituant alors un outil de développement local.

On imagine aisément qu'à court terme, l'Internet deviendra le principal canal de diffusion de l'information pour les entreprises, les institutions publiques et parapubliques.

2.4. Pour faire du business

Pour les entreprises, l'arrivée des NTIC dans les différentes sphères de la production a enflammé les marchés. L'utilisation stratégique d'information est une nécessité quasi absolue pour être compétitif. Ainsi, ce sont développées des entreprises spécialisées dans la connaissance, la maîtrise technique, la conception, la diffusion et le contrôle de l'information.

La maîtrise des TIC est aujourd'hui un enjeu primordial en terme de survie de l'économie.

3. STATISTIQUES D'UTILISATION D'INTERNET

Selon un sondage de l'institut Louis Harris de décembre 2001, pour 60,1% des Français, les Technologies de l'Information et de la Communication sont l'innovation qui a le plus contribué à changer leur vie devant l'électroménager (15%) ou les transports (13%).

L'équipement des ménages en ordinateur a plus que doublé depuis 1997. Un ménage sur trois (35%) en possédait un en 2001 contre 16% en 1997. La France compte aujourd'hui quelques 23 millions d'internautes pour 20 millions il y a un an ce qui représente un des taux de croissance du nombre d'utilisateur les plus forts des pays d'Europe. Ce nombre représente près de la moitié de la population en âge de « surfer » qui utilise Internet dans le cadre de son travail ou à domicile.

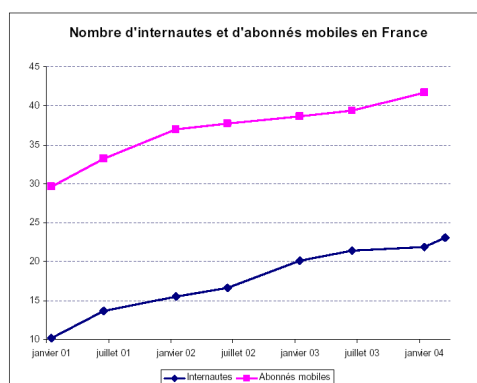


Figure 4: Nombre d'internautes et d'abonnés mobiles en France (source : ORTEL)

D'autre part, avec près de 42 millions d'abonnées en janvier 2004, les français ont fait « la révolution mobile » puisque le nombre de téléphones portables de l'ordre de 34 millions dépasse celui des lignes fixes.

4. LES USAGES FUTURS DES TIC

Les TIC représentent un domaine en constante évolution, et voient leurs usages se diversifier. Quatre évolutions majeures à court terme sont attendues :

En matière de hauts débits, l'évolution va aller vers une course aux débits de plus en plus élevés de 8, 40 et 100 Mbits/s. L'objectif à atteindre est la connexion permanente et la continuité des réseaux.

La mobilité est le second terme d'évolution pour atteindre plus d'abonnements mobiles que de lignes fixes. On constate actuellement une explosion des messages courts (Mail, SMS, MMS). Le développement tend à évoluer vers le bureau mobile et à passer du réseau personnel au réseau global comme un continuum sans fil.

La banalisation des réseaux a pour objectif de faire que tous les services, les usages deviennent intensifs en réseau pour atteindre la couverture, la continuité et la sécurité.

L'évolution des usages va également tendre vers l'information intelligente en terme de méta-données, XML, compression, reconnaissance de termes du langage.

CHAPITRE 3 : LES ENJEUX DES TIC ET DU HAUT DEBIT

Les TIC sont maintenant présentes dans toutes les sphères de la production et des services et elles sont appelées à y prendre encore plus de place. De manière générale, elles influenceront nos manières de communiquer, d'interagir et de traiter l'information. Derrière le terme de TIC, il y a l'avènement d'une nouvelle manière de communiquer qui est en train de révolutionner le monde.

1. LES ENJEUX DES TIC

1.1. Les enjeux territoriaux

La portée des enjeux territoriaux de la société de l'information est extrêmement importante. Il est évident que l'accès des ménages, des écoles, des entreprises et des services publics aux réseaux de communication est un facteur de compétitivité et donc de pérennité de l'activité d'un territoire aussi indiscutable dans le passé que l'accès aux ressources énergétiques ou infrastructures de transport.

Grâce aux évolutions qu'elles engendrent, les TIC interviennent de manière de plus en plus structurantes sur les territoires. Par les réseaux de communication, les acteurs locaux disposent d'un outil adapté à leur projet de collaboration et de structuration territoriale.

Les TIC sont d'une importance stratégique pour les systèmes d'information des entreprises et le développement du commerce « B2B » (business to business, commerce entre entreprises) qui caractérisent les entreprises innovantes mais concernent désormais toutes les entreprises de l'économie traditionnelle. La présence de réseaux de communication performants devient une condition sine qua non au développement des entreprises.

De plus, les évolutions du temps de travail conduisent en général à une réorganisation des activités. Les modes de vie évoluent vers la bi-résidentialité favorable à une reconnaissance des territoires ruraux et renforcent les demandes en desserte équilibrée des territoires.

1.2. Les enjeux économiques et sociaux

Les TIC sont de plus en plus utilisées dans la vie professionnelle. Leur développement est devenu un objectif stratégique pour la croissance économique du pays. Avec plus de 6% du PIB, le secteur des TIC

contribue davantage à la croissance que les secteurs de l'automobile et de l'énergie réunis. (source BIPE¹) La recherche en matière de TIC représente 25% de l'effort industriel de recherche, c'est à dire plus que celui du secteur pharmaceutique .

Les entreprises françaises sont désormais largement utilisatrices des TIC. Plus d'un salarié sur deux utilise un ordinateur sur son lieu de travail. Dès 2000, 74% des PME de plus de 6 salariés disposaient d'un accès à l'Internet (contre 25% en 1997). La présence des PME française sur le web a triplé en trois ans.

Certains chiffres révèlent l'importance de l'appropriation des TIC par les Français. Près de 85% des enseignants tous niveaux confondus disposent d'une connexion Internet à domicile. Près de la moitié des agriculteurs sont équipés et un tiers sont connectés pour profiter de plus en plus des portails d'informations et de ressources mis en place par leurs partenaires économiques. Autre exemple, l'administration propose désormais plus de 1200 téléservices qui rendent l'accès aux services publics plus simple.

La diffusion des TIC va s'accélérer dans le temps. L'engouement des jeunes pour l'Internet laisse supposer que ces technologies seront à court terme une réalité partagée par tous. Quant aux personnes âgées, le nouveau lien intergénérationnel que permet l'Internet incite les plus anciens à utiliser le courrier électronique.

2. LES ENJEUX DU HAUT DEBIT

Le comblement du « fossé numérique » passe à la fois par la possibilité donnée à tous de maîtriser les outils des TIC mais aussi par l'accès généralisé à une offre de services de télécommunications adaptés , en particulier à l'Internet haut débit, car la rapidité de transmission des informations est essentielle pour améliorer la performance d'un réseau.

Le développement de la société de l'information est essentiellement conditionné par celui de l'offre d'applications. Les usages de l'Internet évoluent très rapidement sur la base des services qu'on trouve sur le web et il est inconcevable que la population française soit privée de ces usages faute d'un accès satisfaisant en terme de débit et de tarif. Cependant, quel est le bon débit ? Pour l'utilisateur, il s'agit incontestablement de celui qui ne gêne pas l'activité (travail ou loisir) par de longues attentes des réponses aux requêtes. Le haut débit est le débit qui permet une connexion permanente à Internet, de recevoir des images animés et d'agir en interactivité sans contraintes.

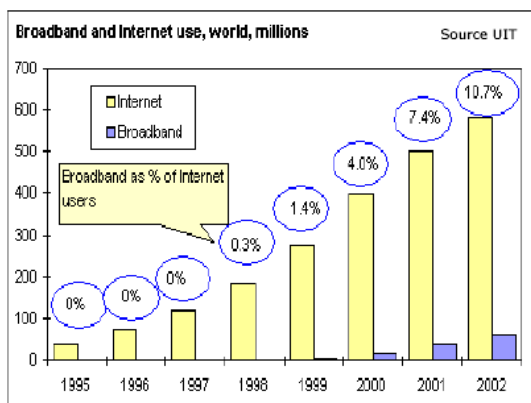
D'un point de vue internationale, les pays les plus actifs dans le domaine des TIC (Japon, Etat Unis, Corée, Suède, Allemagne, Pays Bas ...) ont tous engagé une politique en faveur du très haut débit, supérieur

¹ BIPE : Bureau d'Informations et de Prévisions Economiques)

à 10Mbps/s pour l'utilisateur. Cette perspective doit déjà être présente en France pour permettre une évolution à la hauteur des enjeux.

3. **DIFFUSION DU HAUT DEBIT**

Le facteur clef de diffusion du Haut Débit n'est plus seulement l'offre de Technologies Nouvelles mais surtout le rythme de diffusion de celles-ci comme le Haut Débit, sur les territoires et leur coût, en raison de leur contribution au développement local.



La figure 5 ci contre présente le pourcentage de connexion haut débit et l'évolution du nombre d'Internaute en parallèle dans le monde. Les deux valeurs semblent évoluer proportionnellement.

Figure 5 : Nombre d'internautes accédant au haut débit par rapport au nombre total dans le Monde (source FING)

La figure 6 ci-dessous présente le taux de pénétration du haut débit dans les foyers en 2004 dans différents pays. Il permet de constater que la France est loin d'être leader en la matière de même que la plupart des puissances européennes, seules la Suisse et la Belgique présentent des chiffres comparables à des puissances comme la Corée du Sud, le Canada ou les Etats-unis

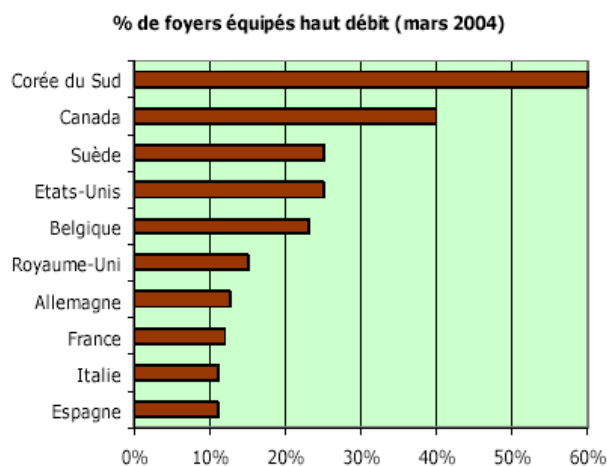


Figure 6 : Pourcentage de foyers équipés haut débit (source FING)

CHAPITRE 4: LE DISCOURS DE L'ÉQUITE TERRITORIALE EN TERME DE TIC

Le déploiement de réseaux performants, notamment en terme de rapidité de transmission des données, est un facteur clef de l'attractivité des territoires. Cependant, les lois du marché ne permettent pas d'assurer une égale diffusion en raison du manque de rentabilité de certaines zones pour les opérateurs.

1. ÉQUITE TERRITORIALE ET FRACTURE NUMÉRIQUE DES TERRITOIRES

La couverture naturellement inégale des régions, départements et communes de France par les technologies du haut débit et par la concurrence est connue. Le comblement du « fossé numérique » passe d'une part par la possibilité pour tous de maîtriser les outils de la société de l'information et par l'accès généralisé à l'Internet à haut débit, sachant que la rapidité de la transmission des informations est essentielle pour améliorer les performances du réseau.

Le diagnostic territorial est resté longtemps assez faible et on ne disposait pas jusqu'à un passé fort proche, de cadastres des réseaux de télécommunications. Un problème se posait alors : comment proposer une politique publique pertinente sur un sujet où le diagnostic est quasi inexistant.

Depuis, plusieurs études ont permis de dresser une ébauche de diagnostic territorial. Notamment, on peut citer l'étude du cabinet Tactis pour le compte de la DATAR en vue du CIADT du 9 juillet 2001. Cette étude apporte un aperçu sur la disponibilité des technologies haut débit à l'horizon 2005 en fonction des territoires.

De cette étude, trois catégories de territoires peuvent être distingués en cas d'absence d'une intervention publique. Ils diffèrent par la diversité des offres et leur rythme de diffusion. On parle d'une « France à trois temps ».

1.1. Territoires « d'opportunité » (ou zones blanches : environ 10% du territoire pour 65% de la population)

Cette zone correspond aux territoires (communes, zones d'activités ...) offrant un potentiel économique important situés à proximité immédiate des grands réseaux d'infrastructures nationaux et internationaux. Ces territoires bénéficient des investissements spontanés des opérateurs.

Les utilisateurs profitent des effets directs de la concurrence et les services innovants s'y développent plus rapidement et incitent les prestataires de services nouveaux à venir s'y implanter.

Il s'agit là des 60 premières agglomérations.

1.2. Territoires « de concurrence » (ou zones grises : environ 10% du territoire pour 10% de la population)

Les territoires « d'opportunité » sont ceux disposant d'un potentiel économique sensibilisé aux technologies de l'information mais qui sont isolés des grandes infrastructures de télécommunications, ou qui offrent un potentiel trop insuffisant pour attirer les investisseurs.

Ces territoires sont ou seront couverts par une seule (ou presque) technologie, l'ADSL et plus rarement la boucle locale radio. Les utilisateurs bénéficient ainsi d'une offre de service à haut débit mais d'une faible dynamique concurrentielle qui ne s'exerce qu'au niveau des services, par exemple : le choix du FAI mais rarement des réseaux.

Cette catégorie regroupe les autres agglomérations et zones périurbaines.

1.3. Territoires « de fragilité » (ou zones noires : environ 80% du territoire pour 25% de la population)

La plupart des territoires ruraux appartiennent à cette catégorie mais aussi certaines zones peu denses situées en périphérie d'agglomérations. Ces zones se caractérisent par l'absence de solution technologique « haut débit » de masse à l'exception de l'offre par satellite ; les utilisateurs sont contraints d'utiliser des technologies « bas débits » (réseau téléphonique actuel ...). Mais les problèmes ne se manifestent pas uniquement dans le rural profond et il est important de ne pas se contenter en matière de société de l'information du découpage traditionnel « urbain-rural »

L'enjeu de l'accès est un problème à traiter à l'échelle du pays et justifie l'engagement de l'Etat. La France est le plus grand pays de l'Europe Occidentale et connaît parmi les plus grands écarts de densité de population. Ces problèmes ne peuvent être négligés. Une première étude de l'Observatoire Régional des Télécommunications (ORTEL) montre que dans certaines zones près de 30% des PME sont prêtes à déménager pour rejoindre la ville voisine et accéder à des services à haut débit d'ici 2004.

2. L'EXISTENCE DE DISPARITES GEOGRAPHIQUES

L'état des lieux le plus complet à ce jour est une étude cartographique des 26 régions de France, réalisée par l'ORTEL². Il s'agit d'un atlas des réseaux de télécommunications et d'une base de données cartographiques permettant d'étudier le jeu de la concurrence entre les technologies et les opérateurs haut débit sur la boucle locale, d'analyser les taux de couverture de la population, des entreprises et des administrations. 450 cartes sont ainsi disponibles et permettent de mettre en évidence des positions inégales des territoires face aux réseaux mobiles et surtout aux hauts débits.

² ORTEL : Observatoire Régional des Télécommunications

L'étude révèle une inégalité de desserte par la concurrence entre opérateurs de télécommunications en général et par les réseaux haut débit en particulier. Ce phénomène non surprenant est le revers de la médaille de l'ouverture à la concurrence. Dans les zones où cette concurrence s'exerce (en priorité là où la demande est la plus forte et le potentiel de profit le plus important), les possibilités de choix et les baisses de prix profitent aux consommateurs.

L'inégalité des territoires en matière de haut débit semble inévitable. Il est irréaliste d'envisager à moyen terme et même à long terme une couverture égalitaire de la France à un haut débit garanti. L'uniformité des réseaux est loin d'être à l'ordre du jour. La recherche de pôles d'excellence et même chose normale.

Il est important de rappeler que les réseaux de télécommunications se composent de trois parties :

- les réseaux de « desserte » ou de « boucle locale » (communaux)
- les réseaux de « collecte (régionaux et départementaux)
- les dorsales (backbones) ou réseaux « longue distance » (nationaux ou internationaux)

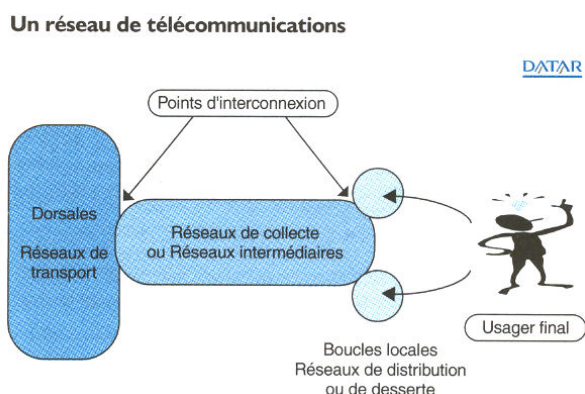


Figure 7: Les différents niveaux d'un réseau de télécommunications (Source DATAR)

Selon l'ORTEL, la France est bien couverte en dorsales nationales, mais elle manque de réseaux régionaux et départementaux (réseaux de collecte). La différence entre territoires se fait essentiellement sur la boucle locale, souvent appelée le « dernier kilomètre », où les investissements sont peu ou pas mutualisables sur plusieurs opérateurs.

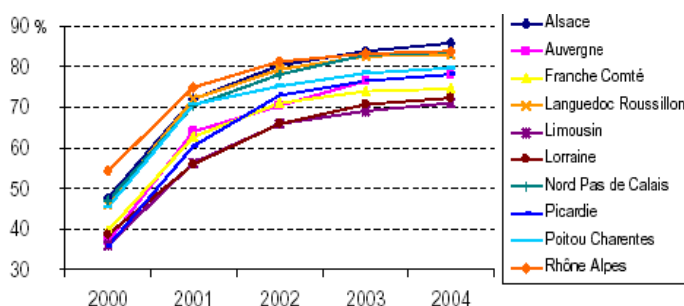


Figure 8 : Taux de couverture haut débit par régions (Source ORTEL)

Les figures 8 et 9 ci contre et ci-dessous présentant le taux de couverture haut débit par régions et départements relèvent immédiatement d'importantes disparités entre départements.

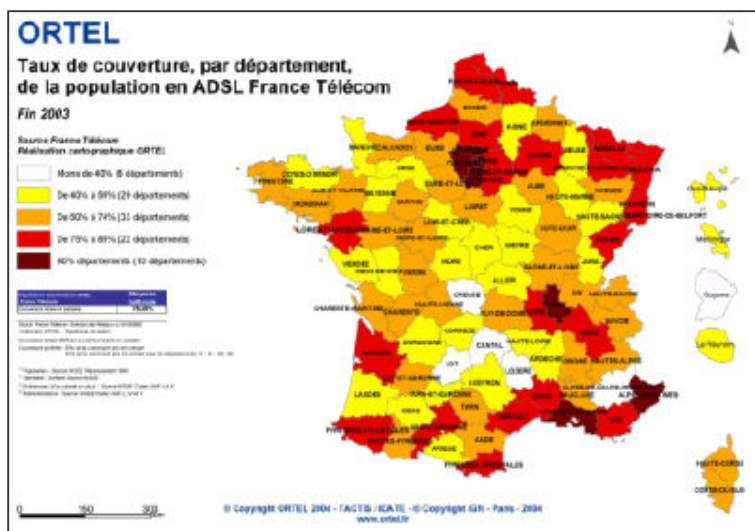


Figure 9 : Taux de couverture par départements de la population en ADSL France Télécom (Source ORTEL)

La carte ci-dessous présentant le taux de couverture par département de la population ayant accès au dégroupage révèle une fracture encore plus importante. Ces technologies sont essentiellement répandues autour des zones réunissant de grandes agglomérations.

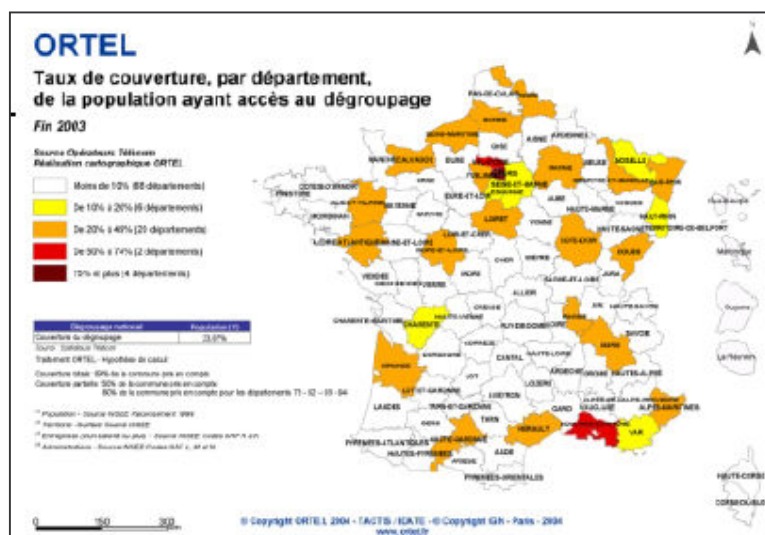


Figure 10 : Taux de couverture par départements de la population ayant accès au dégroupage (Source ORTEL)

Les TIC connaissent présentement une formidable évolution de leur utilisation. De nombreux secteurs économiques doivent s'adapter au nouveau contexte induit par les TIC. Cependant l'ensemble des territoires n'est actuellement pas sur un pied d'égalité pour bénéficier des opportunités offertes par ces technologies.

Quelles politiques publiques sont mises en place aux différents niveaux territoriaux pour combler cette fracture ?

2^{ème} PARTIE :

Les politiques de développement des TIC aux différents échelons territoriaux

2EME PARTIE : LES POLITIQUES DE DEVELOPPEMENT DES TIC

AUX DIFFERENTS ECHELONS TERRITORIAUX

Le développement des TIC et de ses usages a été la conséquence de la mise en œuvre de politiques publiques. L'Europe, la France et ses différentes collectivités territoriales sont des acteurs publics intervenant sur la diffusion de « la société de l'information ». Quels sont les discours de ces acteurs et comment se coordonnent ils dans l'action ?

CHAPITRE 1 : LE DISCOURS POLITIQUE EUROPEEN SUR LES TIC

1. LA NOTION EUROPEENNE DE TERRITORIALITE

La Commission européenne a une vision de la territorialité basée sur la correction des disparités régionales depuis son origine dans le Traité de Rome (25 Mars 1957), les États membres ont alors pour but de « renforcer l'unité de leurs économies et d'en assurer le développement harmonieux en diminuant l'écart entre les différentes régions et le retard des moins favorisés ».

Le territoire de référence pour l'Europe est la région. La Commission européenne s'attache à ce que les régions aient un pouvoir de décision majeur et deviennent un interlocuteur privilégié. Cependant, l'Europe des régions s'est souvent heurtée à l'Europe des Nations, pas forcément favorable à un élargissement du champ des compétences régionales. Il en ressort une action politique saccadée, faite d'avancées et de rétroactions, rythmées par le contexte économique mondial ou par l'évolution alternative des différents courants politiques européens.

La tendance générale actuelle correspond à une influence de plus en plus importante de l'Europe sur les Régions, plus particulièrement celles en difficultés. Ainsi depuis 1989, les financements européens sont deux fois plus conséquents que ceux de l'État en direction des régions défavorisées.

Cette volonté d'atténuer les disparités régionales se retrouve largement dans l'actuel débat sur la mise en place de la société de l'information en Europe, avec un sentiment de crainte d'augmenter encore les inégalités non seulement régionales mais aussi sociales.

2. EVOLUTION DES POLITIQUES SUR LES TIC DANS L'UNION EUROPEENNE

C'est en décembre 1993, sous l'impulsion de Jacques Delors et de son " Livre blanc sur la croissance, la compétitivité et l'emploi " que pour la première fois au niveau européen était posée la problématique de la " Société de l'information ". Le " Livre blanc " souligne l'importance de prendre en compte les particularités européennes (diversité linguistique et culturelle), les différents niveaux de développement régional, et l'originalité du modèle social européen.

Les premières expériences de L'Union Européenne en matière de TIC remontent au début des années 1980, époque à laquelle avaient été lancées des actions destinées à développer des réseaux et services d'information :

- programme de recherche sur les réseaux numériques à haut débit (programme RACE : 1987-94),
- programme de recherche sur les technologies de l'information (programme ESPRIT : 1984-1994),
- programme sur les services télématiques appliqués à la santé, à l'enseignement à distance, aux transports routiers, aux échanges de données entre administrations, ou à la transmission d'informations détenues par les bibliothèques : 1989,
- programme en faveur du développement d'un marché de l'information en Europe (programme IMPACT : 1989-95)
- programme pour doter les régions européennes les moins développées de réseaux et services de télécommunications modernes (programme STAR : 1986-93).

Le « Livre blanc sur la croissance, la compétitivité et l'emploi » est le premier à donner l'impulsion à une politique européenne pour la société de l'information préconisant une stratégie communautaire . Une série de publications suivront ensuite pour donner les bases de cette politique et les actions à mener. On peut ainsi citer « le rapport Bangemann », le « plan d'action », le conseil européen d'Essen, la conférence ministérielle du G7 et des documents officiels venant du Comité économique et social, de la commission des communautés européens ou encore du Parlement européen.

3. LES ACTIONS MISES EN ŒUVRE PAR L'EUROPE POUR LE DEVELOPPEMENT DES TIC ET DE LA SOCIETE DE L'INFORMATION

3.1. Le rapport Bangemann

Le « rapport Bangemann » contient deux messages clés :

- l'avènement de la société de l'information est un phénomène universel et inéluctable,
- l'entrée de l'Europe dans l'ère de l'information sera poussée par la demande.

Il invite donc l'Union européenne à faire confiance aux mécanismes du marché et encourage au plus vite la libéralisation du secteur des télécommunications afin de parvenir à une plus grande compétitivité.

Le " rapport Bangemann " est avant tout un rapport européen qui se doit de diffuser un discours fédérateur. Il appelle à une " *création commune* " et réfute le maintien d'une " *Europe fragmentée* ". Il s'insurge contre " *la création d'une société à deux vitesses, dans laquelle seule une partie de la population a accès aux nouvelles technologies, les utilise avec aisance et jouit des avantages qu'elles procurent* ".

Au mois de Juillet 1994, l'Europe s'arme d'un plan d'action appelé " Vers la société de l'information en Europe : Un plan d'action " qui définit quatre axes et notamment un consacré à " la dimension sociale, sociétale et culturelle ".

3.2. Vers la société de l'information en Europe : un plan d'action

C'est à partir de ce plan d'action que le discours européen va s'affirmer, cédant peu à peu davantage de place à l'homme et à son territoire, ayant une approche plus sociale de la société de l'information.

L'un des changements fondamentaux par rapport au rapport Bangemann réside dans la conscience de l'héritage culturel de l'Europe. Désormais, sa pluralité ne représente plus un " handicap " ou une contrainte. Au contraire, " *la force de l'Europe réside dans la richesse de son patrimoine historique et culturel. Sa diversité et ses liens linguistiques et culturels avec d'autres régions du monde constituent un atout pour la fourniture de nouveaux services adaptés s'adressant à des publics locaux ou spécialisés.* " Il s'agit de stimuler la " *nouvelle industrie du langage* " et de développer des contenus attachés aux spécificités européennes.

3.3. Vers une industrie européenne de contenu multimédia

Dans cette optique, la commission des communautés européennes insiste sur les contenus d'information. Dans le contexte d'une économie mondiale interconnectée, " *les services d'information sont d'importants vecteurs de l'identité culturelle et de la diversité linguistique de l'Europe ...* ". Le rôle du secteur privé n'a pas changé. Il doit toujours édifier la société de l'information, mais celui du secteur public se trouve renforcé. En plus d'établir un cadre réglementaire stable et clairement défini déjà mentionné dans le " rapport Bangemann ", il se doit d'intervenir dans la " *mise en place de la société de l'information au niveau mondial, européen, national et régional* ", notamment en développant " *une vision répondant aux multiples aspects sociaux, sociétaux et culturels* ".

3.4. Construire la société européenne de l'information pour tous.

En Janvier 1996, le rapport « Construire la société européenne de l'information pour tous » revendique un modèle européen de société de l'information. Les préoccupations sont plus sociales, basées sur une approche de la société de l'information au service des citoyens. Onze thèmes à connotation sociale sont développés, parmi lesquels figurent notamment des parties consacrées à la « cohésion sociale et à la qualité de vie », à « la société de l'information et la culture » et surtout à « la société de l'information et la cohésion régionale ».

Le rapport vante les effets positifs qui accompagnent les mesures de libéralisation dans les pays et régions « géographiquement périphériques » : « *Dans des pays comme la Finlande, la Suède ou l'Irlande, la libéralisation a amélioré l'investissement privé sur le marché des télécommunications, a conduit à une diffusion et une utilisation plus rapides des nouveaux équipements de TIC* Le rapport propose des applications concrètes, et insiste notamment sur la coopération interrégionale.

3.5. L'Europe et la société de l'information planétaire

Le rapport Bangemann témoigne de la prise de conscience sur les « enjeux planétaires » de la société de l'information. Il oriente en permanence son discours vers un contexte mondial. L'approche de l'Europe vis-à-vis du reste du monde (pays du G7) est assez claire. Il s'agit de bâtir des relations de coopération dans un environnement résolument concurrentiel, mais régit par des règles internationales ; le principal atout de l'Europe reposant sur sa diversité culturelle et sur sa capacité à diffuser des contenus multimédias.

L'Europe reprend les engagements du G7 pris en février 1995 sur la société de l'information établissant huit principes de coopération :

- promouvoir une concurrence dynamique
- encourager l'investissement privé
- définir un cadre réglementaire évolutif
- assurer un accès ouvert aux réseaux
- garantir l'universalité de l'offre et de l'accès aux services
- promouvoir l'égalité des chances entre les citoyens
- promouvoir la diversité des contenus (y compris culturelle et linguistique)
- reconnaître la nécessité d'une coopération mondiale en prêtant une attention particulière aux pays moins développés.

La Commission Européenne, au vue des derniers rapports et discours relatifs à la société de l'information, axe ses objectifs vers la construction d'une Europe sociale et solidaire . La société européenne de l'information est un des objectifs majeurs de ce début de siècle et doit permettre notamment de construire une territorialité européenne. La France, comme tous les grands pays occidentaux, développe son propre discours sur la société de l'information. Si elle ne peut aller à l'encontre de la solidarité interrégionale, axe dominant du discours européen sur la société de l'information, la France tente de trouver un compromis permettant une gestion nationale de sa territorialité (et des grands travaux dans la lignée de la tradition jacobine) en utilisant notamment comme argument le maintien de la francophonie et de son rang dans un monde de plus en plus anglophone.

CHAPITRE 2 : LES TIC DANS LE DISCOURS POLITIQUE FRANÇAIS

1. LA NOTION FRANÇAISE DE TERRITORIALITE

Après la Deuxième Guerre Mondiale, alors qu'apparaît une prise de conscience de tous les acteurs économiques, politiques et sociaux, du déséquilibre territorial de l'espace français, l'État intègre dans ses préoccupations la correction des disparités régionales.

La politique territoriale française admet plusieurs acteurs : État, Régions, Départements, collectivités locales, sans oublier l'Union Européenne qui fait de la Région un partenaire essentiel. Il en résulte des actions de coopération interrégionale encouragées par l'Europe.

L'Etat français recherche la mise en place d'une politique cohérente d'aménagement du territoire en laissant une certaine autonomie de décision aux collectivités territoriales (notamment depuis les lois de décentralisation), tout en veillant au maintien de son autorité en tant qu'espace souverain.

2. EVOLUTION DES POLITIQUES SUR LES TIC EN FRANCE

2.1. « Informatisation de la société » et opération Minitel

Le rapport Nora/Minc sur « l'informatisation de la société » est l'une des premières étapes du discours français sur la société de l'information. Il précise le caractère irréversible du phénomène. Dans un contexte de crise pétrolière, il devine l'avènement d'une révolution télématique capable de transformer la société française par la mise en application de l'outil informatique dans les principaux secteurs de développement. Il est la base d'un programme très ambitieux initié en décembre 1978 : "le plan Télématique".

Le plan Télématique s'appuie sur le matériel Minitel et le logiciel Télétel. Après une phase d'expérimentation hésitante, celui-ci, distribué gratuitement, s'impose en France avec un bilan plus que satisfaisant : son chiffre d'affaire annuel s'élève à 7 milliard de francs tandis qu'il engendre plus de 23.000 services permettant la création de nombreux métiers.

Le succès du plan Télématique s'explique par la convergence de plusieurs phénomènes. L'implication de France Télécom, diffuseur de l'innovation technologique, le rôle majeur et spontané des prestataires de services, créateurs de besoins, celui des pouvoirs publics, dans la mise en place de services gratuits, et aussi celui de l'utilisateur (qui a utilisé massivement l'outil) ont fait de l'opération Minitel une réussite.

De tels arguments ne se sont pas retrouvés dans le « plan câble » dont l'application principale reposait sur la télévision câblée payante et qui s'est heurté à une conjoncture défavorable car il coïncidait avec la création de trois chaînes hertziennes privées (Canal+, La Cinq, TV6) ainsi qu'avec la privatisation de TF1.

2.2. Le discours français sur les “ Autoroutes de l'information ”

Le discours français sur la société de l'information cadre relativement bien avec celui prononcé par l'Union européenne, les actions nationales se devant d'être le prolongement logique des décisions prises au niveau supra-national. Malgré cela, quelques différences importantes subsistent, notamment dans les modalités de mise en place de l'infrastructure. De plus, la France s'appuie sur son expérience télématique et sur le poids de la francophonie dans le monde pour revendiquer un modèle de développement de la société de l'information « à la française ».

L'analyse du discours français sur la société de l'information peut s'effectuer à partir de la lecture de quatre rapports essentiels : le rapport Théry sur « Les autoroutes de l'information », le rapport Breton sur « Les téléservices en France », le rapport Miléo sur « Les réseaux de la société de l'information » et le rapport Martin-Lalande sur « L'Internet ». Une démarche chronologique permet ci-après d'exposer les l'évolution des actions françaises.

2.2.1. Les rapports Théry et Breton

En réponse au rapport Bangemann de 1993, Édouard Balladur alors Premier Ministre, confie à Gérard Théry, Ingénieur Général des Télécommunications, le soin de l'éclairer « *sur les objectifs que devrait se fixer la France dans le domaine des autoroutes de l'information, ainsi que sur les responsabilités et les moyens de l'action publique à cet égard* ».

Fort de l'expérience concluante dans la mise en place du Plan Télématique, le rapport, parie sur le tout optique et espère faire de France Télécom un partenaire privilégié dans la mise en place de l'infrastructure pensant que c'est le seul moyen de garantir la notion de « service universel ». Il s'inscrit là, à contre-courant du rapport Bangemann qui fait le choix du libéralisme et de la confiance aux lois du marché.

Cette divergence résume relativement bien les problèmes de la construction européenne. Les différents niveaux de capitalisme en Europe ne permettent pas de mener une véritable politique communautaire et sont un frein à la prise de décision finale.

Gérard Théry s'appuie en permanence sur l'expérience “ Minitel ” pour convaincre les pouvoirs publics et l'opérateur national des avantages qu'ils pourraient tirer de leur esprit d'entreprise. Il oriente presque exclusivement les débats vers des considérations techniques.

Un deuxième rapport consacré aux téléseuices en France est publié en 1994. Le rapport Breton sur « Les téléseuices en France » a pour objectif d'évaluer ou d'anticiper les futurs marchés pour les autoroutes de l'information. La démarche consiste à désigner les téléseuices comme un moyen stratégique de :

- renforcer la compétitivité de l'économie française à l'étranger.
- cimenter l'identité
- jouer un rôle majeur dans l'aménagement du territoire.

Les rapports Théry et Breton s'inscrivent assez clairement dans une perspective différente de la vision européenne de la société de l'information, ce qui favorise accentue la lisibilité d'une spécificité française au sein d'une Europe se rapprochant de plus en plus du modèle américain (déréglementation, concurrence, etc.). Ils affirment cette différence notamment par des priorités techniques concernant la mise en place de l'infrastructure.

2.2.2. Les Rapports Miléo et Martin-Lalande

Le rapport Miléo sur « Les réseaux de la société de l'information » remet en cause le rôle trop directif de l'État, adhérant beaucoup plus à la logique du discours européen. L'adhésion au modèle européen et la modernisation des structures de l'État sont les deux idées centrales de cette nouvelle période. Il évoque la nécessité de « réfléchir aux moyens d'assurer au mieux l'accès de tous les citoyens aux nouveaux services de communication », accepte « la nature par essence concurrentielle de l'environnement à venir » et souligne l'évolution du rôle de l'État et de « son caractère nécessairement moins directif et plus innovant et varié que par le passé ».

Le rapport Martin-Lalande sur « l'Internet : un vrai défi pour la France » confirme ce retrait de l'État concernant la construction de l'infrastructure. Pour la première fois, le réseau est au centre des réflexions. Cela a pour conséquence immédiate de reléguer les « autoroutes de l'information » précédemment objectif prioritaire dans une position d'attente.

Une idée majeure est développée dans les deux rapports : celui de la modernisation de l'État. Les technologies de l'information doivent non seulement permettre de « donner une image plus moderne de l'État », mais également favoriser « l'émergence d'un État en réseaux » par la mise en réseau de l'administration. Plutôt que de subir l'évolution des nouvelles technologies, le gouvernement français souhaite « construire un discours positif et offensif sur l'opportunité de l'Internet ». Ce discours s'appuie sur le lancement d'une campagne d'information à destination du grand public « L'Internet pour tous », sur une aide aux entreprises dans l'utilisation d'Internet, et plus globalement sur toute une série de mesures devant augmenter « l'attractivité d'Internet ».

3. UNE STRATEGIE NATIONALE POUR LE HAUT DEBIT AUTOUR DE TROIS PILIER

3.1. Le pilier juridique

Le cadre réglementaire est organisé autour des dispositions de la loi de réglementation des télécommunications (LRT) du 26 juillet 1996 et de l'article L.1511-6 du code général des collectivités locales.

3.1.1. La loi de réglementation des télécommunications

La LRT s'adresse principalement aux opérateurs de télécommunications. Elle a vocation à assurer le libre exercice de l'activité de télécommunications, de maintenir et de développer le service public des télécommunications et à créer une autorité de régulation des télécommunications (ART). La loi fait état de la nécessité de prendre en compte « l'intérêt des territoires », ce dont s'acquittent l'ART et le ministre en charge des télécommunications.

3.1.2. L'article L. 1511-6 du code général des collectivités locales

L'action des collectivités locales dans le déploiement des réseaux pour enrichir l'offre territoriale de communications a dû être favorisée compte tenu des contraintes de rentabilité qui conduisent les opérateurs de télécommunications à déployer leurs services en priorité dans les zones les plus rentables et du repli d'un grand nombre d'entre eux en matière d'investissements en raison de la crise des marchés financiers.

La modification de l'article L. 1511-6 du code général des collectivités territoriales, intervenue par la loi portant diverses dispositions d'ordre social, éducatif et culturel du 17 juillet 2001, a eu pour objectif de reconnaître le rôle primordial des collectivités locales comme aménageurs numériques de territoire et de clarifier les règles d'intervention en leur garantissant une véritable sécurité juridique.

Les collectivités ont la possibilité d'inciter les opérateurs de télécommunications à développer leur services en créant et mettant à leur disposition des infrastructures de télécommunications. Les collectivités locales ou les établissements publics de coopération locale³ ayant bénéficié d'un transfert de compétence à cet effet, peuvent créer des infrastructures destinées à supporter des réseaux de télécommunications. La condition sine qua none est d'organiser au préalable une consultation publique destinée à recenser les besoins des opérateurs ou utilisateurs.

Dans les régions défavorisées, certaines collectivités auront la possibilité supplémentaire d'accorder des rabais sur le prix de location des infrastructures pour faciliter la venue des opérateurs dans ces zones. Cependant, les collectivités locales ne peuvent pas exercer les activités d'opérateur de télécommunications.

³ EPC Locale : syndicats mixtes, établissements publics de coopération intercommunale

3.2. Le pilier financier

Par l'intermédiaire de la Caisse des Dépôts et Consignations (CDC), un dispositif de soutien aux projets a été mis en place pour favoriser l'investissement des collectivités locales souhaitant s'engager dans un projet d'infrastructure de télécommunications, de développement d'usages ou de services.

Des investissements sur les fonds propres de la CDC à hauteur de 230 millions d'euros sur 5 ans sont programmés pour assurer de soutien. Ces opérations visent à favoriser la cohérence des projets programmés, en particulier entre échelons et acteurs territoriaux différents, en lien avec les conditions de développement du marché, l'activité des opérateurs et l'évolution des technologies.

Afin d'accompagner la réalisation de l'objectif visant l'accès de tous aux hauts débits, en particulier dans les zones les moins développées économiquement ou les moins peuplées, une seconde opération consiste à la mobilisation des fonds d'épargne gérés par la CDC provenant de la collecte du livret d'épargne populaire à hauteur de 1,52 milliard d'euros. Par cette opération, des prêts à taux préférentiels sur 30 ans pourront être accordés aux collectivités locales en cofinancement avec les établissements de crédits.

Une méthodologie de montage de projets intitulée « éléments clés pour réussir le développement numérique des territoires » a été élaborée par la CDC. Ces conseils ont pour objectif d'accompagner les collectivités dès la phase amont des projets TIC, de leur permettre de disposer d'un support concret de dialogue et de travail entre les collectivités et la CDC, de mettre en relief les étapes les plus structurantes afin qu'elles soient optimisées, d'établir des éléments de langage et de méthode communs à l'ensemble des acteurs intervenant dans les projets d'infrastructures et d'esquisser les critères de qualification des projets.

En parallèle de ces dispositifs, le volet territorial des CPER peut être mobilisé pour accueillir dans le cadre de contrats d'agglomération ou de pays, les projets de développement des usages et de services liés aux technologies de l'information.

3.3. Le pilier technologique

L'importance des moyens financiers est incontestable mais à ces derniers doit être associé le déploiement de réseaux de collecte filaire (terrestre) en utilisant une méthode moins coûteuse que celle employée jusqu'à présent. La solution envisagée consiste à déployer les fibres optiques autour des câbles à haute et moyenne tension du réseau de transport d'électricité (RTE) ou en les intégrant aux câbles de garde qui protègent les pylônes contre la foudre au lieu de les enterrer, ce qui permettra de desservir les zones les moins équipées.

Cette solution permet dans un certain nombre de cas, d'obtenir des coûts deux ou trois fois moins élevés que l'enterrement des fibres. Cette méthode permettrait de déployer sur le territoire des réseaux de collecte ouverts à l'ensemble des opérateurs de télécommunications et d'améliorer la diffusion des TIC.

3.4. Les premiers résultats de ces actions

Depuis le 9 juillet 2004, date du CIADT, les demandes en financement de projets de collectivités locales déposées auprès de la CDC ont doublé en 6 mois passant de 60 à 120 projets. 50 % des demandes d'abonnements à l'Internet au cours du second semestre 2001 sont des demandes d'accès à l'Internet haut débit. D'autres établissements financiers que la CDC proposent désormais des offres de prêts pour les investissements en faveur du développement des TIC.

CHAPITRE 3 : DECLINAISON DE LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT DES TIC AU NIVEAU REGIONALE ET LOCALE

Les collectivités locales sont les premières concernées par la pose d'infrastructures qui auront vocation à supporter les réseaux à haut débit des opérateurs. Dans ce contexte, il est normal qu'elles prennent des initiatives de terrain.

Les opérateurs privés ont concentré leurs investissements sur les zones les plus rentables (zones urbaines et zones d'affaires), et même l'opérateur historique a fait des investissements sélectifs. Avec les TIC, la problématique de la téléphonie fixe est résolue : Il ne s'agit plus de faire fonctionner de bout en bout jusqu'au « dernier kilomètre », les services jugés les plus importants sont d'abord ceux qui sont rendus sur place, dès le « premier kilomètre ».

Ainsi, face à l'absence de l'Etat, aux limitations des opérateurs et aux responsabilités nouvelles liées aux TIC, de nombreuses collectivités locales ont déjà pris des initiatives pour créer des infrastructures et des réseaux de télécommunications où ces aménagements font défaut et où ceux qui existent sont insatisfaisants pour les utilisateurs.

1. LES COMPETENCES DES COLLECTIVITES LOCALES POUR L'AMENAGEMENT NUMERIQUE DES TERRITOIRES

La légitimité des collectivités locales à décider de l'aménagement numérique du territoire semble admise à l'unanimité et elle a été reconnue par la loi tardive qui leur reconnaît le rôle d'aménageur, en 2001, mais, le législateur les avait bridées en limitant leur action à la pose des infrastructures.

En 2002, l'Autorité de Régulation des Télécommunications (ART) s'est prononcée en faveur d'une évolution du droit afin que les collectivités obtiennent, comme pour la gestion de l'eau, le droit de gérer les flux numériques, et donc d'obtenir la compétence d'opérateurs de télécommunications, tout en ayant toujours la possibilité de déléguer cette compétence. En 2003, le Parlement n'a pas suivi les onze pays européens qui ont donné intégralement cette compétence aux collectivités locales.

La loi les autorisant à établir et exploiter des infrastructures de télécommunications a finalement été adoptée en mai 2004 par le Parlement.

2. PANORAMA DE L'IMPLICATION DES COLLECTIVITES LOCALES

2.1. L'intervention des collectivités

Depuis plusieurs années, les collectivités territoriales s'impliquent de plus en plus dans le déploiement d'infrastructures de télécommunications à haut débit mais de manière inégale.

L'observatoire des télécommunications dans la ville parle d'une « dynamique forte » quand il annonce les chiffres de fin 2002 : il identifiait 164 réseaux aux échelons régional, départemental et local, dont 60 % étaient opérationnels ou en déploiement, les autres à l'étude.

Une vérification à l'automne 2003 montre que le nombre ne s'est pas modifié de sorte que, sur les quelques 164 projets repérés, la répartition aurait été la suivante à fin 2003 :

Les collectivités qui investissent le plus (sur 164 projets connus à fin 2003)	
Communes, structures intercommunales	55 %
Départements	35 %
Régions	10 %

Tableau 1 : Profil des collectivités investissant dans les TIC

(Source : Observatoire des Télécommunications dans la ville)

Cette tendance indique clairement où se situent les enjeux des prochaines années, c'est-à-dire davantage aux échelons départementaux et locaux. Ce chiffre de 164 réalisations ou projets (de fibre optique essentiellement) ne tient pas compte des projets de "boucle locale" faisant appel à des technologies dites alternatives" et parfois combinées : boucle locale radio (BLR), boucle locale optique radio (BLOR), satellite, WiFi, Wireless ADSL, Wimus, courant porteur en ligne (CPL).

Fin 2003, une vingtaine de collectivités locales avaient engagé un processus soit de délégation de service public (DSP), soit d'appel d'offres sur performances, pour la mise en place d'un réseau haut débit : essentiellement des agglomérations et des départements.

2.2. Les stratégies des collectivités territoriales

Quand les collectivités locales de France décident d'équiper un territoire en infrastructures haut débit, les ambitions et les opportunités dessinent un paysage contrasté, mais les grandes tendances se dégagent selon l'échelon décisionnel : régional, départemental ou communal et, surtout urbain ou rural.

3. LES ACTIONS DES COLLECTIVITES LOCALES

3.1. Les régions comme "facilitateurs"

3.1.1. Les principes d'actions

En France, jusqu'en 2003, les régions sont restées généralement en retrait par rapport aux départements et aux grandes agglomérations pour mener une politique de distribution du haut débit. Les régions qui ont investi dans des infrastructures haut débit, l'ont fait dans le cadre de réseaux dédiés en priorité aux lycées et collèges, ouverts aux secteurs regroupés dans la « commande publique » mais fermés aux autres.

En revanche, les régions ont toutes une politique plus ou moins formalisée de sensibilisation des décideurs locaux ou de développement d'expériences, voire de soutien financier ponctuel aux échelons infra-régionaux qui en font la demande.

A titre d'exemple, la région Rhône-Alpes travaille en partenariat avec ses huit départements pour élaborer avec eux une stratégie régionale concertée. Ceci permet à la région de veiller à la cohérence des actions menées sur le territoire rhônalpin grâce à une co-validation des projets d'infrastructures par tous les acteurs concernés et surtout par tous les niveaux territoriaux. La région agit comme facilitateur quand elle participe à l'élaboration d'un contrat TIC au niveau d'un territoire.

3.1.2. L'intervention des régions sur les réseaux fermés

Les régions qui ont investi dans des réseaux l'ont fait souvent en s'appuyant sur le réseau RENATER (Réseau national de télécommunications pour la technologie, l'enseignement et la recherche) qui relie entre eux les établissements français de recherche et d'enseignement supérieur depuis 1991 pour leur permettre de travailler dans de bonnes conditions avec les centres de recherche publics et privés du monde entier. Dans le passé, les collectivités locales ont été invitées à contribuer à financer le raccordement à RENATER des dispositifs de mise en réseaux des lycées, collèges et écoles.

Actuellement, RENATER est naturellement le fédérateur des réseaux de collecte régionaux mis en place et financés par les régions pour interconnecter des milliers d'établissements. Cette vision des "réseaux de l'enseignement" pourrait évoluer vers une ouverture progressive aux établissements de formation spécialisée ou continue, aux administrations, au monde de la santé et de la culture, aux musées, aux écoles d'art, aux organismes publics et parapublics.

Il s'agit de nouveaux groupes d'utilisateurs publics représentant une part considérable du marché qui échappe à la libre concurrence. Cependant, il faut veiller à ne pas laisser les réseaux publics servir les établissements publics et les opérateurs privés s'en tenir aux entreprises et aux particuliers.

Les réseaux de collecte mis en place par les régions, encore dédiés mais susceptibles, comme nous venons de le dire, de s'ouvrir un jour, ont des noms particuliers selon les régions. En Rhône-Alpes, ce réseau se nomme AMPLIVIA.

3.1.3. Les "schémas de développement régional du haut débit"

Plusieurs Conseils Régionaux ont développé une politique d'intervention pour aider à combler des manques et gommer des disparités d'accès aux technologies haut débit. Ces collectivités ont prévu séparément ou simultanément :

- de réaliser une infrastructure régionale à haut débit et des centres d'interconnexion pour relier les projets des collectivités locales ;
- d'aider celles-ci à faire émerger leurs propres projets.

3.1.4. Les "réseaux de services"

Des régions ont contribué à la mise en place des réseaux de services, loués à des opérateurs de télécommunications, et en ont assuré l'interconnexion pour offrir à des communautés d'utilisateurs ayant des missions d'intérêt général des solutions de connexion à haut débit et des services tels que : serveur d'imagerie médicale, réseau social santé, catalogue d'ouvrages et de fonds documentaires des bibliothèques, serveur d'information touristique, extranets départementaux et municipaux, téléprocédures..

3.2. Une stratégie territoriale active menée par les départements

Les départements sont, *in facto*, plus proches du terrain que les régions et disposent de compétences que les régions n'ont pas (aménagement rural, maîtrise d'une partie de la voirie...). Dans ce contexte, les départements ont alors été nombreux à prendre des initiatives d'investissement dans des infrastructures haut débit pour réaliser une bonne couverture territoriale.

Les premiers dossiers n'ont pu aboutir qu'en 2003, freinés par les incertitudes liées aux financements et par un contexte légal et réglementaire (L.1425-1) non stabilisé. La loi tardant à être adoptée, la plupart de ces projets comportent une tranche ferme, pour créer les infrastructures "passives" autorisées (article L.1511-6 du code général des collectivités territoriales) et une tranche conditionnelle, pour l'activation des réseaux (article L.1425-1).

On recense cependant 45 départements qui, à la fin de l'année 2003, travaillaient à des projets de réseaux de collecte et de desserte pour améliorer la compétitivité des territoires.

3.3. Les grandes agglomérations, communes et intercommunalités

Certaines agglomérations, à l'instar de quelques départements, n'ont pas attendu pour créer et financer leurs propres réseaux de fibre optique afin d'apporter le haut débit à des dizaines, voire des centaines de sites appartenant à des "groupes fermés d'utilisateurs" : universités, hôpitaux, enseignement, recherche, services du Conseil Général, de la communauté urbaine, des communes membres, des offices de tourisme.

3.4. Les petites communes et territoires ruraux

Les collectivités qui ont décidé d'agir seules l'ont fait pour avancer plus vite. L'Internet rapide ne doit pas rester l'apanage des grandes villes et celui-ci doit pouvoir diffuser en milieu rural :

- soit sous l'action de Conseils Régionaux qui soutiennent les territoires à travers les contrats de pays, c'est le cas notamment en Rhône Alpes ;
- soit sous l'action de Conseils Généraux qui assurent la desserte de leurs cantons ;
- soit par des décisions autonomes à l'échelon local ;
- soit grâce à des expérimentations.

Les "exclus du haut débit", les "zones blanches" non couvertes par les opérateurs avec les technologies classiques (câble, ADSL, BLR), sont connectées par les collectivités grâce aux technologies dites "alternatives" (satellite, Wi-Fi, CPL, éventuellement combinées), mais elles le sont aussi utilisées de plus en plus souvent en complément de l'offre disponible.

Un exemple intéressant dans les Hautes –Alpes peut être cité dans ce contexte. En collaboration avec le Conseil général et le Conseil régional, L'association **Hautes-Alpes Développement** pilote une expérimentation d'accès Internet à haut débit par satellite dans les Alpes du Sud (cinq départements).

Trois groupes de bénéficiaires ont été retenus dans cette mise en place :

- des maisons de services publics qui ont un rôle structurant en milieu rural,
- des acteurs économiques (stations de ski, opérateurs touristiques, entreprises artisanales)
- et le secteur de l'éducation (lycées, collèges).

Cofinancée par l'Etat et la Région, cette expérimentation fait partie d'un programme plus vaste de la région pour encourager les usages d'Internet en zones rurales et zones urbaines difficiles. A son commencement, le programme a également bénéficié d'une aide financière européenne (fonds actions innovatrices FEDER).

Les Technologies de l'Information et de la Communication et leur diffusion équilibrée sur le territoire ne peuvent se réaliser que par l'intervention des acteurs publics.

Cette intervention dans le cadre de politique public particulière aux différents échelons territoriaux est indispensable pour éviter la fracture numérique des territoires et le profil d'une France à deux vitesses. En l'absence d'intervention, le développement local des zones rurales le plus fortement touchées par le manque d'investissement serait compromis

Voyons comment ces difficultés sont exacerbées en milieu de montagne et demande d'importants moyens tant humains que financiers pour assurer une relative équité des territoires..

3^{ème} PARTIE :

Evaluation de la politique publique en matière de développement des TIC sur un territoire de montagne géographiquement isolé : TIC et tourisme en Pays de Haute Maurienne Vanoise

3EME PARTIE : EVALUATION DE LA POLITIQUE PUBLIQUE EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DES TIC SUR UN TERRITOIRE DE MONTAGNE GEOGRAPHIQUEMENT ISOLE : TIC ET TOURISME EN PAYS DE HAUTE MAURIENNE VANOISE

L'intervention des acteurs publics semble indispensable pour éviter la fracture numérique des territoires. Ces difficultés d'accès au haut débit et de diffusion de l'usage des TIC sont exacerbées en milieu de montagne. D'importants moyens tant humains que financiers semblent nécessaires pour assurer une relative équité des territoires. Le secteur du tourisme est aujourd'hui dominant dans la plupart des sociétés montagnardes. Voyons maintenant comment un territoire combine TIC et tourisme comme outil du développement local.

CHAPITRE 1 : LE TERRITOIRE DE HAUTE MAURIENNE VANOISE ET SES ENJEUX

1. INTRODUCTION AU TERRITOIRE D'ETUDE



Figure 11: Plans de localisation de La Haute Maurienne (Source : www.hautemaurienne.com)

La Communauté de Communes de Haute Maurienne Vanoise en vallée de Maurienne regroupe sept villages : Bessans (311 habitants), Bonneval-sur-Arc (242 habitants), Bramans (362 habitants), Lanslebourg-Mont Cenis (640 habitants), Lanslevillard (431 habitants), Sollières-Sardières (162 habitants), Termignon (426 habitants). Au dernier recensement de 1999, la population de la Haute Maurienne était de 2574 habitants. La superficie du territoire est de 61 885 ha soit une densité de population : 4 hab/km².

On compte 390 entreprises qui engendre une répartition de la population selon les catégories socioprofessionnelles présentée ci dessous :

Agriculteurs	10,7%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	24,4%
Cadres supérieurs	4,1%
Professions intermédiaires	16,8%
Employés	21,3%
Ouvriers	22,7%

Tableau 2 : Répartition de la population active en Haute Maurienne (Source : INSEE)

La Haute Maurienne Vanoise a pour principale caractéristique d'être une collectivité de montagne transfrontalière. Une réflexion sur le passé de cette haute vallée permet de comprendre la situation actuelle de la collectivité. Ce secteur a longtemps été essentiellement agricole jusqu'à il y a quelques décennies, pour alors se tourner vers le tourisme. Traditionnellement terre de passage, Lanslebourg, chef lieu de Canton a connu un développement plus rapide en raison de sa position stratégique au pied du col du Mont Cenis transfrontalier et a pu bénéficier des politiques de grands travaux comme la construction du barrage du Mont Cenis.

Aux portes du Parc National de la Vanoise, sur des terres relativement « isolées », la Haute Maurienne a su préserver de nombreux atouts pour s'engager aujourd'hui dans un tourisme durable et notamment une nature protégée.

2. LES ENJEUX ECONOMIQUES ET SOCIAUX

La Haute Maurienne est aujourd'hui spécialisée dans le tourisme hivernal. Sous l'impulsion du plan neige, la Haute Maurienne a connu le développement de stations de ski : Val Cenis, Bonneval sur Arc et Termignon la Vanoise, toutes trois situées dans un environnement exceptionnel aux Portes du Parc National de la Vanoise. Elle offre également deux bases de ski de fond : le site nordique du Monolithe à Sardières et la station de Bessans, désormais haut lieu du biathlon en France, équipée d'un stade d'entraînement pouvant également accueillir les athlètes pour les entraînements d'été et habilité par la Fédération Internationale de Biathlon pour l'accueil de compétition mondiale comme les derniers championnats du monde junior qui ont eu lieu en Janvier 2004. Cependant, le tourisme estivale est aussi développé avec de nombreux pôles d'attraction en été sur la vallée et les attraits complémentaires de chaque village.

Pour assurer le développement local de ses territoires, le maintien des populations et supporter les mutations de l'agriculture, les acteurs ont misés sur le tourisme et tentent actuellement de s'unir au sein d'une gestion collective de l'offre en hébergement touristique sur l'ensemble de la Haute Vallée afin de mutualiser les coûts de promotion et de capter un maximum de clients sans concurrence sur le territoire.

La gestion de collectivités de montagne ne se résume cependant pas uniquement à l'exploitation de stations de ski . Aujourd'hui, les collectivités ne peuvent pas envisager les problématiques du développement local en mettant les Technologies de l'Information et de la Communication à l'écart.

Depuis toujours , on peut parler de deux Maurienne, une industrielle et une touristique, la haute et la basse. La première, non touchée par l'industrie est vouée aujourd'hui presque exclusivement au tourisme. Les perspectives actuelles s'orientent vers un contrat global de développement impliquant une vision « territoriale » repensée au sein de « Maurienne Expansion »

CHAPITRE 2 : LES ENJEUX DES TIC DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE

1. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE GENERALE

1.1. Objet et périmètre de l'analyse

Le tourisme est un secteur économique spécifique qui relève davantage d'une logique de services marchands et de développement économique local, excepté dans les actions d'information touristique, partagées entre acteurs privés (éditeurs de brochures et guides...) et acteurs publics (offices de tourisme, Comité départemental du tourisme (CDT), Comité régional du tourisme (CRT)...), mais dont la finalité est économique.

1.2. L'évolution récente du secteur Tourisme

Les éléments budgétaires de l'action publique en faveur du tourisme donnent une bonne image des enjeux généraux du secteur ; le tourisme peut être considéré comme "cogéré" par le public (Etat, collectivités locales) et le privé (agences, tours-opérateurs, transporteurs...). Quelques chiffres-clés rendent compte de cette dichotomie: la consommation touristique intérieure représentait 103 milliards d'euros en 2002 (4 fois plus que la "consommation culturelle"), soit 6,7 % du PIB, dont 36 % réalisés par les visiteurs étrangers qui étaient 77 millions à visiter la France cette année-là. Le nombre de salariés dans les hôtels, cafés et restaurants est estimé à 772 000 auxquels il faut ajouter environ 188 000 non salariés, soit 960 000 emplois au total.

Le tourisme doit actuellement faire face à des changements de comportements de la clientèle française et étrangère, accentués par les conséquences des événements d'actualité (attentats, perturbations climatiques et marées noires), par les 35 heures et par le passage à l'euro. Par ailleurs, la mondialisation conduit à des processus d'accélération des cycles offre-demande et de tentatives de concentration verticale de l'offre par quelques tours-opérateurs intégrant agence-transport-hébergement.

Dans ce contexte, les axes de la politique de l'Etat montrent bien les enjeux en cours :

- Le développement du tourisme rural (28,7 %), avec des conséquences significatives sur l'économie locale et plus particulièrement dans le maintien d'exploitations agricoles dans les zones les plus difficiles, mais ce développement demeure encore faible en raison du caractère atomisé de son offre.
- La mise en œuvre d'un tourisme durable, en tant que stratégie à moyen terme visant à promouvoir un tourisme responsable, facteur de développement social, culturel, économique et environnemental.

La décentralisation et les nouveaux transferts de compétences débouchent sur une nouvelle réorganisation territoriale, avec la Région en tête de rang pour animer et coordonner les initiatives publiques et privées, en maintenant le principe de la compétence partagée (transfert aux DRT de moyens budgétaires). Dans ce cadre, l'Etat conserve la définition de la politique nationale du tourisme, la promotion de la France à l'étranger, la réglementation et les Départements définissent les règles d'agrément et de classement des équipements.

1.3. Impacts et enjeux des TIC

1.3.1. La mutation de l'offre et de la demande par le e-tourisme

En raison de sa forte consommation de données d'information, de communication et de transactions dématérialisées, le tourisme est reconnu comme étant un des tout premiers secteurs économiques touché par les TIC, à la fois :

- dans ses phases amont (avant-vente),
- de vente (via des catalogues en ligne)
- et d'après-vente (via les catalogues de fidélisation).

La France occupant la première place mondiale des destinations touristiques, les enjeux de l'e-tourisme sont d'abord économiques. En 2002, le marché du tourisme en ligne a généré un chiffre d'affaires de 7,3 millions d'euros en France (source : JDNet du 28/03/03). Au regard du chiffre d'affaires total (103 milliards), cela reste faible mais il s'agit cependant d'une croissance à deux chiffres.

Le secteur des voyages est le secteur le plus entreprenant dans le domaine du commerce électronique, représentant 35 % du total. Toujours en France, la vente de produits touristiques représente déjà près de 30% des achats électroniques effectués par les particuliers.

Trois éléments ont plus particulièrement favorisé l'intégration des TIC dans le tourisme :

- L'accès facilité aux informations et bases de données des territoires qui permet l'élaboration de parcours et d'offres individualisées,
- L'interactivité qui autorise une réactivité inégalée du consommateur qui, par la possibilité de comparaison que permet Internet, est devenu plus sensible au rapport qualité/prix.
- La mise en réseau des acteurs publics et privés qui ouvre à un réel travail collaboratif entre tous les acteurs de la filière sur un même territoire (possesseur d'informations, agences, centrales de réservation, offices de tourisme...).

1.3.2. Les conséquences du e-tourisme sur la filière :

Le e-tourisme a essentiellement trois conséquences majeures sur la filière :

- **Une accélération des cycles offre/demande**

Face à cette accélération, les professionnels doivent réagir plus vite face à des consommateurs plus exigeants. Cette exigence de réactivité nécessite des adaptations structurelles pour répondre aux demandes, et même les anticiper qui passe par une organisation plus collaborative avec les partenaires et par la mutualisation des bases d'informations, permises là aussi par internet.

- **L'apparition de nouveaux acteurs dans la filière**

On parle aujourd'hui de nouveaux acteurs du tourisme en tant que distributeurs d'information : les « infomédiaires » : portails thématiques, annuaires, moteurs de recherche et de comparaison tarifaire, journaux en ligne...

- **Une convergence des métiers**

Cette convergence se traduit par l'importance commerciale d'accéder au client final. Les principaux acteurs de cette convergence sont les transporteurs (Opodo, voyages-sncf.com...), les détenteurs d'infrastructures (autoroutes, aéroports, opérateurs de télécommunications...), les détenteurs historiques d'informations informatisées, les distributeurs d'informations commerciales (tours-opérateurs, agences de voyage), les distributeurs d'informations non commerciales (OT/SI...) et les nouveaux "infomédiaires".

2. LES MOYENS D' ACTIONS DES ACTEURS PUBLICS LOCAUX

2.1. La promotion touristique par les nouveaux outils et réseaux

Rapidement, les acteurs publics ont pris la mesure de l'intérêt des technologies off-line et de l'Internet dans la diffusion d'informations et dans la communication. Une première phase a consisté au développement des vidéodisques, puis des CD-Rom et DVD comme supports de la promotion et de la découverte touristique d'un territoire. Aujourd'hui, les acteurs privilégient le web pour toucher la population à distance, et la borne interactive pour s'adresser au public sur les sites touristiques ou culturels.

Cependant, les perspectives ouvertes par les outils de restitution numérique en 3D et le développement du haut débit devraient conduire à de nouvelles pratiques comme la visite virtuelle en 3D d'un site ou d'une ville.

2.1.1. Les applications multimédia : CD-Rom, bornes et portails

Chaque territoire qui dispose de ressources touristiques peut aisément mettre sur support multimédia son offre. Internet recense un nombre très important de sites de communes ou groupement de communes. Chaque département et chaque région dispose d'un site Internet, portail du territoire pour

l'information et l'offre touristique avec, de plus en plus souvent, le module de réservation en ligne Resinfrance.

L'intérêt de ces outils est de dépasser les fonctions de catalogue, souvent incomplet car fondé sur le volontariat des professionnels à fournir l'information, et, ces portails rivalisent de fonctionnalités afin de se différencier dans un contexte concurrentiel: moteur de recherche multicritères, webcam, module de réservation...

La démarche des Comités régionaux du tourisme est davantage portée sur la promotion, bien que certains développent aussi des stratégies fédératives d'organisation de la filière tourisme

2.1.2. Les applications liées au haut débit et à la mobilité

Le développement de l'Internet haut débit ouvre la voie à des applications plus gourmandes en bande passante, notamment la vidéo. Dans ce contexte, des solutions apparaissent déjà sur le marché, permettant à des acteurs touristiques non aguerris aux TIC de réaliser et mettre en ligne des vidéos de promotion de leur activité.

Les technologies de la mobilité (GSM/GPRS, GPS, Wi-Fi, satellite...) offrent également des applications et usages nouveaux. Le système ancien de l'audioguide, en le connectant aux réseaux mobiles, connaît actuellement une nouvelle jeunesse.

L'engouement pour le Wi-Fi touche également les acteurs du tourisme en quête de nouveaux services pour attirer la clientèle. En effet, cette technologie apparaît particulièrement bien adaptée à la desserte haut débit de sites où résident temporairement des populations "nomades". L'accès internet haut débit sans fil devient un argument supplémentaire de sites touristiques comme les stations de sports d'hiver.

Qu'il s'agissent de sites d'information territoriale, ou de sites vitrines touristiques à vocation commerciale (directe ou indirecte), l'arrivée du haut débit fixe et mobile amorce une nouvelle orientation des contenus : accès à une information plus riche en images, notamment animées, ciblage plus fin des demandes, arborescence et interactivité plus soignées, mise en relation immédiate avec le prestataire ou l'établissement, itinéraires téléguidés et télécommentés via des terminaux mobiles, etc.

2.2. La gestion de l'information touristique locale comme enjeu majeur

En contrepartie de tout ce qui a été vu ci-avant, la multiplication récente des sites et portails touristiques locaux rend moins lisible l'offre touristique, disperse l'information, égare l'internaute et apporte donc peu de valeur ajoutée à l'économie locale, du moins pas toute celle que l'on pourrait en attendre. La

gestion de l'information touristique, pour la rendre plus efficace, est donc devenue, sous l'impulsion d'Internet, un enjeu stratégique majeur dans les régions à potentiel touristique.

Produire de l'information touristique à valeur ajoutée susceptible de transformer une visite en vente suppose de réunir des données disparates, éparses, parfois redondantes, mal formatées concernant le territoire : hébergements, séjours, circuits, patrimoine, sports, ressources, etc. et de mettre en adéquation l'offre à l'attente ou la demande du consommateur, lequel est devenu plus exigeant et expert en comparaison tarifaire. Ainsi, il est absolument nécessaire de mettre en œuvre des systèmes fédérateurs de l'information touristique, informatisés et en ligne avec une stratégie de commercialisation commune.

Les Comités départementaux du tourisme et également les Comités régionaux du tourisme et des structures territoriales comme les Pays développent aujourd'hui une politique collective de marketing. Ils sont passés de la vitrine à la base de données partagées.

Ces nouvelles démarches impliquent d'une part, la conception d'un système global de gestion de l'information touristique numérisée au niveau d'un territoire, et d'autre part la mise en œuvre d'une organisation collective de gestion de la base d'information partagée entre les acteurs de ce territoire. La mise en œuvre d'un tel système en Pays de Haute Maurienne sera présentée ci-après.

Les objectifs de ses systèmes sont les suivants : organiser l'information touristique (collecte, mise à jour, présentation, qualité...), systématiser la relation client (fidélisation, automatisation et personnalisation de la relation client), augmenter les potentialités de commercialisation des partenaires.

D'un autre point de vue, la majeure partie des portails touristiques départementaux et régionaux dispose d'une rubrique réservée aux professionnels, agences et tours-opérateurs. Ces systèmes d'information touristique à vocation uniquement professionnelle apparaissent de plus en plus. Ils sont également utilisés comme outil de marketing B to B (Business to Business) .

3. LES PROBLEMATIQUES ACTUELLES

On compte aujourd'hui essentiellement trois problématiques dans le secteur du tourisme :

- *l'impact des systèmes de gestion de l'information sur l'organisation de la filière touristique,*
- *l'efficacité limitée des politiques publiques locales,*
- *la fuite de la valeur ajoutée locale dans le e-tourisme.*

3.1. L'impact sur l'organisation de la filière touristique

L'essor des systèmes informatiques de gestion de l'information touristique a eu pour conséquence de mettre la relation client au centre de la démarche marketing, avec pour impact sur l'organisation de la filière touristique la nécessité d'une cohabitation plus forte entre partenaires publics (CDT, CRT, CCI, offices de tourisme, centrales de réservation, collectivités locales...) et privés (TO, agences de voyages...) et une coordination plus poussée entre les niveaux locaux, départementaux et régionaux.

Les conséquences organisationnelles au sein des organismes sont particulièrement sensibles. Les acteurs publics ne voient pas un changement fondamental dans leurs objectifs, mais le contenu de leurs missions a évolué pour faire face aux exigences de l'interactivité induite par ces systèmes. Les acteurs doivent être plus efficaces, plus réactifs, plus collaboratifs et utilisateurs avertis des TIC, pour répondre aux nouveaux comportements des clients et à de nouvelles concurrences introduites par le e-tourisme.

Mais les résistances au changement chez les acteurs publics et privés du tourisme sont encore fortes. En effet, il s'agit d'un secteur peu enclins par nature à la collaboration en liaison avec sa nature commerciale. Dans ce contexte, les webmestres et les consultants informatiques deviennent des acteurs incontournables de cette réorganisation. Les actions de sensibilisation et de formation menées, permettent de faire comprendre les enjeux du e-tourisme. De même, la constitution d'intranets et/ou extranets s'avère indispensable pour mutualiser, et partager l'information, notamment l'information relative à la compréhension et au suivi clientèle.

3.2. Le manque de coordination des politiques locales

Le Département représente toujours le pivot incontournable dans le secteur du tourisme malgré la volonté de l'Etat de renforcer le rôle de la Région. Chaque échelon mène parfois une politique pas toujours coordonnée avec celles des échelons inférieurs et supérieurs.

- **Les Régions** sont assez "offensives" en matière de tourisme (CRT), secteur pour lequel l'Etat est assez peu présent en région.
- **Les Départements** détiennent la compétence "locale" en matière de politique publique du tourisme (CDT).

- **Les communes et leurs groupements**, sont peu présentes dans le secteur du tourisme, sauf exception comme les stations touristiques, sites historiques...
- **Les chambres consulaires** (CCI principalement), en tant qu'acteur du développement économique, sont davantage présentes dans le secteur du tourisme que par le passé. Leur habitude des actions collectives leur confère une certaine légitimité pour fédérer les acteurs privés sur le terrain.
- **Le milieu associatif**, est assez entreprenant dans le tourisme. On note également l'action d'organisme professionnel comme la FNOTSI, la Fédération des Gîtes Ruraux...

En matière de tourisme, les politiques publiques sont peu structurantes, les lois du marché dominant le secteur. Ainsi, l'Etat intervient surtout à un niveau national, dans le domaine de la normalisation des échanges de données touristiques et dans l'organisation d'une présentation nationale de l'offre touristique. L'action publique est donc surtout pilotée par les collectivités territoriales, chacune à son niveau et à travers les organismes dont elles ont la charge comme par exemple l'informatisation des OT/SI au niveau des communes, des CDT par les départements et des CRT au niveau des régions, mise en réseau départemental ou régional, développement d'outils d'information touristique territoriaux (bornes, CD-Rom, portail...).

Chaque échelon se déclare donc légitime pour fédérer et promouvoir l'offre sur son territoire, sans vraiment de coordination avec les autres collectivités territoriales. La montée en charge des Pays renforce les revendications de légitimité. L'efficacité des politiques locales, par manque de coordination, s'en trouve de fait affaiblie.

3.3. La fuite de la valeur ajoutée locale dans le e-tourisme

Des exemples flagrants montrent qu'une partie importante de la valeur ajoutée produite par un site peut échapper totalement au territoire. On peut citer le fait de voir des pans entiers de l'immobilier de stations de sports d'hiver rachetés par des tours-opérateurs étrangers, ou des parcs de loisirs conçus exclusivement pour une clientèle étrangère.

Ce type de phénomène guette le e-tourisme. La masse d'informations pouvant être sélectionnées via des moteurs de recherche, des annuaires interactifs et des portails de plus en plus « intelligents » participe à la création de la valeur ajoutée d'un territoire, d'une destination. Elles sont largement utilisées par les clients, mais aussi par les intermédiaires traditionnels (tours-opérateurs, agences, transporteurs...). Or, dès lors que cette valeur ajoutée est produite grâce à l'accès aux réseaux, elle est aisément délocalisable dans une autre région, voire un autre pays, qui hébergera le moteur de recherche ou le portail intelligent.

Les ressources générées par ces « infomédiaires » en ligne (publicité, concours...) et les emplois associés (webmestre, administrateur, commerciaux...) sont autant de ressources et d'emplois non consolidés sur le territoire concerné. Pour les territoires, notamment ruraux, le e-tourisme apparaît aussi comme un risque de fuite de valeur ajoutée produite par le territoire et captée par des « infomédiaires » en ligne hors du

territoire, comme par exemple, certaines centrales de réservation sur Internet dont celle présente sur www.ardeche.nl, une agence en ligne installée aux Pays-Bas qui "commercialise" l'Ardèche.

4. LES TENDANCES ET FACTEURS STRUCTURANTS

Même si les logiques publiques et privées s'opposent, on peut dégager en matière d'évolution des TIC dans le secteur du tourisme, des tendances et atouts présentés ci-après.

De manière à optimiser les initiatives TIC visant à une meilleur lisibilité de l'offre touristique d'un territoire, il semble indispensable de **renforcer les partenariats publics-privés**. Mais, les acteurs privés, concurrents entre eux, sont atomisés et ont du mal à s'entendre. Ainsi, les démarches collectives, (souvent liées aux TIC), sont faibles, ont peu de portée et sont souvent pilotées par les collectivités locales ou les chambres consulaires. Celles-ci investissent le terrain de l'organisation de l'information touristique numérique pour tenter de donner une certaine lisibilité à l'offre touristique d'un territoire sur Internet et rentrent alors dans une logique de concurrence entre territoires.

Le développement de l'accès à l'Internet haut débit pour tous est un second facteur d'évolution des TIC dans le secteur. La diffusion de contenus consommateurs de bande passante, via les portails locaux à vocation touristique (photos, vidéos, son, cartes interactives...) et dans les applications de la mobilité (audio guidage...), de même que le développement, dans un cadre multipartenarial, des bases de données territoriales, nécessitent la disponibilité de réseaux haut débit sur tout le territoire. Le rôle des collectivités locales, principaux financeurs, doit donc se renforcer dans ce domaine.

L'utilisation de bases de données partagées entre les différents acteurs touristiques d'un territoire nécessite **la coordination des systèmes d'information partagés**. Les acteurs à coordonner sont très hétérogènes en terme d'objectifs et de missions : les structures partenaires en possession de l'information (offices de tourisme...), la tutelle administrative (Etat, collectivité locale), les partenaires financeurs, prestataires de services (informatiques, de formation...), voire des organismes professionnels ou des associations d'utilisateurs. La **coordination des acteurs** est alors au centre du dispositif organisationnel de mise en œuvre et de gestion du système d'information partagé. Or, cette coordination est encore trop souvent limitée et difficile à mettre en œuvre et à maintenir. Sont en cause le plus souvent, des questions de partage des compétences (voire de concurrence), de propriété des contenus, mais aussi d'absence de culture de réseau qui conduit, par exemple, à une crainte des acteurs de terrain de mutualiser les opérations de marketing direct permises par le système centralisé. Cet objectif renvoie également aux moyens financiers et humains mobilisés par chaque partenaire et par le maître d'ouvrage pour la mise en œuvre du système.

Les changements introduits par la e-culture et le e-tourisme doivent s'accompagner d'actions de sensibilisation et de formation pour mieux faire comprendre les enjeux du e-tourisme. Dans ce domaine, les exigences de l'interactivité conduisent les agents des organismes publics locaux à être plus réactifs, plus coopératifs et à développer une maîtrise des TIC.

CHAPITRE 3 : TIC ET TOURISME AU SERVICE DU DEVELOPPEMENT LOCAL EN PAYS DE HAUTE MAURIENNE VANOISE

La Haute Maurienne Vanoise s'est aujourd'hui complètement engagée dans une politique territoriale de développement local basée sur le tourisme, secteur le plus pourvoyeur d'emplois dans la haute vallée et qui permettra de maintenir les populations sur le territoire. D'autres secteurs sont étroitement liés au tourisme comme l'agriculture qui bénéficie de la possibilité de forte valorisation des produits locaux grâce au tourisme et l'opportunité de la pluri-activité, indissociable du statut d'agriculteur en milieu montagnard.

Différentes actions dans le secteur des TIC ont ainsi été mises en place sur le territoire ou sont actuellement en cours de développement ou projet. Elles se divisent en trois catégories : l'accès au haut débit et la mise en place de la fibre optique sur une partie du territoire, la formation des populations aux TIC et les accès publics à Internet par la création d'espaces publics numériques et enfin la mise en commun et en réseau de l'offre touristique d'hébergement pour optimiser la commercialisation de la Haute Vallée.

1. ACCES AU HAUT DEBIT ET RESEAU FIBRE OPTIQUE

1.1. Objectifs du projet et enjeux du haut débit

L'accès au haut débit est aujourd'hui un facteur clef de l'attractivité des territoires. Mais comme il a pu être constaté précédemment, certaines zones ne sont pas desservies en raison du manque de rentabilité pour les opérateurs. C'est notamment le cas des stations de ski, en zone de montagne isolée où le nombre d'utilisateurs (entreprises et particuliers) est souvent insuffisant pour que les opérateurs investissent.

La Haute Maurienne n'est à ce jour aucunement équipée de connexion ADSL pour disposer de l'Internet haut débit. Fort de ce constat, et devant les demandes de plus en plus pressantes des résidents, des entreprises et des visiteurs, une demande auprès de France Télécom avait été lancée en décembre 2003 pour la connexion d'une partie du canton sur les communes de Lanslebourg et Lanslevillard suite à la réunion de plus de 100 signatures en faveur du déploiement ADSL sur le secteur.

Après un délai de quelques mois et en raison d'un événement international en Janvier 2005 (La Grande Odyssée, course internationale de chiens de traîneaux présentant de grands enjeux médiatiques) qui a accéléré les procédures, l'arrivée de l'ADSL est désormais programmée pour la fin du mois d'octobre 2004. Si la station de Val Cenis peut se réjouir de cette nouvelle, il n'en est pas de même pour le reste des

communes du secteur qui se demandent déjà si un jour elles seront équipées et à quelle échéance. On voit ici que même à l'échelon d'un canton, la fracture numérique des territoires existe.

1.2. Les publics bénéficiaires du haut-débit

Les professionnels privés et les professionnels de la collectivité constituent la cible principale du projet. Actuellement, l'absence de connexion haut-débit est un frein au développement des nouvelles technologies sur le secteur. Mais cette opération concerne également tous les résidents et les touristes, en majorité citadin et usagers du haut débit.

1.3. Le projet de réseau fibre optique sur la station de Val Cenis

Val Cenis réunit les villages de Lanslebourg Mont Cenis et de Lanslevillard. Ainsi, les remontées mécaniques, les offices de tourisme, les écoles de ski sont répartis sur plusieurs secteurs géographiques mais leur fonctionnement est commun.

Avec le développement des TIC, les pratiques de chaque organisme ont changé et elles demandent de plus en plus de simultanéité dans l'échange des données sur les différents points d'accueils. Afin d'exploiter des bases de données communes concernant par exemple les planning de réservation d'une école de ski ou d'une centrale de réservation, les ordinateurs doivent pouvoir accéder aux données présentent sur les serveurs et ce de manière instantanée. Aujourd'hui, bénéficiant uniquement d'un accès Numéris, ces opérations sont impossibles et posent de nombreux problèmes d'organisation et de satisfaction de la demande de la clientèle dans différentes structures de la station.

La mise en œuvre d'une boucle locale par fibre optique est programmée sur la station. Elle permettrait de relier les différents points stratégiques comme les offices de tourisme, les remontées mécaniques, les écoles de ski, les mairies et tout autre prestataire de service intéressé.

Si tous les acteurs sont conscients des enjeux, personne n'a aujourd'hui donné d'échéance pour la mise en place de ce réseau. La pose des gaines se poursuit progressivement, celle-ci étant intégrée à différents travaux de voirie ou d'assainissement réalisés sur le secteur.

1.4. Evaluation du projet

Une première évaluation de l'impact pour les usagers pourra être réalisée au cours de la saison 2004 - 2005 au sujet de l'accès haut débit ADSL sur la station de Val Cenis.

Elle concerne en particulier :

- l'impact économique pour les prestataires de services de la station,
- l'impact social pour les résidents qui auront la possibilité d'un accès Internet haut débit en station.

- L'impact pour la clientèle, de plus en plus consommatrice de services proposés en accès Internet en déplacement.

Sur la Haute Maurienne, l'accès ADSL n'est possible que sur la station de Val Cenis et n'est pas envisagé par France Télécom dans les autres stations.

2. FAVORISER L'ACCES A L'INTERNET GRACE AUX ESPACES PUBLICS NUMERIQUES

2.1. Contexte et définitions

Le développement de l'accès public à l'Internet s'est considérablement accentué depuis 2000, grâce aux initiatives de l'Etat et des collectivités territoriales et la création d'une Mission interministérielle pour l'accès public à l'Internet (MAPI) qui veille à un développement cohérent et équilibré sur les territoires de points publics d'accès.

Parmi ces points publics d'accès, on trouve des initiatives associatives, des initiatives publiques au sein desquelles on peut distinguer notamment les espaces cultures multimédia, les points cyb ... et les initiatives portées par les collectivités locales comme c'est le cas en Haute Maurienne pour les deux projets qui ont vu le jour soit l'espace « Cyber Bessans » et l'Espace Public Multimédia de Val Cenis sur la commune de Lanslebourg Mont Cenis.

Par définition, un espace public numérique est un lieu dédié à l'initiation et à la découverte du multimédia pour tous. Aujourd'hui, il se caractérise surtout par sa diversité de structure, d'organisation et de fonctionnement. Un EPN offre un accès à la micro informatique et à l'Internet avec au moins cinq micro-ordinateurs. Il se doit de proposer deux heures d'initiation gratuite avec un animateur multimédia qualifié. Il peut être hébergé dans un équipement culturel, (comme c'est le cas à Val Cenis où il est regroupé avec la bibliothèque au sein de l'Espace Public Multimédia), social ou associatif.

2.2. Publics et usages

Chaque EPN répond à des problématiques locales, en terme de public, d'usage et d'implantation. Le développement de l'accès public à Internet et à l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) intéresse différents publics, et en premier lieu les populations locales pour leur permettre un accès en libre service à Internet et de s'initier à l'Informatique et au multimédia. Un second type d'usager à Val Cenis est représenté par les touristes de la station de ski, qui sont de plus en plus demandeur d'accès Internet.

En Haute Maurienne, un usage spécifique peut être noté. La présence des Espace Public Numérique est lié à la mise en place d'une action plus vaste menée dans le secteur des TIC : l'OPEN

SYSTEM, qui permet aux Offices de Tourisme et autres hébergeurs de tous les villages de la haute vallée, de mettre en ligne de manière commune l'ensemble des hébergements disponibles. Cette opération, présentée ci-après devait nécessairement s'accompagner sur le terrain de mesures visant à développer l'apprentissage et l'usage des TIC.

2.3. Evaluation du projet

L'espace public multimédia de Val Cenis est ouvert depuis neuf mois. Les premiers bilans pourront s'envisager dans quelques mois et par la suite par comparaison de la fréquentation dans le temps. Il est cependant possible de dire dès aujourd'hui que la fréquentation observée durant l'hiver 2003-2004 et sur l'été 2004 dépasse largement les prévisions. Sur les mois de juillet et Août 2004, l'EPN a accueilli 1152 personnes au cours de ses ouvertures publics pour l'accès Internet de 17h00 à 20h00 du Lundi au Samedi.

3. L'OPEN SYSTEM

3.1. Contexte et définitions

Le projet OPEN SYSTEM, initié par la communauté de communes de Haute Maurienne Vanoise (CCHMV) en partenariat avec la société Alliance Réseaux, illustre bien la recherche d'un outil en ligne fédérateur d'une offre territoriale à caractère marchand. Afin de capter un maximum de clientèle sur le territoire, l'OPEN SYSTEM est un système de commercialisation mutualisée.

Le projet OPEN SYSTEM a pour objectif de fédérer l'ensemble des hébergeurs et des prestataires de service sur la Haute Maurienne au sein d'un même système offrant ainsi un service de réservation en ligne permanent au client qui disposera ainsi d'une vision globale de l'hébergement touristique sur l'ensemble de la vallée, le principe fondateur étant de capter et garder la clientèle en Haute Maurienne. Il s'agit pour les différents acteurs de ne plus raisonner à l'échelle de sa station ou de sa commune mais à l'échelle de la Haute Maurienne. Dans ce type d'initiative, le site web apparaît alors comme le volet en ligne d'un plan de promotion/valorisation par les TIC.

Ce module de réservation en ligne est alors intégré dans chaque site web des différentes stations pour permettre au client la réservation en ligne. Les centrales de réservation des Offices de Tourisme dispose d'un logiciel appelé GESTELLE©, les hébergeurs particuliers ne passant pas en Centrale de réservation dispose de GEST'RESA© qui leur permet de gérer à domicile leur planning de réservation et les hôteliers utilisent GEST'HOTEL©. L'ensemble des informations saisies par les différents acteurs constitue la base de données de l'OPEN SYSTEM qui permet la mise en ligne de l'ensemble des hébergements disponibles sur la vallée.

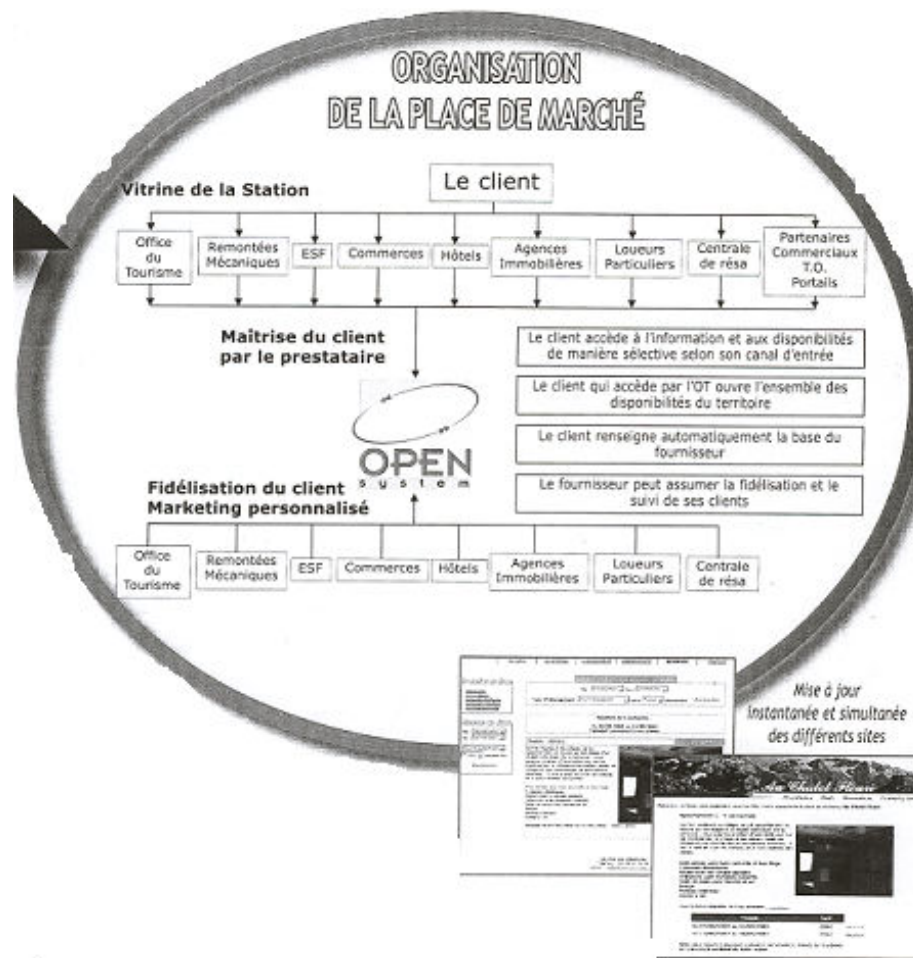


Figure 12 : Les principes et acteurs de l'OPEN SYSTEM (Source : Alliance Réseaux)

Les principales caractéristiques de ce système se résument en 6 points :

- Fédération de l'ensemble des actions de communication
- Communication jusqu'au dernier moment, sur les marchés éloignés ou de proximité, sur tous les produits et toutes les disponibilités d'hébergements au niveau d'une station et au niveau supérieur de la Haute Maurienne Vanoise.
- Développement possible en collaboration avec tous les hébergeurs et prestataires d'actions de promotion commerciale à très court terme.
- Possibilité de capter jusqu'au jour d'arrivée, les clients indécis qui réservent tardivement.
- Possibilité pour l'ensemble des structures et des partenaires de disposer d'un moyen de commercialiser en temps réel la totalité des produits touristiques disponibles.

3.2. Acteurs et usagers

Comme nous l'avons vu ci-avant, les premiers acteurs du système sont les prestataires de services et d'hébergements de la station, en tant que fournisseur de produits et d'informations alimentant ainsi la base de donnée générale. Il peut s'agir des Offices de tourisme, des remontées mécaniques, de l'ESF, des

commerces des hôtels, des agences immobilières, des loueurs particuliers, de la centrale de réservation, des partenaires commerciaux (T.O., portails ...).

De l'autre côté, il y a le client auquel est proposé un service complet d'accès au marché. Le client accède à l'offre touristique à partir des sites Internet des Offices de Tourisme ou des prestataires. Il bénéficie ainsi d'une connaissance permanente et en temps réel de toutes les disponibilités. Le client peut alors créer son séjour en ligne en incluant l'ensemble des produits touristiques.

3.3. Evaluation du projet

Les premières évaluations du projet commencent à être réalisées. On peut considérer que le projet est toujours dans sa phase de développement. A ce jour et bientôt après un an ans et demi de fonctionnement, les Offices de tourisme des différentes communes possédant un service Centrale de Réservation sont équipés. Le personnel commencent aujourd'hui à maîtriser un outil qui a du progressivement s'adapter aux spécificités de gestion de chaque utilisateur.

Cependant, le projet intègre d'autres acteurs et notamment les hébergements individuels ou hôteliers qui peuvent s'inclure dans le système pour améliorer la visibilité de leur offre et accéder à une clientèle plus vaste et dans ce contexte de regroupement permettre à l'ensemble de la station et de la vallée de ne pas refuser de clients faute de disponibilité dans sa centrale. La mobilisation de ce type d'acteurs est loin d'avoir atteint les taux escomptés. Sur certaines stations, cette offre ne dépasse pas plus le 1%.

Après une première phase d'appropriation et maîtrise du produit par les professionnels du tourisme, l'étape suivante, restant à mener aux regards des premières évaluations du projet consiste à conquérir les hébergeurs individuels à rentrer dans le système pour augmenter le nombre d'offres disponibles sur le marché du tourisme en Haute Maurienne Vanoise. Le cahier des charges prévoit que cette mission est celle des offices de tourisme. Le manque, voir l'absence de maîtrise des outils informatiques est un frein au développement du produit OPEN SYSTEM. Dans ce contexte, le rôle des EPN présents sur le territoire ne doit pas être négligé.

Une perspective générale peut être dégagée de cette expérience : il s'agit de la convergence et la complémentarité des initiatives vers la constitution d'un concept de « territoire numérique ».

L'interactivité permise par Internet autorise une réactivité inégalée de l'utilisateur/client internaute dans ses choix, mais aussi une relation directe et immédiate avec le territoire. et indissociable des enjeux du tourisme actuel.

L'émergence de territoire numérique et la défense des intérêts locaux permises par ce type d'initiative montrent bien que l'enjeu pour les acteurs publics locaux est à la fois politique, économique et organisationnel.

Il s'agit de mettre en place les moyens techniques adaptés (outils informatiques et réseaux haut débit), une organisation opérationnelle et des ressources financières suffisantes pour capter les nouveaux flux sur les réseaux et bénéficier des possibilités offertes par les TIC dans le secteur touristique.

CONCLUSION GENERALE

Les Technologies de l'Information et de la Communication ne se limitent pas aux possibilités offertes par l'Internet mais cet outil et les enjeux du haut-débit semblent aujourd'hui faire partie des critères décisifs d'attractivité des territoires. La fracture numérique des territoires n'est pas un mythe pour opposer milieu rural et urbain mais une réalité au regard des études de diffusion du haut débit existante.

L'acteur public au travers de politiques publiques semble avoir un rôle majeur. Considérant le manque de rentabilité des investissements potentiels en zone rural, l'intervention de l'acteur public est indispensable à une diffusion homogène des technologies sur le territoire bien que l'homogénéité relève de la pure utopie.

Les territoires de montagne, terrains d'expérience de nombreuses politiques publiques, n'échappent pas au risque de la fracture numérique. Ayant optée la plupart pour un développement local basé sur le tourisme, celui-ci ne pourra se faire sans l'intégration des TIC aux pratiques de promotion et commercialisation du territoire.

Cet objectif semble réalisable en adoptant un mode opératoire fondé sur :

- La création (et le maintien) de nouveaux partenariats (publics-privés, intercollectivités...) en s'appuyant sur des extranets avec les partenaires, et des intranets en interne.*
- La mutualisation des bases de données d'informations touristiques associée à un système de gestion centralisé au niveau d'un territoire de vie, pour aller vers un système d'information territorial global.*

Dans un secteur fortement concurrentiel (même à l'échelon d'un territoire aussi petit soit il qu'un canton), les acteurs seront-ils s'unir pour bénéficier des opportunités du e-tourisme ?

BIBLIOGRAPHIE

BRETON Thierry, *Les Téléservices en France, quels marchés pour les autoroutes de l'information ?*, La documentation française, 1994.

BUFFY Thierry, FEVRIER Gilles, *Créer et gérer un Espace Multimédia*, La lettre du cadre territorial, 2002

CASSETTE Bruno, *Le développement numérique des Territoires*, La Documentation française, 2002

Commission des communautés européennes, *Vers la société de l'information en Europe : un plan d'action*, 1994

DESCHAMPS Hélène, *Les TIC au service du développement économique local*, Mémoire de DEA en sciences de l'information et de la communication, 2001

Etudes du Conseil d'Etat, *Internet et les réseaux numériques*, La Documentation française, 1998

HOLLIER Robert, LANQUAR Robert, *le marketing touristique*, Collection Que sais-je ?, 2002

MARTIN-LALANDE Patrice, *l'Internet : un vrai défi pour la France*, présent sur le site du gouvernement français à l'adresse : " <http://www.telecom.gouv.fr/> ", avril 1997.

MILEO Thierry, *Les réseaux de la société de l'information*, Rapport du commissariat général du plan, Ed. ESKA, 1996.

NORA Simon, MINC Alain, *L'informatisation de la société*, Le Seuil Points, 1978

Revue Sciences de la Société, *Territoire, société et communication N°35*, Presses Universitaires du Mirail, 1995

Observatoire des télécommunications dans la ville, *La société de l'information : enjeux et perspectives*, 2001

LIENS INTERNET

SITE DE LA MAPI

<http://www.accespublic.premier-ministre.gouv.fr>

SITE DE LA DATAR

<http://www.datar.gouv.fr>

SITE DE LA COMMISSION EUROPEENNE POUR UNE UTILISATION ACCRUE DES TIC EN EUROPE

http://www.europa.eu.int/comm/information_society/europe

SITE DE LA FONDATION INTERNET NOUVELLE GENERATION

<http://www.fing.org>

SITE DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES HAUTE MAURIENNE VANOISE

<http://www.hautemaurienne.com>

SITE DE CYBERSCIENCES

<http://www.cybersciences.com/>

SITE DU PROGRAMME GOUVERNEMENTAL POUR LA SOCIETE DE L'INFORMATION

<http://www.internet.gouv.fr/>

SITE DE IRIS – OBSERVATOIRE DES TELECOMMUNICATIONS

<http://iris.telecomville.org/>

SITE DE PRESENTATION DES NTIC

<http://ntic.org/>

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1 : LOGO DE LA CAMPAGNE « INTERNET, DECLARE D'UTILITE PUBLIQUE » (SOURCE :site www.Internet.gouv.fr)	20
FIGURE 2 : COMPARATIF DES TECHNOLOGIES D'ACCES AU HAUT DEBIT (SOURCE : DATAR)	21
FIGURE 3 :EVALUATION DES COUTS DU HAUT DEBIT PAR TYPOLOGIE DE TERRITOIRE (SOURCE : ORTEL)	22
FIGURE 4: NOMBRE D'INTERNAUTES ET D'ABONNES MOBILES EN FRANCE (SOURCE : ORTEL)	24
FIGURE 5 :NOMBRE D'INTERNAUTES ACCEDANT AU HAUT DEBIT PAR RAPPORT AUX NOMBRE TOTAL DANS LE MONDE (SOURCE FING)	28
FIGURE 6 : POURCENTAGE DE FOYERS EQUIPES HAUT DEBIT (SOURCE FING)	28
FIGURE 7: LES DIFFERENTS NIVEAUX D'UN RESEAU DE TELECOMMUNICATIONS (SOURCE DATAR)	31
FIGURE 8 : TAUX DE COUVERTURE HAUT DEBIT PAR REGIONS (SOURCE ORTEL)	31
FIGURE 9 : TAUX DE COUVERTURE PAR DEPARTEMENTS DE LA POPULATION EN ADSL FRANCE TELECOM (SOURCE ORTEL)	32
FIGURE 10 : TAUX DE COUVERTURE PAR DEPARTEMENTS DE LA POPULATION AYANT ACCES AU DEGROUPEGE (SOURCE ORTEL)	32
FIGURE 11: PLANS DE LOCALISATION DE LA HAUTE MAURIENNE (SOURCE : www.hautemaurienne.com)	52
FIGURE 12 : LES PRINCIPES ET ACTEURS DE L'OPEN SYSTEM (SOURCE : ALLIANCE RESAUX)	67

TABLE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : PROFIL DES COLLECTIVITES INVESTISSANT DANS LES TIC (SOURCE : OBSERVATOIRE DES TELECOMMUNICATIONS DANS LA VILLE)	46
TABLEAU 2 : REPARTITION DE LA POPULATION ACTIVE EN HAUTE MAURIENNE (SOURCE : INSEE)	53

TABLE DES PHOTOS

PHOTOS DE LA PAGE DE GARDE :

SOURCE www.fing.org

TABLE DES SIGLES

- ADSL** : Asymmetric Digital Subscriber Line
- DATAR** : Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale
- CCHMV** : Communauté de Communes de Haute Maurienne Vanoise
- CCI** : Chambre du Commerce et de l'Industrie
- CDC** : Caisse des Dépôts et Consignations
- CDT** : Comité Départemental du Tourisme
- CRT** : Comité Régional du Tourisme
- CPER** : Contrat de Plan Etat - Région
- EPN** : Espace Public Numérique
- FAI** : Fournisseurs d'Accès Internet
- FING** : Fondation Internet Nouvelle Génération
- GSM** : Global System for Mobile
- IRIS** : Initiatives Régionales, Innovations et Stratégies
- LRT** : Loi de Réglementation des Télécommunications
- MAPI** : Mission Interministérielle pour l'accès Public à l'Internet
- RENATER** : Réseau National de télécommunications pour la Technologie, l'Enseignement et la Recherche
- TIC** : Technologies de l'Information et la Communication

TABLE DES ANNEXES

Annexe I : « OBSERVATOIRE REGIONAL DES TELECOMMUNICATIONS - COMMUNIQUE DE PRESSE

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'EDITION 2003- I

ANNEXES