



L'Aquitaine NUMÉRIQUE



L'Aquitaine numérique - La lettre d'information d'AEC - n° 22 - juillet / Août 2009

Dossier

eTourisme Les nouvelles vitrines des territoires



Et aussi

Innovation en entreprises
L'Aquitaine leader en informatique de santé p5

Internet & usages en Aquitaine
Région : L'accès public à internet se structure p7

Veille d'AEC
Les réalités de la ville numérique p20



Suppléments

- *Aquitaine Analytic : Pratiques de commerce électronique*
- *Guide juridique sur les droits d'auteur*

Edito

L'accélération numérique



Les vacances approchent, prenez le temps de lire cette nouvelle lettre.

Elle révèle deux phénomènes qui se complètent et accélèrent la prise en compte, par nos concitoyens, d'une réelle culture numérique, à laquelle se rajoute la dimension économique.

Le premier touche un secteur qui bouscule les professionnels, implique une réflexion sur les métiers et les organisations du travail. Il s'agit du eTourisme. En effet, comme l'indique le dossier de cet été, il ne suffit plus de mettre à jour un site internet pour attirer le vacancier. Il faut désormais investir les réseaux sociaux en ligne, les sites d'avis, les encyclopédies collaboratives, les espaces de partage de photos, de vidéos et de cartes. Le téléphone portable s'envisage comme une passerelle de connexion pendant le séjour ou l'excursion.

Le deuxième est la multiplication des acteurs locaux qui inventent, se regroupent et proposent outils et usages adaptés aux Aquitains. La sécurité informatique, l'informatique de santé, les points d'accès public à internet, un logiciel libre de gestion pour les exploitations agricoles, un réseau de communication départemental haut débit, sont quelques exemples de ces innovations qui modèlent de plus en plus notre territoire.

Et si nous y ajoutons une réflexion sur les nanomatériaux et les nouvelles réalités de la ville numérique, non pas pour, simplement,

nous faire rêver mais pour nous aider à anticiper le monde de demain, cette lettre d'information numéro 22 confirme l'appétence des décideurs à prendre à bras le corps la nébuleuse du numérique.

Mais ce serait trop peu.

Nous ajoutons aux 24 pages habituelles de l'Aquitaine Numérique deux suppléments qui complètent la connaissance des mécanismes juridiques et des pratiques des Aquitains.

Le guide juridique a pour objet de comprendre et de respecter les droits d'auteur, sujet ô combien polémique mais ici traité avec la « rigueur » qui sied aux droits de tous.

La nouvelle publication Aquitaine AnalyTIC traite, cette fois-ci, des pratiques de commerce électronique. Chiffres et analyses préfigurent le futur Diagnostic de l'Aquitaine Numérique présenté par AEC en octobre prochain.

Il sera alors temps de vous présenter les nouveautés d'Aquitaine Europe Communication. Toutes les nouveautés ...

Bonnes vacances à celles et ceux qui nous lisent classiquement avec cette lettre, sur l'écran de votre ordinateur, de votre ordinateur portable ou votre terminal devenu l'entrée électronique d'un monde numérique... en accélération.

Marcel Desvergne, Président d'AEC
marcel.desvergne@aecom.org

Sommaire

p2 **AEC publications** Edito, Sommaire, Publiés

p3 **AEC sur aecom.org**

p4 **Acteurs publics aquitains** « La sécurité informatique est une assurance vie »

p5 **Innovation en entreprises** L'Aquitaine leader en informatique de santé

p6/7 **Internet et usages en Aquitaine** Points d'accès public à internet : des services en voie de structuration

p8 **L'Europe en Aquitaine** Deux projets soutenus par le Feder : Sacea et M@cs

p9 à 16 **Dossier eTourisme** Les nouvelles vitrines des territoires

p10 **Les enjeux du dossier** Un métier d'avenir : « agent d'accueil numérique »

p12 **eTourisme** Le Web 2.0, moteur de la visibilité touristique

p14 **mTourisme** Le téléphone réinvente la communication touristique

p17 **Tendances du net** Les plateformes d'applications mobiles bouleversent les opérateurs

p18/19 **Recherches et prospective** nanomatériaux : le débat est en bas de l'échelle

p20 **Veille d'AEC** Les nouvelles réalités de la ville numérique

p21 **L'expertise juridique** : Pour une meilleure accessibilité du web public

p22/23 **Les actus d'AEC** : Une nouvelle forme d'exclusion numérique ; Un guide « coup de pouce » eTourisme

p24 **L'agenda numérique & Quoi de neuf en Aquitaine ?**

Dans le prochain numéro de l'Aquitaine Numérique :

Dossier : « Mutations numériques des médias traditionnels »

Publiés

Aquitaine Analytic n°7

« Pratiques de commerce électronique en Aquitaine » - juin 2009

Guide juridique

« Guide juridique relatif à la propriété littéraire et artistique et à la protection des données personnelles » - juin 2009

(lire aussi p22)

Guide eTourisme

« Emails et offices du tourisme. Enjeux et mise en œuvre d'une démarche qualitative du traitement du courrier électronique »

(lire aussi p23)

Partenariat **SUD OUEST**.com



Eric Nunès, journaliste au Monde, invité du Débat Numérique

« Amours et séductions. Jusqu'à internet s'immerge-t-il dans notre sexualité ? »

Photos, vidéos, réactions du public, bibliographie... Retrouvez le compte-rendu complet du Débat Numérique du 5 mai dernier sur notre blog mais également sur le site internet du journal *Sud Ouest*. Un événement organisé en collaboration avec l'Institut de journalisme de Bordeaux Aquitaine et le journal *Le Monde*.

Interventions

Journée technique eTourisme : Webeditorial et visibilité web 2.0

Rencontre organisée par la MOPA les 13 et 14 mai dernier, à Anglet (64).

Lire l'intervention d'Antoine Chotard, Responsable de la veille à AEC : « D'où vient le web 2.0 ? A quoi sert-il ? Quelles applications dans le tourisme ? »

Lire l'intervention de Laurent-Pierre Gilliard, directeur du service Information d'AEC : « Les réseaux sociaux pour le tourisme »



Rencontres du eTourisme : M-tourisme - Applications téléphone portable

Elles se sont déroulées le 11 juin dernier, à Barsac (33).

Lire l'intervention d'Antoine Chotard : « M-tourisme : le numérique au service des mobilités touristiques »

Logiciels et logiciels libres : quel cadre juridique ?

Julie Tomas, juriste TIC à AEC, intervenait sur ce thème à l'occasion d'Aquitaine libre, journée de promotion des logiciels libres organisée par l'association Agenux, le 6 juin, à Agen.



Entretien Vidéo

Les défis de la presse en ligne : l'exemple du Groupe Sud Ouest

Entretien avec Yann Chapellon, Directeur du développement du groupe Sud Ouest, chargé de la mise en œuvre du plan internet pour les journaux et publications du groupe, à l'occasion du dernier Club AEC des professionnels du numérique (le 15 juin à Bordeaux).

Chronique

L'Hadopi

Chaque mois, Laurent-Pierre Gilliard, directeur du service Information d'AEC, aborde au « Midi Pile » de France 3 Aquitaine les thèmes phares de la société de l'information.



Téléchargez nos publications

Comprendre et respecter les droits d'auteur

« Guide juridique relatif à la propriété littéraire et artistique et à la protection des données personnelles », réalisé par Julie Tomas, juriste TIC.

Aquitaine Analytic n°7

Etude : « Pratiques de commerce électronique en Aquitaine » réalisé par Alexandre Bertin, économiste statisticien.

Région

>>> La Communauté urbaine de Bordeaux, les Conseils généraux de Gironde et des Pyrénées-Atlantiques, les mairies de Bayonne et de Bordeaux ou encore la Direction générale de l'aviation civile ont adhéré au tout nouveau Club de la sécurité informatique créé en Aquitaine

Contacts

Philippe Marty

pmarty@ateliers1.com

06 28 34 29 22

<http://www.clusir-aquitaine.fr/>



>>> Sachez le

Ecla est née

L'Arpel Aquitaine (Agence régionale pour l'écrit et le livre) et AIC (Aquitaine Image Cinéma) se sont unis le 22 juin pour renaître dans une nouvelle structure qui a pour nom **Écla Aquitaine : Écrit, Cinéma, Livre et Audiovisuel**.

Écla est une agence au service des professionnels aquitains qui interviendra également au profit des médiateurs des secteurs culturels, artistiques et éducatifs et de certains publics spécifiques, notamment le public des lycéens et apprentis, les jeunes adultes et le public carcéral.

Ses actions s'inscrivent dans le cadre des coopérations interprofessionnelles afin de favoriser la rencontre entre les professionnels et les différents acteurs culturels, éducatifs et économiques aquitains.

Claude Villers a été élu président d'Écla. Les trois vice-présidence reviennent à **Frédéric Vilcocq**, conseiller régional en charge de la culture et de l'économie créative, **Pierre-Henri Arnstam** et **Jean-Louis Glénisson**.

Patrick Volpilhac, ancien directeur de l'Arpel, en devient le directeur général et **Jean-Raymond Garcia**, qui dirigeait l'AIC depuis le mois d'avril dernier, le directeur du département Cinéma et Audiovisuel.

Courriel : arpel@ecla.aquitaine.fr

Site : <http://arpel.aquitaine.fr>

« La sécurité informatique est une assurance vie »

> **Trois questions à Philippe Marty, vice-président du CLUSIR Aquitaine**

Pourquoi avoir créé le CLUSIR Aquitaine ?

Nous étions quelques uns, en Aquitaine, à vouloir échanger et rassembler des compétences régionales sur le thème de la sécurité de l'information. Le CLUSIF, Club de la Sécurité de l'Information Français (1), nous a mis en relation et nous avons mis en place le CLUSIR Aquitaine, sous forme d'association loi 1901. Les Clusir ont vocation à rassembler les différents acteurs de la sécurité des systèmes d'information tels que les utilisateurs, offreurs de produits ou de services, les collectivités publiques.

Quelles sont vos axes de travail ?

Le 12 juin, à Pessac (33), nous organisons les Rencontres de la Sécurité des Systèmes d'Information en Aquitaine (RSSIA) en présence de 50 responsables sécurité de la région. Nos prochains rendez-vous adopteront un format d'une demi-journée maximum, sur des thématiques spécifiques afin de créer une dynamique d'échange d'expertises entre professionnels. Ces réflexions auront un impact plus large, notamment à travers des ateliers « sécurité » à l'Echangeur Bordeaux Aquitaine. Enfin, nous avons constitué les premiers groupes de travail autour de trois axes : le Wifi et la sécurité des Hot Spots ; les normes et méthodes (Mehari, ISO2700x) ; la pédagogie vers les TPE/PME/petites collectivités...

D'autres thèmes suivront, selon les désirs des membres.

La protection des systèmes d'information intéresse peu le grand public.

Faut-il s'en inquiéter ?

Des efforts sont faits par les pouvoirs publics pour diffuser l'information sur les outils minimums de sécurité (2). C'est le premier stade de la prévention. Mais peu de personnes se soucient réellement de la sécurité informatique tant qu'elles ne sont pas confrontées à de vrais problèmes de sécurité dans leur propre organisation. C'est notre regret. Les politiques de sécurité, même définies, n'étant pas toujours appliquées, nous craignons que les victimes se multiplient. D'autant plus que les techniques de piratage s'améliorent et s'appuient de plus en plus sur les ressources externes (PC zombies, serveurs web hackés...). Une de nos missions est d'expliquer les risques, de vulgariser la sécurité informatique pour la rendre plus perceptible et indispensable. L'informatique est un outil universellement employé qui stocke nos données, notre savoir-faire, notre travail. Se doter d'une politique de sécurité, c'est l'assurance de pouvoir conserver l'essentiel de son activité. Pour une organisation, c'est une assurance vie !

(1) <http://www.clusif.asso.fr/>

(2) <http://www.securite-informatique.gouv.fr/>

Pyrénées-Atlantiques

Les TPE aidées pour intégrer le numérique

Depuis 10 ans, l'aNTIC Pays basque est mandatée et soutenue par la Communauté d'agglomération de Bayonne Anglet Biarritz et ses partenaires pour accompagner les très petites entreprises vers l'économie numérique.

Elle a mis sur pied un programme d'actions collectives TIC qui visent à consolider et structurer un dispositif d'accompagnement des entreprises en matière d'appropriation des usages professionnels de l'internet : au sein de l'Espace Entreprises Numériques qu'elle anime sur la Technopole Izarbel à Bidart, l'aNTIC Pays basque propose des services d'accompagnement collectif générique (ateliers de démonstration de produits TIC par exemple), des services d'accompagnement collectif spécialisé pour des filières professionnelles (ateliers thématiques, démonstration et prise en main de solutions TIC), des services d'accompagnement individuel (pré-diagnostic TIC, méthodologie pour mettre en œuvre un projet TIC, etc.) et, enfin, des services numériques (outils collaboratifs, outils de veille, Web TV entreprises, etc.)

Plus d'infos sur <http://www.entreprisesnumerique.net/>

Innovation en entreprises

Page réalisée en partenariat avec :

En Aquitaine, le pôle des TIC-Santé connaît une dynamique unique en France grâce aux entreprises implantées sur son territoire, représentant 50% du marché national, et à l'action volontariste des pouvoirs publics régionaux



L'Aquitaine leader en informatique de santé

Avec une trentaine d'entreprises dont trois leaders internationaux du secteur (AGFA Healthcare, McKesson France, Siemens Health Services France), l'Aquitaine est la première région française dans le secteur de l'informatique de santé.

Les résultats d'une étude sur la filière TIC-santé nationale et locale, commanditée par le Conseil régional auprès du cabinet lillois DMS Conseil, sont éloquentes : notre région représente 46% des effectifs nationaux du secteur, 45% du chiffre d'affaires national, 52% du marché en système d'information hospitalier public (SIH), 44% du marché en SIH Privé et 52% du marché des logiciels de gestion des cabinets médicaux.

L'implantation par rachat, en Aquitaine, des leaders mondiaux du secteur ne s'est pas faite au détriment de la création de nouvelles activités (Ki-Lab, Médialog, Web100T, Ware Système). Elle permet à la région Aquitaine d'être présente sur tous les segments de marché, y compris sur celui du Dossier Médical Personnel pour lequel le projet aquitain porté par le GIE Télésanté (1) est un des sept projets français qui comptent.

Dynamique régionale

Fin 2006, Innovalis Aquitaine, agence régionale de l'innovation, lançait une dynamique régionale de développement et d'animation de la filière. Elle se concrétise de différentes manières : le ministère de l'Enseignement supérieur vient d'accréditer une nouvelle spécialité de la MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises), de niveau ingénieur, tournée vers les SIGS (Système d'Information et de Gestion de santé). La première promotion sortira en juin 2010 de l'Université de Bordeaux.

Très récemment, elle a coordonné avec le BRA (agence de développement économique Bordeaux-Gironde), la participation de huit entreprises TIC-santé (lire ci-dessous) au salon professionnel Hit 2009 qui se déroulait à Paris. Et le 30 juin dernier, elle

organisait à Pessac la 3ème rencontre des acteurs de la filière «Informatique de santé» en Aquitaine.

La dynamique régionale passe aussi par une synergie pouvoirs publics-entreprises-universités-laboratoires de recherche et par la mise en place de nombreux dispositifs, d'actions de promotion et d'aides directes ou indirectes aux entreprises (près de 800 000 Euros ont été attribués par le Conseil régional et OSEO depuis 2 ans). Plusieurs sociétés du secteur bénéficient du statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) délivré par le ministère de la Recherche.

Actions collectives

Soutenue par les principaux syndicats et fédérations de la profession, Innovalis Aquitaine coordonne d'autres actions collectives : réflexions sur une étude des retours sur investissement (ROI) de la mise en place de logiciels médicaux dans les établissements de soins et mise en place d'un dispositif de veille à l'intention des entreprises. Un portail internet informatif sera bientôt opérationnel.

En parallèle, une étude est menée afin de connaître les perspectives d'évolution du marché, plus vaste, de la eSanté (il englobe les technologies des capteurs, des télécommunications, de la domotique, etc.) qui permettra de définir les orientations à donner, à l'avenir, à cette dynamique régionale.

- (1) Télésanté Aquitaine est la plateforme régionale de services e-santé à destination des professionnels de santé et des particuliers. Elle favorise la cohérence, l'homogénéité et l'interopérabilité des divers systèmes d'information de santé dans la région Aquitaine.
<http://www.sante-aquitaine.net/>

Contacts

**Jean-Yves Elie
et Hervé Dufau**
Innovalis Aquitaine
contact@innovalis.org
05 56 15 12 02

Huit entreprises du secteur à la loupe

AGDF Cegedim RS

Filière du groupe Cegedim, c'est un acteur majeur de logiciels de gestion de cabinets pour les professionnels de santé et de gestion de données de santé partagées, notamment au travers de plateformes de télésanté régionales.
http://www.cegedim.fr/corporate/cegedim_fr/agdf-cegedim-rs.htm

E.Novation

Cette société est la première en France spécialisée dans l'interopérabilité entre les différents systèmes d'informations d'un établissement de soins. Cloverleaf, son produit phare, est conçu pour répondre aux exigences du domaine de la santé (identité, mouvement, données médicales, données administratives, données techniques). <http://www.enovation.fr/>

KiLab

KiLab lançait à Hit 2009 son nouveau produit de gestion de soins particulièrement adapté pour des établissements de santé de petite et moyenne taille : <http://www.globule.net>. Son atout : une utilisation via internet, sur simple abonnement. Une mutualisation offre aux différentes structures au sein d'un même groupe de partager leurs données.

HelloDoc

C'est leader sur le marché des logiciels pour cabinets libéraux, avec plus de 20 000 clients et une croissance de 20% de son chiffre d'affaires en 2008. Ses produits et services permettent de créer des feuilles de soin sur terminal portable et de la télétransmettre, d'envoyer des SMS de rappel de RDV, offrent un service d'accueil téléphonique et prise de RDV sur agenda électronique.
<http://www.hellodoc.net/site/>

LEH, Les Etudes Hospitalières

Ouvrages, revues et bases de données de contenus d'informations médico-judiciaires pour le monde de la santé, en particulier hospitalier.
<http://www.leh.fr>

Octime

En 2008, la société Octime a conforté sa position d'acteur clé dans les solutions de gestion de temps et de planification pour les établissements de soins avec une progression de son chiffre d'affaires de 37% en 2008 et une multiplication par 8 de sa rentabilité. Les progiciels de Web100T permettent de gérer les flux patients, d'organiser les séjours, les lits et les blocs opératoires, dans un souci de rendement et d'optimisation de la production de soins.
<http://www.octime.com/>

Sigems

Editeur de solutions de gestion pour cliniques privées avec plus de 200 établissements, Sigems est le 3ème en France. Son data center met à la disposition des entreprises un centre de stockage de données performant et hautement sécurisé. <http://www.sigems.fr>

Web100T

Leur progiciel PMSI (programme de médicalisation du système d'information) est le plus utilisé par les établissements publics et privé français. La société a vu une progression de son chiffre d'affaires de 37% en 2008 et une multiplication par 8 de sa rentabilité. Les progiciels de Web100T permettent de gérer les flux patients, d'organiser les séjours, les lits et les blocs opératoires, dans un souci de rendement et d'optimisation de la production de soins.
<http://www.web100t.fr/>

Internet & usages en Aquitaine

Espaces publics numériques, Cyber-bases, Espaces culture multimédia, Ateliers multi-services informatiques, médiathèques... Le paysage aquitain des Points d'accès publics à internet (PAPI) est très hétérogène. Ces espaces créés pour favoriser la maîtrise de l'outil internet par le plus grand nombre font l'objet actuellement de recherches et de diagnostics afin de mettre en réseau les acteurs régionaux et consolider leurs missions

Points d'accès public à internet : des services en voie de structuration

En 2006, le *Diagnostic de l'Aquitaine Numérique* réalisé par Aquitaine Europe Communication révélait que 62% des Aquitains n'utilisaient pas de Point d'accès public à internet (PAPI) et ignoraient même si ce service existait à proximité de leur lieu de vie. Le Diagnostic soulignait alors le rôle de « liant social » des PAPI à destination des exclus du numérique et appelait à une meilleure prise en compte de ce phénomène par les politiques TIC des communes.

Comment a évolué le paysage aquitain des Points d'accès public à internet ? Combien de structures proposent ce service sur le territoire et comment les Aquitains s'en saisissent-ils ? Ces questions sont d'autant plus cruciales qu'elles mettent en jeu l'avenir des PAPI par la mise en oeuvre de politiques structurantes et cohérentes sur le territoire régional. Elles font l'objet actuellement d'investigations de la part de divers acteurs aquitains.

Recherches et Diagnostics

Un projet de recherche mené par Andrés Sandoval, Ingénieur d'étude à l'Université Bordeaux 3, s'inscrivant dans le cadre d'un vaste programme sur les usages et services numériques intitulé RAUDIN (sous la direction de Didier Paquelin, enseignant-chercheur), doit permettre de qualifier les PAPI d'Aquitaine, de définir la nature des services proposés et les conditions d'accueil du public. Il abordera aussi la question des publics visés, actuels et potentiels en procédant à des recoupements entre répartition des PAPI et densité démogra-

phique, infrastructure réseau, contexte social, déplacement de population, etc. Ces connaissances serviront à constituer une base de données de référence offrant aux Aquitains une géolocalisation des PAPI.

En octobre prochain, le *Diagnostic 2009 de l'Aquitaine Numérique* apportera des éléments éclairants sur les Points d'accès public à internet en Aquitaine ainsi qu'un panorama des services proposés dans ces lieux. Ces éléments seront fondés sur les résultats du *Diagnostic territorial des Services d'accès public à internet* réalisé pour le compte du Conseil général de la Gironde (lire l'encadré ci-dessous), sur des enquêtes menées par la nouvelle structure régionale **Ecla Aquitaine : écrit, cinéma, livre et audiovisuel**, concernant l'offre internet en bibliothèques ainsi que sur les résultats d'un mémoire de Master en cours de finalisation à l'**UFR de Géographie de l'Université Bordeaux 3**.

Un groupe de travail PAPI à l'automne

Les acteurs aquitains investis dans la promotion, le développement, le fonctionnement ou la structuration de l'accès public à internet seront, à l'automne 2009, invités à se réunir dans un groupe de travail du Pôle aquitain pour la société de l'information (PASI)⁽¹⁾. Animé par AEC, ce Pôle a vocation à mettre en cohérence et à rendre lisible les actions de l'Aquitaine numérique par la mise en place d'un cadre de concertation pour élaborer des outils d'aide à la décision.

En Gironde : un Diagnostic des services d'accès public à internet

Le département de la Gironde, par le biais de son programme « SAPIENS »*, a lancé en octobre 2008 une enquête sur les Services d'accès public à internet sur son territoire : Points d'accès public à internet (PAPI), Espaces publics numériques (EPN) et, plus largement, tout lieu à but non lucratif accueillant du public, assurant un rôle d'accompagnement à l'appropriation de l'internet et la promotion auprès du public d'usages administratifs, créatifs ou citoyens. Les premiers résultats de cette enquête seront rendus publics courant juillet.

Ce *Diagnostic territorial des Services d'accès public à internet* vise à recenser et évaluer les services d'accès public à internet en Gironde (fonctionnement, missions des animateurs ou médiateurs, etc.). Une cartographie dynamique, accessible sur le site www.gironde.fr, permettra la localisation de ces structures. Il vise également à évaluer le potentiel des territoires girondins à l'échelle de chaque Pays et intercommunalité (portée des actions liées aux usages numériques, faisabilité des projets, personnes ressources, degré de sensibilité et de réactivité des territoires, etc.). Une étude de faisabilité s'attachera enfin à proposer plusieurs scénarii de structuration d'un réseau

départemental de Services d'Accès Public à Internet sur les territoires.

Un premier état des lieux identifiant les acteurs et les usages de l'internet public en Gironde avait été réalisé en 2006 par le Département, dans le cadre de la mission SAPIENS. Il avait permis la mise en oeuvre d'un vaste plan de formation à destination de près de 200 personnes, bibliothécaires professionnels et bénévoles, animateurs multimédia, élus et techniciens locaux.

Contact :

Direction de la Culture et de la Citoyenneté
Marianne Baudouin, programme Sapiens
05 56 99 69 33 ou m.baudouin@cg33.fr

*SAPIENS : Ce programme (« Susciter l'Accès et le Partage de l'Information Et des Nouveaux Savoirs ») a été conçu en 2005 en complément du Plan Départemental de Lecture Publique (PDL), sur la question des usages numériques afin de promouvoir l'acquisition de compétences nouvelles dans les bibliothèques publiques du réseau départemental et de renforcer l'offre de services numériques sur tout le territoire.

Internet & usages en Aquitaine

Le « groupe de travail PAPI » soulèvera notamment des problématiques d'ancrage territorial des lieux d'accès public à internet ainsi que des questions juridiques et de modèle économique. En toile de fond de ses travaux : la **nécessaire redéfinition** des services apportés par les PAPI (relai vers TPE voire PME, diffusion pédagogique, diffusion culturelle, télétravail...), mise en réseau et consolidation de relais territoriaux autour de leurs actions.

Un état des lieux difficile à réaliser

Etablir une liste exhaustive des Points d'accès publics à l'internet en Aquitaine (et des services qu'ils proposent) relève d'un exercice difficile auquel s'est risqué Grégory Moullec, sous la direction de Marina Duféal (UMR ADES, Bordeaux 3). Dans le cadre de son mémoire de Master de Géographie intitulé « **Le télétravail, un outil pour le développement durable et équitable du territoire aquitain ?** », l'étudiant a recensé les lieux d'accès à internet, tenté d'en dresser une typologie afin de réfléchir au rôle des PAPI dans la problématique du travail à distance.

Les résultats dévoilent une situation très hétérogène :

Une diversité de labels délivrés depuis la fin des années 1990 dans le cadre de programmes nationaux, régionaux, départementaux (lire ci-contre) coexistent et parfois se superposent, rendant peu lisible l'offre d'accès public à internet. Le dynamisme ou la morosité des réseaux au sein desquels certains PAPI sont rattachés explique aussi la création ou la disparition de structures.

Les divers noms donnés à ces espaces sèment la confusion :

doit-on les nommer « Espace public numérique » (EPN), « cyber-bases », « espaces multimédias » ou « Points d'accès public à internet » ? Cette dernière appellation, qui peut recouvrir des réalités très diverses, semble la plus juste. Ces PAPI constituent, de plus, un ensemble d'espaces de natures très variés, qui vont de l'école à la bibliothèque, en passant par le Bureau information jeunesse, le Pôle Emploi, le centre social, l'office de tourisme ou encore le centre de formation (type Greta ou Afp).

Enfin, la définition même d'un Point d'accès public à l'internet fait débat. Se définit-il par les services qu'il propose (formation, initiation ou simple mise à disposition d'un ordinateur et d'une connexion) ? Par la présence d'un professionnel de l'internet dans ses murs ? Par sa dimension de service public ou par le fait d'être intégré dans un réseau plus vaste de structures équivalentes ? La borne interactive (privée) du Buffet de la gare de Périgueux ou l'ordinateur mis à disposition du public dans une épicerie multi-services d'une commune rurale sont-ils considérés comme des Points d'accès public à internet ?

La Délégation aux Usages de l'Internet, qui a pris la suite de la Mission Interministérielle à l'Accès Public à l'Internet (2000-2003) et créé le label Net Public, livre cette définition : « Destiné à tous les publics, un espace public numérique propose à ses usagers des activités variées et encadrées, par le biais d'ateliers collectifs, mais également dans le cadre de médiations individuelles et de plages réservées à la libre consultation. »

Concentrés dans des zones d'économie tertiaire

Au cours de ses travaux, Grégory Moullec a recensé **663 Points d'accès public à internet en Aquitaine** (une liste non exhaustive établie le 18 juin). Son étude prend pour premier indicateur de localisation d'un PAPI les services proposés à la population. Les points labellisés Espaces publics numériques et Ateliers Multi Services Informatique (spécifiques aux Landes) sont prédominants sur le territoire régional (59 lieux recensés). Les Pyrénées-Atlantiques se distinguent par le nombre de Cyber-bases (label et réseau de la Caisse des Dépôts) : 41 recensées. Une cartographie réalisée par l'étudiant permet de percevoir un déficit de PAPI dans la partie est des Landes.

Les points d'accès en Gironde se trouveraient pour une forte proportion dans les écoles, bibliothèques et médiathèques : elles accueilleraient 96 PAPI sur les 213 recensés par le Département dans le cadre de la constitution du Diagnostic territorial des Services d'accès public à internet. Le Lot-et-Garonne a davantage équipé ses établissements scolaires que les autres départements aquitains tandis que la Dordogne s'appuie, elle, sur les mairies.

« La présence de PAPI sur les territoires est souvent liée à la densité de population, remarque en conclusion Grégory Moullec, excepté dans les Landes où une politique territoriale a entraîné une constellation de PAPI dans le département sous forme d'Ateliers Multi Services Informatiques. Dans presque 95% des cas en Aquitaine, les PAPI se concentrent dans des communes où l'activité dominante est le secteur tertiaire ».

(1) PASI : <http://www.pasi.fr/>

Les labels de l'accès public à internet

> National

Espaces Culture Multimédia = ministère de la Culture et de la Communication (arrêt des financements et de délivrance du label début 2008)..

Points Cyb = ministère de la Jeunesse et des Sport.

Cyber-Bases = Caisse des Dépôts.

Net Public (ex EPN) = Délégation aux Usages de l'Internet.

> Régional

Points d'accès à la téléformation (P@t) = Direction Régionale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle.

Ateliers de pédagogie personnalisée (APP) = rattaché à un organisme porteur (organisme de formation public ou privé, Association, etc., sous convention avec la Délégation Régionale à l'Emploi et à la Formation Professionnelle).

> Départemental

Ateliers multiservices informatiques = Conseil général des Landes.

A NOTER :

Le Conseil régional d'Aquitaine propose un **dispositif d'accompagnement** pour le développement des espaces publics internet et de pôles de ressources numériques de Pays à travers des recommandations pour la constitution d'espaces multimédias, des outils TIC pour le maintien des services et l'amélioration du cadre de vie, l'aide aux opérations TIC des Pays.
<http://les-aides.aquitaine.fr/article298.html>

Dans le cadre de sa politique régionale, l'Europe s'investit en Aquitaine. De 2007 à 2013, une partie du Fonds européen de développement régional (Feder), 45 millions d'euros, seront engagés dans des projets visant à « développer les TIC au service de la société de la connaissance ». Plusieurs dossiers ont déjà été soutenus par l'Europe, ainsi que par l'Etat et les collectivités territoriales. Retour sur deux projets numériques, pilotes et innovants, développés en Aquitaine

> SACEA Un logiciel libre de gestion pour les exploitations agricoles

Projet porté par l'association SACEA Gironde (service d'aide et de conseil aux exploitants agricoles)

service.employeur@fdsea33.fr ou service.fiscal.rural@fdsea33.fr

<https://www.ekylibre.org/wiki/doku.php>

Le besoin

Les très petites entreprises ont besoin d'outils simples et pas trop onéreux pour assurer leur gestion. Un logiciel libre de gestion intégré de TPE –et notamment dans le domaine agricole-, peut répondre à cela pour un coût nettement inférieur aux offres actuelles du marché. Ce logiciel permet aux entrepreneurs une plus grande indépendance au niveau de la gestion de leur comptabilité.

Le projet

L'association SACEA de la Gironde développe, depuis 2008, un logiciel libre – Ekylibre- de comptabilité générale, gestion de la relation client, gestion commerciale (ventes – achats – stocks) et gestion de la production. Ce logiciel est développé en relation étroite avec un groupe de testeurs qui, au fur et à mesure, indique les améliorations à apporter pour que cet outil soit le plus conforme aux attentes du terrain.



L'avis de Brice Texier, développeur d'Ekylibre

« Il existe déjà des progiciels libres de gestion intégrés sur le marché mais complexes d'utilisation. Notre but est de rendre ce logiciel le plus abordable ergonomique possible pour que les entrepreneurs ne perdent pas de temps à se former de manière intensive. Une aide contextuelle est mise à leur disposition au cœur du logiciel pour une totale autonomie. Une façon de gérer le plus simplement possible sa société sans y passer trop de temps. Par exemple, les opérations de gestion commerciales peuvent être automatiquement basculées en comptabilité et ne nécessitent donc pas de double saisie. Un système d'alerte est également développé pour aider l'entrepreneur dans ses décisions (gestion de stocks, encaissement des règlements, tâches à réaliser, calendrier...). Ceci permet de gagner un temps précieux pour des entrepreneurs qui doivent gérer seuls les divers aspects de leur TPE. »

> M@CS Construction d'un réseau de communication à haut débit sur le territoire de la Communauté de communes Maremne Adour Côte-Sud (Landes)

Projet porté par la Communauté de communes Maremne Adour Côte-Sud

<http://www.macs-thd.fr/>

Le besoin

Accroître l'attractivité économique du territoire, réduire les risques de fracture numérique et les disparités entre zones rurales, côtières et urbaines. Le marché local des communications électroniques était jusqu'alors occupé par le seul opérateur historique. Avec le dégroupage total et l'ouverture du marché à la concurrence, les zones rurales peuvent prétendre au même service que dans les grandes villes de la communauté de communes, à des tarifs compétitifs.

Le projet

La mise en service du réseau par des opérateurs de communications (Délégation de service public) vient de débuter et se poursuivra au rythme de son déploiement. Il assure la desserte des principaux sites publics et privés. 80% des habitants pourront recevoir l'internet à Haut débit et l'ensemble des zones d'activités seront reliées directement à la fibre optique (connexion à Très haut débit). Les travaux pour les zones blanches et les offres saisonnières s'échelonneront jusqu'à fin 2009 pour couvrir à terme 100 % du territoire.



L'avis de Jean-Pierre Bordenave, Manager Systèmes et Infrastructures au sein de Rip Curl Europe

« Rip Curl possède actuellement un site central, le siège européen de la société situé à Hossegor, et deux plateformes logistiques adossées à son site central. Elles seront remplacées en octobre prochain par un nouveau centre logistique situé à Saint-Geours-de-Maremne, à 20 kilomètres d'Hossegor, près de l'autoroute. Il abritera une soixantaine de salariés. Le réseau M@cs permet de relier en fibre optique cette plateforme logistique au siège de l'entreprise et ainsi d'y recevoir 42 Mbits/s de débit de connexion. Cette capacité d'échanges de volumes importants de données permettra à la plateforme logistique distante de fonctionner comme si elle se trouvait à proximité, voire à l'intérieur du siège de la société. Mais le principal atout de M@cs relève de la sécurité informatique de l'entreprise. Des solutions informatiques nouvelles vont être mises en place : répliquation de données et de serveur, mise en place d'un plan de reprise d'activité après sinistre, voire même repli sur la plateforme logistique en cas de sinistre sur le site central. L'ensemble des données de Rip Curl Europe_ comptabilité, historique des collections, ressources humaines, etc._ seront sauvegardées sur ce second site. »

DOSSIER

eTourisme

Les nouvelles vitrines des territoires



L'essor des services offerts par l'internet fixe et mobile conduit les professionnels du tourisme à repenser la communication autour de leur territoire.

La multiplication des plateformes sociales d'information sur le web et l'accès à des contenus touristiques géolocalisés, voire personnalisés, sur les téléphones portables rendent le vacancier toujours plus autonome et exigeant.

Il conçoit son voyage en amont et réserve en direct ses loisirs et hébergements. Plus important encore, il se laisse guider voire influencer par les pratiques et expériences des autres internautes.

Comment assurer la promotion d'un territoire dans ce contexte ? Comment être visible, « vendre » une destination et les savoir-faire qui lui sont associés ?

Il ne suffit plus de mettre à jour un site internet pour attirer le vacancier. Il faut désormais investir les réseaux sociaux en ligne, les sites d'avis, les encyclopédies collaboratives, les espaces de partage de photos, de vidéos et de cartes. Le téléphone portable doit dorénavant s'envisager comme une passerelle de connexion pendant le séjour ou l'excursion.

Ces bouleversements impliquent une réflexion sur les métiers et les organisations de travail des offices de tourisme et pays touristiques. Décryptage et bonnes pratiques en Aquitaine dans ce dossier.

Sommaire

- p10 **Les enjeux du dossier** : Un métier d'avenir : « agent d'accueil numérique »
- p12 **eTourisme** : Le Web 2.0, moteur de la visibilité des territoires
- p14 **mTourisme** : Le téléphone réinvente la communication touristique

Par antoine.chotard@aecom.org ; suzanne.galy@aecom.org et laurent-pierre.gilliard@aecom.org

Les enjeux du dossier.

Il ne suffit plus d'avoir un site internet pour rendre visible l'offre touristique de son territoire. Il faut aussi y mener des campagnes de marketing viral et aborder le virage de l'internet mobile. Les organisations de travail au sein des offices de tourisme doivent suivre le mouvement

Un métier d'avenir : « agent d'accueil numérique »

Au moment de préparer leurs voyages, 77 % des Français connectés à internet se tournent vers le web, selon une étude réalisée en ligne en janvier 2009 par le cabinet girondin Protourisme. Une autre étude Opendo/Raffour Interactif révèle que les achats de voyages et vacances sur internet augmentent toujours : + 18% en 2008. Ils sont aujourd'hui 9,2 millions de Français à réserver en ligne, soit 1 partant sur 3.

En l'espace de 15 ans, internet est devenu un outil de promotion et une manne financière incontournable pour les acteurs du tourisme, qu'ils soient privés ou publics. Cette évolution va encore s'accroître avec l'essor de l'internet mobile. Cette convergence de l'internet et de la téléphonie ouvre des voies d'évolutions majeures en termes de services offerts aux touristes internautes et mobinautes (lire aussi p 14).

Déjà, avec l'apparition du web 2.0 il y a cinq ans et la possibilité de générer facilement leurs propres contenus sur internet, mais surtout de commenter ceux des autres, de les évaluer, les noter, les partager, une nouvelle chaîne de valeur s'était créée, celle du crowdsourcing (utiliser la créativité, l'intelligence et le savoir-faire d'un grand nombre d'internautes, et ce, au moindre coût). C'est l'âge d'or des communautés virtuelles et des réseaux sociaux, de type Facebook. Le succès de la géolocalisation et des services de cartographie virtuelle ajoutent au web une couche supplémentaire de personnalisation et font apparaître sur la toile une multitude d'espaces virtuels personnels ou communautaires (lire aussi p12/13).

Pour un professionnel chargé de la promotion d'un territoire, il ne suffit plus seulement d'avoir un site internet pour être visible.

Disséminer l'image du territoire

Désormais, il faut savoir capter, organiser et structurer cette information touristique, peaufiner sa réputation en ligne et dialoguer avec une cible préalablement identifiée. La stratégie marketing et de communication doit être « virale », basée sur une dissémination de l'image du territoire sur plusieurs plateformes à la fois : **FlickrR** (photos), **EveryTrail** (itinéraires), **Google Maps** (points d'intérêts, hébergements, etc.), **Wikipedia** ou **Knol** (encyclopédies collaboratives), **Qype** (annuaires participatifs) ou **Trip Advisor** (site d'avis sur les

hôtels, auberges, séjours, forfaits touristiques, etc.) pour ne citer qu'eux. La plupart de ces services sont désormais accessibles via les téléphones mobiles connectés au web.

Un office de tourisme risquerait sa perte s'il ne s'adaptait pas à ces évolutions, murmurent les plus technophiles des professionnels du secteur. **« Dans deux ans, 80% de l'information touristique du vacancier proviendra de sources extérieures à l'office de tourisme »**, affirme **Nicolas Graeff**, responsable du Pôle eTourisme au Comité départemental du tourisme Béarn-Pays basque. « L'internaute, totalement autonome, n'a plus besoin de l'office de tourisme. **Aujourd'hui, il faut savoir être agent d'accueil numérique** », confirme **Jean-Luc Boulou**, directeur de la Mission OTSI et Pays Touristiques d'Aquitaine (MOPA).

Internet sonne-t-il le glas des offices de tourisme ou syndicats d'initiative en tant que lieux d'accueil privilégiés pour l'information des vacanciers ? Les brochures et autres plans en papier sont-ils inévitablement condamnés ?

« Il y aura toujours des lieux d'accueil mais leur maintien dépendra du taux de fréquentation du territoire, répond Jean-Luc Boulou. Ce qui est certain, c'est qu'apparaissent de nouveaux métiers liés au web qui impactent les organisations de travail. **Il n'y a pas d'échelle territoriale idéale pour une action de visibilité sur internet.** Tout dépend de l'offre touristique, de la taille de la structure qui agit et des volontés politiques locales. Un CDT peut se réorganiser. Les autres, les offices de tourisme, doivent envisager des collaborations nouvelles et surtout s'adapter, par la formation des personnels, aux nouveaux services offerts par internet », conseille le directeur de la MOPA.

Créé il y a 6 ans pour accompagner les professionnels du tourisme dans les territoires aquitains, la MOPA organise de nombreuses formations dédiées aux nouveaux usages numériques. Plusieurs ateliers ont été consacrés à la visibilité en ligne des territoires (cf p3, Interventions).

L'Aquitaine est peu visible sur le net

En développant la base de données SIRTAQUI (Système d'Information Régional Touristique partagé en Aquitaine), il y a environ 5 ans, le Comité régional du tourisme d'Aquitaine avait impulsé une dynamique de mutualisation des informations

en provenance des départements. SIRTACUI est aujourd'hui plus qu'adoptée par les professionnels aquitains.

Une réalité s'impose pourtant toujours en Aquitaine : **la capacité des offices de tourisme à « vendre » en ligne une activité proposée par un territoire, qu'elle soit marchande ou non, laisse encore à désirer**, selon les résultats d'une étude récente commandée au cabinet Lancéa par le Pôle aquitain pour la société de l'information (PASI) sur la commercialisation en ligne de l'offre touristique d'Aquitaine (lire l'encadré ci-contre).

Selon cette étude, les contenus informatifs des sites internet touristiques seraient globalement satisfaisants... mais peu mis à jour. Seulement 60% des sites seraient traduits en langues étrangères (70% du panel étudié en PACA était traduit). Le nombre de liens entrants sur les sites reste assez faible (13,5 environ) et la toile n'est pas suffisamment tissée entre les sites aquitains eux-mêmes. Plus grave, leur présence sur google.fr est très variable. **Le dialogue avec l'internaute ou sa prise de parole sur les sites est encore très peu répandue alors que l'on entre dans l'ère du « marketing de la conversation »**. La syndication avec les médias sociaux communautaires est très peu utilisée. Du coup, les 2/3 des sites d'offices de tourisme ont un niveau d'audience ne dépassant pas 100 000 visites et les ventes en ligne sont peu développées pour la plupart (moins de 15% du volume d'affaires).

Pourtant, d'après les répondants au questionnaire, leur site internet est une source importante d'apport de contacts clients. Cette situation paradoxale a des origines économiques mais aussi culturelles.

Des organisations à revoir

Au **Comité départemental du tourisme Béarn-Pays basque (CDT)**, l'organisation de travail a été revue afin de répondre au mieux aux nouveaux usages des touristes internautes. Recrutement, formation, transversalité des projets entre les services du CDT lui ont permis d'adopter un mode opératoire cohérent (lire aussi l'encadré p12/13). L'étude Lancéa relève l'exemplarité des méthodes de ce CDT : convergence information /réservation dans une logique vertueuse. « L'enjeu majeur, aujourd'hui, est de savoir intégrer les services du web 2.0 dans une stratégie cohérente de web-marketing : comment coordonner ma stratégie au cycle de séduction du touriste et au rythme de la transformation du prospect en client ? Cela suppose de connaître l'apport réel du web, ce qui est

très compliqué car les services évoluent très vite. La stratégie est forcément éphémère », conclut Nicolas Graeff.

Dans cette structure, 30% du budget « promotion » est consacré au eMarketing alors que, comme le souligne l'étude Lancéa, 45 OT sur 53 en Aquitaine y consacrent aux actions de visibilité sur internet moins de 20% de leur budget promotionnel.

Etude **Quelle commercialisation en ligne de l'offre touristique aquitaine ?**

Le groupe de travail « eTourisme » du Pôle Aquitain pour la Société de l'Information (PASI) a commandité au cabinet Lancéa une étude très complète sur **la commercialisation électronique de l'offre touristique aquitaine**.

La commercialisation des produits touristiques, émanant du marché privé ou du secteur parapublic (hôtels, camping, produits packagés, visites, etc.), est aujourd'hui essentielle car elle répond à une double attente : celle des touristes d'avoir accès aux réservations en ligne et celle des opérateurs touristiques d'être présents sur le net et accessibles aux consommateurs.

Quelle est la situation en Aquitaine au regard des indicateurs nationaux ? Quelle est la part de l'offre touristique qui n'est pas vendue en ligne ? quels effets de levier pour une action publique ?

L'étude s'est portée sur un échantillon 57 OTSI (sur un total de 180), 420 professionnels marchands du territoire (sur un total de 4200), 130 gestionnaires de sites internet et 37 distributeurs en ligne.

Les premières pistes d'orientations stratégiques soulignent la **nécessité de renforcer la formation des acteurs, d'accompagner et amplifier les projets structurants à fort potentiel à l'échelle de la région, d'amplifier la démarche d'agrégation régionale de l'information et la mutualisation des plateformes de réservation en ligne**. Enfin, pour contrer des audiences globales faibles au regard de la notoriété touristique des destinations du territoire aquitain, **l'étude conseille la mutualisation des contenus en ligne et des budgets de e-marketing**.

Résultats complets de l'étude en septembre.

Contact : eric.culnaert@aecom.org

eTourisme.

Les acteurs du tourisme ont déjà investi la Toile comme vitrine de leur service. Mais un beau site web et sa base de données ne suffisent plus à satisfaire le touriste internaute. Pour dépasser la concurrence, les services 2.0 sont devenus incontournables

Le Web 2.0 moteur de la visibilité des territoires

En 2008, 64 % de Français fréquentaient les réseaux sociaux en 2008, progressant ainsi de 45% depuis 2007. Le mouvement se poursuit en 2009. Les populations les plus représentées restent toujours les classes d'âges les plus jeunes mais l'écart se résorbe. Pour exemple, Facebook (225 millions de membres dans le monde en mai 2009) connaît en ce moment sa plus forte progression chez les 45-54 ans.

Accentuée en période de crise économique, la comparaison des prix et des avis consommateurs jouera un rôle croissant dans la recherche du meilleur rapport qualité/ prix. Selon le baromètre annuel du Cabinet Raffour, ce comportement apparaît comme le premier cité par les touristes français. Le systématisme de cette démarche est d'autant plus facilité par les outils 2.0 comme Tripadvisor qui font converger avis des internautes et prix des services.

Devenir une identité agissante

C'est un fait, le succès des services 2.0 d'internet n'est pas un simple effet de mode, il relève d'une nouvelle approche de travail dans la communication et dans la veille « environnementale » des professionnels du tourisme (lire aussi l'encadré page suivante). La définition d'un projet 2.0 nécessite la maturation d'une stratégie marketing partagée au sein de la structure, ciblée sur des publics spécifiques et/ou sur les destinations, en prenant en considération les moyens humains et financiers de la structure.

Cette démarche conduit à repenser le design du service touristique local. Le déploiement d'un projet 2.0 implique une redirection des moyens de communication et de promotion au sein des structures d'informations. 75% des consommateurs français utilisent l'internet pour lequel les fournisseurs de services (Offices de tourisme, hôteliers et autres prestataires) consacrent souvent moins de 20% de leur budget de promotion. Sans compter que les publics anglo-saxons et d'Europe du Nord venant en Aquitaine sont encore plus consommateurs du web que les Français ! Il y a là un paradoxe criant. **Capter, investir et engager des conversations en ligne sont devenus des leviers essentiels de visibilité et de réputation numérique des territoires.** Les institutionnels sont quelque peu dépossédés du contrôle de l'information publiée sur leurs territoires, puisqu'elle a migré entre les mains de mil-

lions d'internautes ayant la liberté de s'exprimer en ligne. **Etre présent sur les services 2.0 implique de veiller sur ce qui se dit et de pouvoir organiser un bouche à oreille favorable.**

Stratégie 2.0 : définir une ligne éditoriale

La vieille technique d'envoi de mails à 1 million de personnes pour en convertir 1 000 semble moins efficace au regard de l'effet viral d'un marketing 2.0 où il s'agit plutôt de toucher les 10 bonnes personnes... qui en toucheront 100... qui en toucheront 1000 ayant les mêmes centres d'intérêts. Il ne s'agit pas d'enterrer la première méthode mais de ne pas négliger le potentiel de viralité du web 2.0 et l'opportunité du ciblage de sa communication vers les publics qui vous intéressent.

Avec le web 2.0, tous les canaux peuvent mener à vos contenus, à votre site, il s'agit donc de définir une ligne éditoriale adaptée à ces nouveaux canaux de communication. Etre présent sur les réseaux sociaux du web, c'est trouver de nouveaux moyens de séduire des niches de touristes, de leur raconter des histoires (storytelling) et ainsi de les inviter à s'exprimer, donner leur avis sur les destinations et les services.

Si les touristes 2.0 investissant les réseaux sociaux du web et postant des avis sur les prestations ne représentent pas la majorité de votre clientèle, ils sont tout de même de plus en plus lus par les internautes. Et leur production croissante de messages et de contenus leur confère une plus grande visibilité que les sites internet des offices de tourisme.

Le touriste activement 2.0 d'aujourd'hui influence les choix des touristes de demain. Les commentaires et avis deviennent progressivement le nouveau label de qualité et de crédibilité d'une destination touristique. L'information des experts du tourisme local est fragilisée et doit réinventer ses canaux de dissémination.

Qu'elle soit personnalisée, sociale, par thème, la recommandation est centrale sur le web comme physiquement dans l'office du tourisme. Ce que l'on recherche en ligne, au-delà de tous les avantages décrits par les outils du web 2.0, c'est avant tout un savoir faire, une disponibilité, une valeur ajoutée dont sont détenteurs les offices de tourisme et qui définissent l'e-réputation d'un territoire.



Les 4 fantastiques des réseaux sociaux : Encyclo, Vidéo, Photo, Carto

Il est difficile de se retrouver parmi la multitude d'applications mais les bonnes pratiques existantes en matière de visibilité touristique et d'accroissement d'audience permettent d'identifier des incontournables : **Tripadvisor** (site référence d'avis et de réservation hôtelière), **Wikipédia** ou **Knol** (l'encyclopédie collaborative en ligne), **Facebook** (la plateforme sociale la plus plébiscitée dans le monde où peuvent converger tous vos autres contenus 2.0), **Flickr** (espace de partage de photos), **YouTube** ou **Dailymotion** (pour le post de vidéos), **GoogleMaps** (qui démocratise l'usage de la cartographie et des contenus géolocalisés), **Jimdo** (pour créer aisément son site web 2.0).

Ces plateformes sociales constituent les clés pour s'assurer une présence minimale et faire jeu égal gratuitement avec les acteurs déjà en place. La profusion ne doit pas faire perdre de vue la simplicité avec laquelle il est possible de partager des contenus d'une plateforme sociale à l'autre, bien souvent d'un seul clic, grâce à la convergence technologique entre ses services. **Twitter**, service social de communication massive en temps réel ne doit pas non plus être négligé. Même si aujourd'hui seuls 120 à 125 000 personnes semblent l'utiliser en France, le buzz qu'il génère est considérable, emblématique et il restera encore en 2009 un bon moyen de mettre en avant ses capacités d'innovation et de présence sur les canaux du futur.

Capter les énergies et rediriger les moyens

Le web 2.0 nécessite assez peu de compétences informatiques, les services sont pour la plupart gratuits, mais il implique de l'énergie, du temps et une stratégie. Afin d'expérimenter le 2.0 et d'éviter la dispersion, deux méthodes : l'une en vogue, le recours à « un stagiaire 2.0 » connaissant bien les outils et permettant ainsi d'envisager avec recul le bénéfice d'un déploiement 2.0, voire de formations. L'autre méthode est celle engagée par le Pays touristique du Périgord noir qui, au sein des 15 offices de tourisme du territoire, a repéré les compétences 2.0 et les énergies afin d'organiser une « task force 2.0 ».

« La culture du travail collaboratif »

En Aquitaine, quelques structures institutionnelles du tourisme ont perçu les évolutions des pratiques des touristes et revu leur organisation de travail

« La culture du travail collaboratif a été impulsée par la refonte du site internet en 2005. D'une organisation traditionnelle en services_ communication, édition, marketing... le CDT a adopté une organisation en quatre pôles, dont un est entièrement dédié à l'eTourisme », explique **Nicolas Graeff, responsable du Pôle eTourisme au comité départemental du tourisme Béarn-Pays basque**. « Son action est transversale dans le CDT. Travaillant en « mode projet », il intervient en assistance à maîtrise d'ouvrage et accompagne ainsi la mutation des autres pôles vers le web. Nous avons réfléchi aux nouveaux référentiels métiers, recruté et formé des agents pour constituer une équipe avec des compétences en webmarketing, web éditorial, gestion de base de données, etc. Ce pôle représente un tiers des effectifs du CDT », détaille Nicolas Graeff.

Les deux opérations conjointes pêche64.fr et rando64.fr montées par le CDT Béarn-Pays Basque constituent un excellent exemple de ce « marketing affinitaire » et « de conversation » introduit par le web 2.0 : le touriste y est avant tout « randonneur » ou « pêcheur », avec ses centres d'intérêts et besoins spécifiques. « Cette campagne de promotion s'est faite presque exclusivement sur le web », précise Nicolas Graeff.

En **Périgord Noir**, mêmes efforts : le Pays touristique regroupe 15 offices avec une politique de communication mutualisée depuis 2006. Il aborde le web comme une multitude d'espaces pour se rendre visible, sous forme de liens, de photos, de vidéos, d'avatars dans les réseaux sociaux, de textes dans les encyclopédies collaboratives sur les principales villes touristiques du Pays. Chaque OT collecte les contenus qui sont ensuite traités par une équipe web 2.0 composée d'agents de quatre offices de tourisme relais.

Le **CDT du Lot-et-Garonne** lui aussi fait preuve de dynamisme puisqu'il a procédé à la consolidation et à la structuration d'un pôle e-marketing composé d'un web rédacteur, un webmaster technique, un webmaster e-marketing. Il consacre 38% du budget dédié à sa « promotion » pour du marketing sur internet.

mTourisme.

Le téléphone mobile, et plus spécifiquement les Smartphones, nous accompagnent dans nos moindres déplacements. Dans le domaine du tourisme, il se généralisera comme une passerelle de connexion « pendant » le séjour ou l'excursion et, à l'image des services 2.0, modifiera l'organisation et la communication des professionnels locaux du tourisme

Le téléphone réinvente la communication touristique

Selon les derniers chiffres IDATE/ARCEP, 4 milliards d'individus dans le monde sont détenteurs d'un téléphone cellulaire (plus de la moitié de l'humanité). 592 millions d'Européens sont équipés et 58 millions de Français. Fort de ce taux de pénétration, la téléphonie mobile est devenue un canal de communication et de marketing incontournable. Selon une enquête IPSOS/AFMM, un tiers des détenteurs de téléphones portables se sont connectés à l'internet mobile au moins une fois depuis les six derniers mois. En mai 2009, l'ARCEP estimait à plus de 11 millions en France le nombre de mobinautes actifs ayant eu recours à l'internet mobile par 3G (le haut débit mobile pour les téléphones) soit plus d'un sixième de la population. Fruit du succès de l'Iphone d'Apple, le nombre de connexions par téléphone mobile en France a augmenté de 24% en un an.

Les leviers de 2009: Iphone, couverture 3G et forfaits mobile illimités

Premier préalable pour pouvoir accéder à internet en mobilité : les réseaux télécoms adéquats doivent être disponibles. Certes, l'accès à Internet par téléphone ne représente encore qu'1% du total des connexions au web, mais aujourd'hui, la **couverture régionale en 3G permet un déploiement rapide des usages (1)**.

Deuxièmement, le **développement des forfaits "internet illimité"** pour les mobiles suit conjointement ce déploiement des infrastructures depuis la fin d'année 2008. Actuellement, 50% des forfaits des mobinautes français sont illimités, une croissance fulgurante en un an, elle aussi générée par le succès du Smartphone d'Apple. Nous pouvons estimer également que la concurrence sur le mobile entre opérateurs télécoms sera relancée par l'arrivée d'une 4ème licence (convoitée par Free) et tendra à faire baisser tant les coûts de forfaits que d'améliorer encore la couverture en haut débit mobile.

Mais le **phénomène qui permet d'entrevoir un décollage effectif de l'internet mobile, c'est bien le succès de l'Iphone et de ses applications associées**. Selon Médiamétrie, les détenteurs d'Iphone représentent 44% du total des connexions par téléphone mobile totales à ce jour. Fort du million d'unités vendues en France, les connexions via Iphone ont été multipliées par 8 en un an (mai 2008 à mai 2009). Cet appareil aura permis de séduire et de prouver que la navigation web sur téléphone

peut être confortable.

Des services 2.0 de solutions contextuelles

Dopé par l'effet Iphone, le marché des Smartphones en France ne subit pas autant la crise que les téléphones d'entrée de gamme. L'institut GFK vient de publier une prévision (à la hausse) pour la France : plus de 2,7 millions de Smartphones devraient être vendus en 2009. L'Iphone a, quant à lui, doublé sa part de marché en un an. Ces téléphones bénéficient d'un avantage : ils sont plutôt perçus comme des ordinateurs peu chers que comme des téléphones de luxe.

La force de l'Iphone, outre son écran tactile multipoint favorisant aisément le zoom sur des pages web non adaptées à sa taille, c'est l'AppStore, cette plateforme d'Apple où l'on trouve de multiples applications téléchargeables (logiciels) proposant des services aux contenus à forte valeur ajoutée. **Les applications, directement ou indirectement liées à l'activité touristique, sont fortement représentées sur la plateforme**. Réserver un hôtel, trouver un restaurant proche de vous, bénéficier des avis consommateurs sur une visite, calculer son itinéraire (piéton ou motorisé), consulter un guide de voyage, connaître le temps qu'il fera, traduire des phrases clés, convertir les prix en devises étrangères, remplacer les cartes IGN par un tracé GPS, uploader des photos vers ses albums en ligne, partager en direct ses pérégrinations de voyage via Facebook... Autant de services adaptés au voyage touristique ou d'affaires dont nombre sont proposés gratuitement ou pour un coût ne dépassant que rarement 5 euros. **Ces services mobiles sans précédent sont le fruit du web 2.0 et de la démocratisation des puces GPS dans les téléphones de dernière génération**.

Clé de cette assistance au touriste, la géolocalisation du touriste et de l'information ouvre les portes à la recherche contextuelle et à la publicité ciblée, nouvelles fonctions essentielles d'attraction de voyageurs en recherche de toujours plus de souplesse et de personnalisation. La géolocalisation permettra à terme de voir apparaître une réalité augmentée à travers son téléphone, vous fournissant en surimpression des informations (des articles de Wikipédia par exemple) sur ce qui vous fait face. Vous ne rêvez pas, les Hollandais peuvent d'ores et déjà souscrire à ce service dans leur pays (Layar.eu).

Smartphone

C'est un téléphone mobile couplé à un PDA. Il fournit les fonctionnalités d'agenda/calendrier, de navigation web, de consultation de courrier, de messagerie instantanée, de GPS, etc. Il peut permettre d'installer des applications additionnelles.



La ruée vers les Stores

Ce nouveau modèle de consultation des données d'internet - nouveau canal marketing des marques et fantôme à double tranchant des startup - fait des émules. Tous les grands concepteurs des systèmes d'exploitation (OS) de smartphones se jettent sur le modèle d'Apple : OviStore pour Nokia, Windows Mobile Marketplace, Android market pour Google... sans assurance d'un succès similaire mais elles contribuent à la banalisation des usages technologiques.

Actuellement accessible à des entreprises ayant suffisamment de moyens pour leur communication web, ce type de services pourrait à terme se démocratiser au point de permettre à l'hyperlocal de développer à moindre coût des applications à

partir du contenu de leur site web (lire aussi p17). **Tout concoure à penser que les institutionnels vont s'emparer de ce nouveau modèle au deuxième semestre de l'année 2009**, comme elles ont commencé à le faire avec les sites mobiles adaptés au format des écrans de téléphones et parfois la technique du Flashcode et des tags 2D, premières étapes importantes de sa visibilité sur l'internet mobile (lire l'encadré ci-dessous). Si la pérennité d'un tel service est difficilement estimable, ce dernier a au moins le mérite du buzz ponctuel et des entreprises de la région telle GMT éditions sont déjà en mesure de développer ce type d'applications.

(La suite page 16)

VeniMeCum mise sur les codes 2D

VeniMeCum, service édité par la société Mobile Service Partners basée à Saint-André-de-Cubzac (33), mise sur l'internet mobile pour proposer aux villes et organismes touristiques un city guide d'un nouveau genre : l'ensemble des informations liées au patrimoine culturel et historique ainsi que l'activité événementielle d'une destination touristique est mise en ligne sur un site mobile qui référence aussi les hôtels, restaurants, bars et autres lieux de sorties environnants. La société développe pour ces derniers un site mobile spécifique et assure leur visibilité. Deuxième axe, les contenus touristiques sont accessibles via une adresse URL, ou directement via des codes 2D affichés sur les monuments et emplacements stratégiques (illustration ci-dessous) : une fois photographiés avec un téléphone portable (un lecteur de Tag est en téléchargement gratuit sur [venimecum.mobi](http://www.venimecum.mobi)), les codes 2D livrent au touriste mobinaute toutes les informations touristiques. Le service VeniMeCum existe depuis novembre 2008. Il sera mis gratuitement à disposition du public dans la ville de Blaye cet été, notamment sur la citadelle Vauban et sur des sites historiques majeurs en périphérie.

<http://www.venimecum.mobi>



Le service Venimecum

Une concurrence pour les acteurs locaux

Le cabinet Forrester estime que le potentiel de mobinautes actifs dans le monde s'élèverait aujourd'hui à près de 577 millions et 42 millions en Europe, chiffre qui devrait quadrupler d'ici à 2012. Un potentiel considérable pour les acteurs du tourisme lorsque l'on sait que les services les plus plébiscités par ces usagers de l'internet mobile sont à 72% les sites pratiques (itinéraires, transports, annuaire et guides) et qu'internet est définitivement le premier canal d'achat de services et prestations touristiques. Un véritable manque à gagner pour les professionnels du tourisme qui n'ont pas encore travaillé leur visibilité sur les canaux web de l'information mobile. **Une étude du Cabinet Raffour auprès de 400 agences de voyages révélait très récemment que 57% de ces dernières estiment que les touristes de loisirs réserveront de plus en plus les prestations sur place.**

La vitesse de déploiement des usages numériques est considérable. A l'image des services offerts par le web 2.0, les acteurs locaux du tourisme ne doivent pas sous estimer le potentiel de leur présence sur les services de l'internet mobile. S'il implique un revirement dans les métiers de l'information touristique, le web, mobile ou non, reste ouvert et aisé à investir pour peu que l'on accepte qu'il ne s'agit pas d'un effet de mode et que les moyens tant humains que financiers alloués à la communication web soient davantage privilégiés, à l'instar de nombres de nos voisins européens.

Il s'agit encore une fois de **ne pas être devancé par les informations laissées par les internautes et les grandes entreprises** phagocytant les données à forte valeur ajoutée de nos territoires mais de déployer sa stratégie et des contenus adaptés sur ces espaces de l'expérience clientèle.

(1) *Aquitaine Europe Communication réalise actuellement une carte qui permettra aux professionnels d'appréhender à l'échelle communale la couverture 3G de l'Aquitaine (Diagnostic 2009 de l'Aquitaine numérique à paraître en octobre).*

A Bayonne, un « guide d'accueil » sur téléphone portable

« Le Comité départemental de tourisme Béarn-Pays Basque lancera courant juillet, pour la ville de Bayonne, une application mobile de guide urbain développée par la société Batura Mobile, installée à Bilbao. Bayonne Tourisme est un service que l'utilisateur téléchargera gratuitement sur son téléphone portable afin d'obtenir des informations pratiques sur la ville. Une fois l'application téléchargée, sans avoir à se connecter à internet, il accèdera aux mêmes informations que celles du guide d'accueil de l'office de tourisme : points d'intérêt, hébergement, shopping, agenda, etc. Le coût d'une telle application pour un OT s'échelonne de 15 000 à 20 000 euros. Une trentaine a déjà été commercialisée en Espagne.

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

Petit Lexique de la communication mobile à distance

Ces technologies pourraient jouer leur rôle dans une stratégie de communication touristique

Bluetooth : Système basé sur une technologie radio courte distance pour assurer une liaison sans fil entre téléphones mobiles, PC portables, ordinateurs de poche et autres périphériques mobiles. Utilisable partout dans le monde, Bluetooth peut relier jusqu'à 8 appareils simultanément et transmet à la fois la voix et des données d'un appareil à l'autre sur une distance de 10 mètres.

NFC (Near Field Communication) : cette technologie radio courte distance permet les échanges de données entre un lecteur

et un terminal mobile ou entre plusieurs terminaux, situés à quelques centimètres l'un de l'autre, sans qu'aucun câble ne les relie. La technologie NFC permet d'utiliser le téléphone mobile comme carte de paiement (M-paiement), de fidélité ou comme ticket (Mobile-ticketing) de transport, de cinéma, d'avion, etc.

Codes barres 2D, tags, ou Flashcode : Héritiers du code barre, ils peuvent être lus par la fonction appareil photo de certains téléphones mobiles.

Une fois qu'il a détecté un tag, le téléphone mobile lance un navigateur internet mobile, se connecte sur un site distant où l'utilisateur trouvera des informations complémentaires en texte, audio, ou même vidéo. Dans le domaine du commerce, cette technologie permettra par exemple d'offrir des informations sur les produits, leur provenance mais aussi de signaler des offres promotionnelles. Dans le tourisme, il permet d'apporter des compléments d'informations, marchands ou non.

eCommerce

Les plateformes d'applications mobiles bouleversent les opérateurs



Après l'AppStore lancé en juillet 2008 et le succès qu'on lui connaît, l'ensemble des producteurs de systèmes d'exploitation (OS) pour mobiles emboîtent le pas d'Apple : ils développent leur plateforme d'applications pour Smartphones (Windows Mobile Marketplace pour Microsoft, Android Market pour l'OS Android de Google, OVI Store pour le Symbian de Nokia) et contribuent à la naissance d'un modèle économique de services à forte valeur ajoutée, remettant en cause la captivité des abonnés par les opérateurs téléphoniques.

Selon un rapport de Juniper Research, la concurrence naissante entre opérateurs et producteurs d'OS sur les applications mobiles contraint les premiers à reproduire le modèle et élargir leur collaboration à de multiples start-up. Processus long et différent du modèle traditionnel de collaboration avec des marques, il transforme en profondeur la chaîne de redistribution des revenus usuels des opérateurs mobiles.

Des générateurs d'applications

Les devises générées par les facturations intra-applications sont des manques à gagner importants pour les opérateurs qui cherchent à remettre la main sur cette manne que le cabinet Juniper Research estime à 25 milliards de dollars en 2014.

Les opérateurs peuvent aussi s'inquiéter de l'arrivée sur le marché d'entreprises ayant développé leur stratégie en travaillant pour les dites plateformes d'applications mobiles : pour se démarquer de la concurrence, AppLoop, vendeur d'espaces publicitaires sur mobile propose à ses clients un générateur d'applications permettant de transformer le contenu du site web du client en applications formatées pour l'iPhone. Un moyen pour les marques d'éviter les opérateurs au profit d'une régie publicitaire développant du software mobile.

Une autre étape se profile par ailleurs : en open source, le projet européen, Simple Mobile Services (S.M.S), propose une plateforme logicielle et un kit d'outils permettant aux petites entreprises de développer des applications pour mobiles, adaptables à n'importe quel téléphone et OS mobile. Un double objectif : premièrement, pouvoir déployer et gérer soi-même ses services indépendamment des opérateurs ou des constructeurs de téléphones mobiles à moindre coût. Deuxièmement, développer des applications répondant aux besoins (de proximité) des mobinautes.

antoine.chotard@aecom.org, Responsable de la veille

Le chiffre

10 millions

C'est le nombre de déclarations de revenus 2008 souscrites en ligne en France en 2009, selon le ministère du Budget, des comptes publics, de la fonction publique et de la réforme de l'État. Cela représente une progression des télé-déclarations de plus de 30 % par rapport à 2008.

Le site

www.yourtour.com/
Le « tour opérateur personnel »



Yourtour est un site internet aux potentialités assez extraordinaires pour qui veut programmer un voyage. Présenté comme un "tour opérateur personnel", le site personnalise un circuit de voyage selon les critères enregistrés par l'internaute sur la plateforme : sa date de départ, sa ville de départ et la région qu'il veut visiter. La machine calcule les hôtels disponibles, épluche quelques guides touristiques et propose un circuit tout prêt avec possibilité de réservations. Il est possible d'affiner ses choix en éliminant telle ou telle autre proposition. Une carte permet à l'internaute de visualiser le trajet proposé par Yourtour, ainsi que des points d'intérêts : hôtels et musées. Le site affiche aussi le coût global estimé du voyage. Construit avec les guides Lonely Planet pour la partie activités et Booking pour la réservation hôtelière, Yourtour pioche dans une base de données actualisée (horaires, prix des visites, disponibilité des hébergements) mais tout de même pas exhaustive. On pardonnera cette limite vu la puissance de ce nouvel outil, totalement gratuit pour l'utilisateur !

Recherches & prospectives

Retrouvez dans l'Aquitaine Numérique un article publié dans internetactu.net. Ce site d'information en ligne sur les technologies, les services et les usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication est édité et réalisé par l'Association pour la fondation Internet Nouvelle génération (Fing).

Nanomatériaux : le débat est en bas de l'échelle

Publié le 16 juin par Jean-Michel Cornu

L'agence française de sécurité sanitaire de l'environnement et du travail (Afsset) rendait publique, en octobre dernier, ses travaux sur les risques éventuels des nanoparticules (1). Elle souhaite ainsi contribuer à l'information et la formation du public.

Mais où en est le débat public dans ce domaine ?

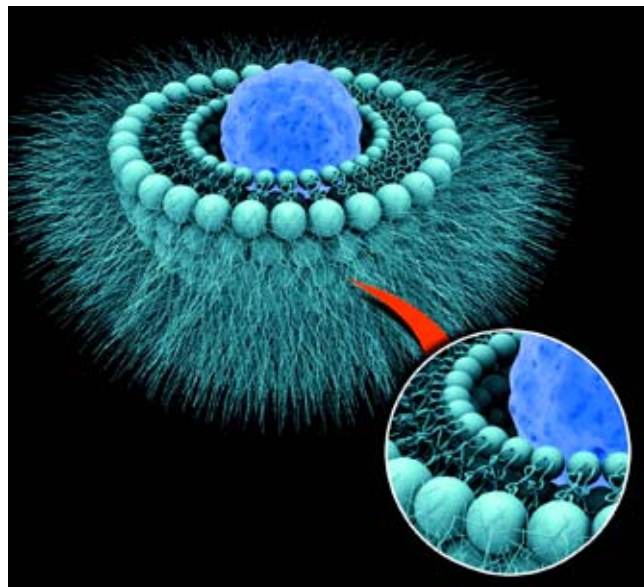
Le grand public se sent éloigné de ces sujets jugés à tort trop futuristes. Cela crée le risque d'une bipolarisation entre d'un côté les industriels et de l'autre des militants. Pour éviter de reproduire les erreurs du débat sur les OGM, il est urgent de disposer d'informations transparentes sur l'état actuel des connaissances comme le propose par exemple l'Afsset, mais également que toutes les parties concernées aient la possibilité et le souhait de participer.

Les chercheurs s'impliquent de plus en plus dans le débat. Après l'école CNRS d'éthique des sciences en mars 2007 destinée à donner aux chercheurs les informations et les outils nécessaires (y compris philosophiques), un groupe informel de chercheurs a organisé à Grenoble, le 9 octobre dernier, un colloque ouvert au public et aux organisations syndicales (2). De leur côté, les politiques (y compris au niveau territorial) et les associations se mobilisent pour organiser des conférences, des consultations et des débats pour produire des recommandations (voir par exemple les 14 synthèses de débats et travaux dans Nanotechnologies : le point sur les débats, des orientations pour demain issus des Cahiers d'acteurs publiés par la Cité des sciences et de l'industrie en 2007) (3).

Mais beaucoup considèrent que le sujet est trop complexe ou nécessite un temps trop long pour accéder à un niveau de compréhension permettant de participer au débat. Ce qu'il faut comprendre des enjeux, des promesses et des risques liés aux nanosciences et nanotechnologies est cependant tout à fait accessible.

Des nanoparticules banales et anciennes

On peut dater l'origine du débat au 29 décembre 1959, lorsque Richard Feynman, devenu ensuite prix Nobel de physique, a prononcé un discours intitulé : "il y a plein de place en bas de l'échelle". Il voulait signifier ainsi que le champ des possibles s'ouvrait extraordinairement avec la maîtrise technologique des tailles extrêmement petites comprises entre un et cent milliardièmes de mètres (on parle de nanomètres, cent mille fois plus petit que l'épaisseur moyenne d'un cheveu).



Déclinaison de l'affiche de l'exposition organisée en ce moment à Cap Sciences, Bordeaux :

Pourtant, des particules ou des objets de cette taille existent depuis longtemps autour de nous. Des "particules ultra fines" peuvent être produites par exemple lors de la combustion d'une cigarette (particules de 10 à 500 nm), dans un moteur diesel (entre 60 et 80 nm) ou avec un simple barbecue. Les chercheurs ont même trouvés des nanotubes de carbone datant du néolithique, il y a 10 000 ans dans une carotte de glace au Groenland.

Aujourd'hui, dans des conditions classiques, nous sommes entourés de nanoparticules, en moyenne dix mille par centimètre cube d'air. Une bougie allumée produit chaque seconde 3,6 billions de nanoparticules. Si les nanoparticules sont à la fois si banales et si anciennes, pourquoi alors suscitent-elles tant d'intérêt ?

Fabriquer des objets de plus en plus petits présente de nombreux avantages. Les transistors inclus dans les circuits intégrés de nos appareils électroniques sont gravés avec une finesse de 65 nanomètres, et même 45 nanomètres pour les plus récents. Des systèmes mécaniques, hydrauliques, optiques ou énergétiques, aujourd'hui principalement de taille micrométrique, permettraient un champ immense d'application si nous arrivions à les réaliser à une taille nanométrique.

Déjà, des nanograins d'oxyde de fer auxquels on a ajouté des agents anticancéreux sont acheminés au plus près des tumeurs pour éviter les inconvénients d'une chimiothérapie sur l'ensemble du corps (les études cliniques commencent actuellement sur l'homme).

Mais c'est dans le domaine des nanomatériaux que les résultats sont les plus immédiats puisque certains sont commercialisés depuis plusieurs années dans des pneus, des cosmétiques, des emballages alimentaires...

2000 nanoparticules déjà commercialisées

La plupart des matériaux qui nous entourent sont constitués d'agglomérats de grains fins. Ainsi, les objets en aciers qui nous semblent si durs sont en réalité constitués d'agrégats d'aciers, en général d'une taille micrométrique (un millionième de mètre).

Mais très souvent, les propriétés d'un matériau dépendent de la taille des grains qui les constituent : le cuivre devient de plus en plus dur au fur et à mesure que les grains deviennent plus fins, le dioxyde de Titane devient opaque aux ultraviolets mais transparent à la lumière visible (il est utilisé pour des crèmes solaires afin d'éviter un voile blanc disgracieux sur la peau).

Les nanoparticules ne sont pas toujours agglomérées dans des "nanocomposites". Elles peuvent également être disposées en surface pour réaliser par exemple des revêtements (dans ce cas une des dimensions du matériau reste à l'échelle nanométrique), en fibres monodimensionnelles comme les célèbres "nanotubes de carbone" particulièrement résistants et légers, ou même sous la forme de poudres et d'aérosols.

Une des nombreuses particularités des objets de petite taille est que pour un même volume occupé, la surface cumulée des grains devient de plus en plus grande. Un ensemble de grains de dix nanomètres rassemblés dans une boîte de 5 centimètres de côté ont une surface totale supérieure à celle d'un terrain de football. Or, plus la surface est grande et plus les interactions se font avec l'environnement.

Ainsi, le petit lézard appelé gecko dispose sous ses pattes de très nombreux poils de taille nanométrique qui lui offrent une exceptionnelle adhérence. Des petits robots qui utilisent cette technique pour grimper sur les murs sont réalisés à l'université de Carnegie Mellon et un chercheur italien, Nicola Pugno, travaille même à la réalisation d'un "costume de Spiderman".

Mais si les nanotechnologies, avec leur surface très importante par rapport à leur volume interagissent plus facilement avec l'environnement, elles peuvent le faire également avec le vivant. Elles ont même la taille idéale pour créer des relations avec nos protéines ou nos gènes.

Certaines nanoparticules comme l'argent ou le cuivre peuvent provoquer des processus d'oxydation dans les cellules. Par ailleurs, le vivant utilise un système de "clé" pour activer ou inhiber un gène ou une protéine. Il arrive parfois qu'une nanoparticule ait la forme de la clé et active alors tout un processus biologique.

Ainsi, bien qu'environ 2000 nanoparticules manufacturées soient d'ores et déjà commercialisées, la toxicité ou l'innocuité peut être différente pour chacune d'elle. Les travaux épidémiologiques sont toujours longs, et ils sont rendus plus complexes par la difficulté de mesurer la taille et la composition des nanoparticules. Mais les recherches avancent et nous en connaissons chaque jour plus sur de nombreux nanomatériaux.

Opportunités et risques plutôt méconnus

Connaître la toxicité n'est cependant pas suffisant. Il nous faut également prendre en compte l'exposition pour appréhender un risque. C'est d'ailleurs ici que se place le principe de précaution proposé par l'Afsset et d'autres organisations. Il faut

également prendre en compte la propension des nanoparticules à s'agglomérer (du fait de leur grande surface par rapport à leur taille qui facilite les interactions). Ces agrégats seront plus facilement bloqués lors de l'inhalation, mais ils se déposeront plus facilement sur des surfaces, pouvant entraîner une augmentation des risques de contamination par voie orale ou cutanée.

Il est possible de filtrer les nanoparticules pour éviter ou réduire l'exposition. Nous savons par exemple que les particules de diesel sont nocives, mais que les pots catalytiques réduisent le risque. Paradoxalement, même des particules de taille plus faible que l'espace entre les fibres du filtre peuvent être bloquées car plus les particules sont petites (et légères) et plus elles sont sensibles à l'agitation thermique et ont du mal à passer "au travers des mailles".

Nous avons également une connaissance sur la façon de traiter les produits potentiellement dangereux. C'est même le fondement de l'accord européen REACH (4) entré en vigueur en 2007, qui fixe les conditions de fabrication, d'importation, de mise sur le marché et d'utilisation des substances chimiques.

Les nanomatériaux ne sont pas explicitement nommés dans REACH, mais ils peuvent être considérés comme des substances chimiques, définies comme "un élément chimique et ses composés à l'état naturel ou obtenus par un procédé de fabrication". Il restera à vérifier que les nanoparticules sont bien soumises à REACH, mais il sera également nécessaire de faire des adaptations pour prendre en compte la spécificité des nanoparticules. Il faudrait ainsi adapter les seuils, que ce soit pour les valeurs à déclarer que les valeurs d'exposition acceptables.

Les nanotechnologies offrent des promesses sans précédent pour la médecine, la production d'énergie, l'assainissement de l'eau et beaucoup d'autres domaines. Elles présentent également des risques qui sont encore mal évalués et qui nécessitent la mise en œuvre d'un véritable principe de précaution. Nous ne connaissons encore complètement ni les opportunités ni les risques des nanotechnologies, mais comme le dit Antoine de Saint Exupéry, "quant à l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir mais de le rendre possible".

- (1) Nanomatériaux : concilier l'innovation et la sécurité sanitaire, <http://www.afsse.fr>
- (2) Comment appréhender les risques des nanoparticules d'aujourd'hui et de demain, <http://nanoparticules2008.insight-outside.fr/>
- (3) <http://www.cite-sciences.fr>
- (4) http://ec.europa.eu/enterprise/reach/reach/index_en.htm

Les nouvelles réalités de la ville numérique

Connectée au réseau, la ville devient surface d'écriture, espace numérique à part entière que le citoyen-piéton ou touriste peut découvrir à travers diverses « couches » d'informations. La géolocalisation, l'accès à l'information en mobilité (qu'illustre l'iPhone), les outils de capture et de projection d'images sont autant d'innovations qu'il doit confronter à son expérience personnelle de la ville. Ainsi, il est amené à concevoir, inventer et réinventer son espace de vie.

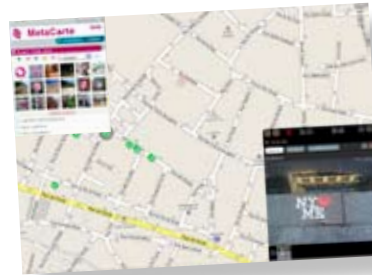
La première édition de *Futur Seine*, organisée à Paris du 29 mai au 7 juin, a dévoilé un certain nombre de prototypes industriels et applications numériques innovantes qui témoignent de ces tendances. AEC vous en présente un panel émanant d'un appel à projets lancé en 2008 par le pôle de compétitivité Cap Digital, organisateur de la manifestation

Le Télescope de réalité augmentée



Dès juillet, grâce au Télescope de réalité augmentée inventé par le CITU, les visiteurs de l'Arc Triomphe observeront Paris en obtenant des informations textuelles en surimpression : nom des monuments, informations telles que altitude, date de construction, etc. Le procédé utilisé fait appel à des lunettes vidéo équipées d'une camera et d'un système de capture de position. Dans l'avenir, le panorama sera remplacé par un panorama historique en 3D. Cette technologie permet d'envisager une approche prospective du paysage urbain.

http://www.citu.info/projet_34_1



ces contributions en se déplaçant sur la carte piquée de pictogrammes derrière lesquels se cache un contenu multimédia (pour l'instant surtout des photos).

<http://www.metamap.fr/>

La Montre verte



Imaginé dans le cadre du programme Villes 2.0 de la Fing, le projet la Montre verte / City

Pulse est une expérimentation de mesure environnementale individuelle. L'utilisateur en-

file à son poignet la Montre verte, dispositif communicant équipé de deux capteurs environnementaux (ozone, bruit), d'une puce GPS et d'une puce Bluetooth. La montre saisit et stocke des mesures qui sont ensuite publiées sur le réseau. Un téléphone mobile permet à l'utilisateur de visualiser les niveaux de bruit et d'ozone mesurés et de transmettre à intervalles réguliers ces mêmes données la plateforme Citypulse. Les données, anonymes, peuvent être ensuite projetées sur des cartes, utilisées dans des modèles, etc. <http://lamontreverte.org/>

Le Robot touriste



Le Robot touriste de la société Gostai, testé pendant *Futur en Seine* au sein de la Cité des Sciences et de l'Industrie, a permis aux internautes de visiter à distance ce lieu d'exposition : connecté à internet via le wifi, mobile et autonome en milieu ouvert grâce à ses capteurs, le Robot touriste est dirigé en temps réel de n'importe où dans le monde par le biais d'une interface Web. Elle présente une fenêtre de visionnage des images filmées par le robot, une carte de ses trajets et signale les points d'intérêts. Pour compléter le regard, des informations additionnelles sur les éléments de l'environnement sont délivrées tout au long de la visite. La start-up Gostai croit dans la téléprésence et développe des applications et services pour rendre les robots multitâches : répéteur scolaire, gardien de maison, conteur d'histoire, dictionnaire, réveil, etc.

<http://fes.gostainet.com/>

La MéTaCarte

C'est l'espace public de demain, annoncent ses concepteurs. Créée sous l'égide de la Maison populaire de Montreuil, la MéTaCarte est une carte virtuelle communautaire basée sur le principe du « meta mash-up ». Les internautes y apportent des contributions multimédias afin de livrer des informations sur leur territoire, relater un moment, partager des réflexions. La MéTaCarte crée des passerelles avec le téléphone mobile ce qui permet un partage de contenus géolocalisés. On découvre

Awdiosoft

Ce système de captation/diffusion en ligne, 100% logiciel, est LE nouvel outil de découverte et de diffusion culturelle. Il propose à l'internaute d'écouter gratuitement et en live, à partir de la plateforme en ligne Awdio, la musique diffusée dans près de 70 clubs, bars ou salles de concerts dans le monde. L'émetteur de musique doit s'équiper de son côté d'une AwdioBox pas plus grande qu'un Tablet PC. Reste à la société Awdio à trouver un modèle économique pérenne et satisfaisant pour les artistes et les diffuseurs.

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



suzanne.galy@aecom.org, Rédactrice plurimédia



Pour une meilleure accessibilité du web public

Il a fallu quatre ans pour qu'enfin soit publié au Journal Officiel le décret d'application créant un référentiel d'accessibilité des services de communication publique en ligne

La loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'Égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées impose, dans son article 47 :

« *Les services de communication publique en ligne des services de l'Etat, des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent doivent être accessibles aux personnes handicapées.*

L'accessibilité des services de communication publique en ligne concerne l'accès à tout type d'information sous forme numérique quels que soient le moyen d'accès, les contenus et le mode de consultation. *Les recommandations internationales pour l'accessibilité de l'internet doivent être appliquées* pour les services de communication publique en ligne. »

L'application de cette disposition en faveur de l'accès de tous, et notamment des personnes en situation de handicap, aux ressources de l'internet public, demeurait soumise à un décret d'application. Il a fallu attendre quatre années pour enfin voir paraître au Journal Officiel du 16 mai 2009 le décret n° 2009-546 du 14 mai 2009, pris en application de l'article 47 de la loi n° 2005-102, et créant un référentiel d'accessibilité des services de communication publique en ligne.

Le dispositif définitif de mise en œuvre de l'accessibilité n'est toutefois pas connu à ce jour, puisque nous sommes dans l'attente de la parution d'un arrêté pris conjointement par le ministre chargé de la réforme de l'État et du ministre chargé des personnes handicapées.

La Direction générale de la modernisation de l'Etat (DGME) a cependant mis en ligne le 3 juin dernier la version 2.0 du **Référentiel général pour l'accessibilité des administrations (RGAA)**, qui est basé sur les recommandations internationales pour l'accessibilité issues du guide WCAG 2.0.

Le RGAA est un outil qui permet d'améliorer l'accessibilité des sites web des services publics. Il comporte **une liste de points de contrôle** permettant aux organismes publics de vérifier la conformité de leur site Internet avec les normes et standards en vigueur.

Les WCAG 2.0, rédigés par Web Accessibility Initiative (WAI) adoptent une approche thématique proposant 12 directives structurantes selon 4 principes fondamentaux :

- Mettre en œuvre des contenus perceptibles
- Mettre en œuvre des composants de l'interface utilisateur et de navigation utilisables
- Mettre en œuvre des contenus compréhensibles
- Mettre en œuvre des contenus robustes

(Document disponible sur : <http://www.referencess.modernisation.gouv.fr/rgaa-accessibilite>).

Ce document de travail est en cours de relecture et devrait aboutir, dans les jours à venir, sur une version 2.0 définitive.

Le décret du 14 mai 2009, qui se faisait attendre, a notamment pour objectif de fixer les délais accordés aux services concernés afin de rendre accessibles les contenus de leurs sites internet, à savoir :

- 2 années à compter du 16 mai 2009, pour les services de communication de l'État et des établissements publics qui en dépendent ;
- 3 années à compter du 16 mai 2009, pour les services de communication des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent.

Toutefois, aucune sanction n'est prévue en cas de constat de défaut de conformité au référentiel d'accessibilité. Seule l'inscription à une liste de services de communication publique en ligne non conformes est prévue.

Par ailleurs, un enseignement théorique et pratique sur l'accessibilité des services de communication publique en ligne aux personnes handicapées et sur la conformité aux règles et standards nationaux et internationaux en cette matière doit être inclus dans le programme de la formation continue des personnels intervenant sur les services de communication publique en ligne.

Dès parution de l'arrêté, attendu dans les jours qui viennent, retrouvez le référentiel d'accessibilité des administrations sur l'Espace Juridique TIC d'AEC, thématique « Droit public et TIC » puis rubrique « Droit des citoyens ».

<http://juridique.aecom.org>

julie.tomas@aecom.org, Juriste TIC

Région Aquitaine : une démarche « accessibilité et qualité »

La Région Aquitaine s'est engagée dès 2004 sur la voie de la qualité et de l'accessibilité des sites internet pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Elle a élaboré une charte qui a valeur d'exemple et l'a mise en application à travers la refonte du web régional, dès 2005. La charte est un outil opérationnel qui vise à : faciliter la mise en conformité des sites Internet avec les lois et standards en matière d'accessibilité ; Veiller à la prise en compte de bonnes pratiques qualité au regard de l'utilisabilité des sites Internet, de leur fonctionnement, de leurs contenus et des services qu'ils proposent ; Faire connaître les exigences, textes, liens et informations concernant l'accessibilité et la qualité des sites Internet.

La charte du Conseil régional reprend les recommandations d'accessibilité et les complète en les associant à des critères de qualité. Ils concernent la structuration et l'optimisation des contenus, l'ergonomie et la facilité d'utilisation, les relations avec les usagers.

La charte : <http://charte-internet.aquitaine.fr/>

Contact : Marie-Laure Léglu - marie-laure.leglu@aquitaine.fr - 05 57 57 86 09

Une nouvelle forme d'exclusion numérique

L'enquête menée par AEC auprès des Aquitains en mars dernier sur les usages des technologies numériques révèle qu'un million de personnes restent en marge de la société de l'information. Plus préoccupantes, les situations d'abandon d'utilisation d'internet ont augmenté en 2008

La démocratisation de l'accès à la société de l'information associée à une meilleure couverture en haut débit du

territoire a entraîné une augmentation sensible des utilisateurs d'internet lors de la dernière décennie. Pour autant, il serait erroné de croire que l'accès à internet et plus encore ses usages se soient diffusés de manière homogène au sein de la société. L'enquête menée par AEC en mars 2009 sur les usages des technologies numériques a révélé que deux Aquitains âgés de plus de 15 ans sur trois étaient des utilisateurs d'internet, ce qui laisse près d'un million d'aquitains en marge de la société de l'information. Cette situation doit nécessairement être prise en compte dans les politiques de développement si l'on veut éviter que se renforce la fracture numérique.

Plus préoccupantes, les situations d'abandon d'utilisation d'internet ont augmenté lors de la dernière année. Avec près de 5% des 15 ans et plus qui n'ont plus utilisé internet lors des douze derniers mois (quel que soit le mode et le lieu de connexion), cette catégorie est celle qui a connu l'augmentation la plus importante. Faut-il pour autant s'en inquiéter ?

Des raisons économiques

Les abandonnistes sont victimes d'une situation économique qui se dégrade (ils sont principalement de jeunes ouvriers ou employés, peu diplômés estimant avoir des difficultés financières) et dans une logique de réduction des coûts, l'abonnement internet est l'un des postes de dépenses sur lequel les ménages font des économies (le coût prohibitif lié au matériel et à l'abonnement à internet est la principale raison de l'abandon). Pour autant, cette population reste convaincue de l'intérêt et

de l'utilité que peut représenter internet dans leur quotidien. Ils ne sont pas coupés du monde virtuel puisque les deux tiers d'entre eux se tournent régulièrement vers des proches afin de faire des recherches sur internet. Ce lien, certes distendu, avec internet reste prévalent et près de la moitié des abandonnistes sont convaincus de réutiliser internet dans les mois qui viennent tandis que 15% pensent ne plus jamais l'utiliser. Ceci est d'autant plus envisageable que les abandonnistes sont fortement équipés en matériel informatique et qu'ils possèdent une bonne culture en matière de technologies numériques.

Comment les aider ?

Cependant, même si une tendance naturelle liée à l'amélioration des conditions financières des abandonnistes devrait permettre à un certain nombre d'utiliser à nouveau rapidement internet, il est nécessaire de prendre en compte la disparité des situations sociales et économiques afin d'aider les plus démunis à revenir progressivement vers internet.

Une aide financière mensuelle couvrant tout ou partie de l'abonnement à internet pourrait ainsi être envisagée pour les ménages les plus en difficulté. Faciliter l'accès aux points d'accès publics à internet pourrait également permettre un retour progressif des abandonnistes vers la toile.

alexandre.bertin@aecom.org, Economiste statisticien

Retrouvez en supplément de cette lettre d'information la nouvelle étude Aquitaine Analytic n°7 « Pratiques de commerce électronique en Aquitaine »

Comprendre et respecter les droits d'auteur

Toute oeuvre de l'esprit est protégée par les dispositions contenues dans le code de la propriété intellectuelle (CPI). Leur exploitation est ainsi scrupuleusement encadrée par la loi.

Pour vous aider à comprendre le droit de la propriété intellectuelle et vous accompagner dans l'utilisation de textes, photographies, oeuvres musicales, œuvres audiovisuelles et logiciels, Julie Tomas, juriste TIC à AEC, a rédigé un guide complet intitulé :

« Guide juridique relatif à la propriété littéraire et artistique et à la protection des données personnelles »

Il livre des informations pratiques et vise également à présenter la licence Creative Commons qui permet aux utilisateurs une plus grande liberté d'exploitation des créations. Enfin, un focus est fait sur la nécessaire protection des données personnelles et sur les règles à respecter dans le cadre de la mise en oeuvre d'un traitement de ces données.

julie.tomas@aecom.org, juriste TIC

Joint en supplément de cette lettre d'information, le guide est également téléchargeable à l'adresse <http://www.aecom.org>

Plus d'informations sur le droit de la propriété intellectuelle sur <http://juridique.aecom.org>



eTourisme : le guide « coup de pouce »

Les résultats de plusieurs enquêtes emails mystères réalisées depuis 2006 par la MOPA (Mission des offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine) et AEC, dans le cadre de la réalisation du *Diagnostic de l'Aquitaine Numérique*, soulignent un taux de réponse des offices de tourisme aquitains décevant et une qualité d'information très disparate.

La prédominance d'internet dans la préparation des vacances est pourtant un phénomène croissant. Cet été, 8 internautes sur 10 passant des vacances en France utiliseront internet comme le vecteur d'informations principal, voire unique, pour leurs vacances.

Ne pas répondre aux demandes d'informations ou de réservation via internet pourrait à la fois nuire à l'attractivité du territoire dont les professionnels assurent la promotion et surtout, décredibiliser les organismes publics, donc les offices de tourisme.

Pour les accompagner dans le traitement des demandes électroniques, AEC et la MOPA ont rédigé un guide intitulé :

« *Emails et offices du tourisme. Enjeux et mise en œuvre d'une démarche qualitative du traitement du courrier électronique* »

Il a été envoyé à l'ensemble des offices de tourisme d'Aquitaine et est téléchargeable sur :

<http://www.aecom.org/blog/rdv/2009/05/gestion-des-emails-en-offices-de.html>

et

<http://aquitaine-mopa.fr/La-gestion-des-emails-en-office-de>

La « Révolution numérique » en débat à Malagar

« La Révolution numérique » était au centre des échanges qui ont animé pendant deux jours, les 15 et 16 mai dernier, le Centre François Mauriac de Malagar, demeure de l'écrivain située à Saint-Maixant, en Gironde (<http://malagar.aquitaine.fr>). Marcel Desvergne, président d'AEC, était invité à intervenir sur le thème des fractures numériques.

L'ensemble des échanges est diffusé pendant trois mois sur le site internet de France Culture, partenaire des Rencontres de Malagar : <http://sites.radiofrance.fr/chaines/france-culture>



(de gauche à droite) : Isabelle Juppé (auteur de « La Femme Digitale »), Denis Mollat (directeur général de la librairie Mollat), Jean-Claude Guillebaud (président du Centre François Mauriac) et Marcel Desvergne.

Baromètre TIC

AEC et l'Idate ont produit, en avril 2009, pour la région Rhône-Alpes, le « *Baromètre 2008 de la société de l'information en Rhône-Alpes* »



Sourir : 17 régions mesurent leur société de l'information

La production d'un diagnostic évolutif sur l'usage et la diffusion des TIC dans la société, tel le *Diagnostic de l'Aquitaine Numérique* réalisé chaque année par AEC, suppose l'élaboration de méthodes pour la mesure d'indicateurs régionaux. Afin de partager réflexions et bonnes pratiques autour de ces outils de gouvernance que constituent les diagnostics, un réseau a été créé en 2000 : le réseau Sourir (Synergie des Observatoires des Usages Régionaux de l'Internet et des Réseaux).

Co-animé par AEC, par son homologue de la région Wallonne (Belgique) et par le laboratoire scientifique Marsouin travaillant sur l'analyse des usages des technologies de l'information en Bretagne, il regroupe 17 régions francophones (France, Belgique, Luxembourg), dont l'Aquitaine. Fin juin, elles se sont réunies en séminaire à Toulouse sur l'invitation de l'Ardesi afin d'approfondir la définition d'indicateurs de benchmarking interrégionaux. <http://www.sourir.org/>

La communication publique au défi d'internet

A l'occasion de ses 20 ans, l'association Communication Publique organisait un colloque à Bordeaux, le 12 mai dernier. L'après-midi de réflexion s'est organisée autour de plusieurs tables rondes simultanées traitant des mutations engendrées par internet sur la communication publique : source de nouvelles relations citoyennes ou au contraire de risques de fracture ?

Laurent-Pierre Gilliard, directeur du service Information d'AEC, a présenté à cette occasion l'étude « maison » publiée en mai dernier : « *Portrait des non internautes aquitains en 2009* ».

<http://www.communication-publique.fr/>

Juillet

- 3** : Lancement du 2e Carrefour des Possibles aquitain en présence des partenaires et officialisation du dépôt des dossiers de candidature des projets. A la CCI de Pau
- 7** : AEC reçoit avec ses partenaires. A l'Ibaïa Café, quai des Chartrons, Bordeaux

Août

- 26/27** : RuraliTIC, forum de l'aménagement numérique des territoires ruraux. Au centre de Congrès Les Carmes, Aurillac (Aveyron)
- 28** : Présentation par AEC de son programme d'activités 2009-2010

A NOTER

Pyretic : 1^{ères} rencontres France-Espagne

La 1^{ère} édition de Pyretic : rencontres transfrontalières « France - Espagne » des professionnels des Technologies de l'Information et de la Communication, organisées notamment par le Pôle E-Business sud Aquitain, se dérouleront le 20 octobre prochain au Palais Beaumont de Pau.

<http://www.pyretic.eu/>

L'Aquitaine Numérique est une lettre d'information bimestrielle éditée par Aquitaine Europe Communication, 23 Parvis des Chartrons 33074 Bordeaux.
Téléphone : +33 (0)5 57 57 01 01
Fax : +33 (0)5 57 57 97 17
E-Mail : info@aecom.org

Directeur de publication : Laurent-Pierre GILLIARD.

Ont collaboré à ce numéro : Marcel DESVERGNE, Laurent-Pierre GILLIARD Antoine CHOTARD, Julie TOMAS, Suzanne GALY, Greg GIMARD

Ce numéro a été édité à 1000 exemplaires par AEC.

Gironde Numérique choisit France Télécom

Après plus d'un an de négociations, le syndicat mixte Gironde Numérique et France Telecom Orange ont signé, le 24 juin dernier, à Bordeaux, le contrat de partenariat public-privé pour la construction d'un réseau haut débit départemental. Ce partenariat public-privé permettra en 15 mois d'éliminer la totalité des zones d'ombre, d'offrir l'accès au 2 Mbt/s à l'ensemble des Girondins et d'ici deux ans de desservir en Très haut débit 78 ZAE et 153 sites publics. Pour la réalisation de ce programme, un réseau de fibre optique de plus de 1000 km sera construit en Gironde. Ce projet représente une participation publique locale de 53,4 millions d'euros. <http://www.cg33.fr>



(De gauche à droite) : Anne-Marie Keiser, Présidente de Gironde Numérique ; Didier Lombard, Président-Directeur Général de France Télécom - Orange et Dominique Schmitt, Préfet de région.

Appel à projet 2009 des INTERConnectés

Les Rencontres Nationales de l'Intercommunalité et des TIC auront lieu en décembre à Lyon, pour leur sixième édition. Les Interconnectés offrent une vitrine unique aux initiatives des territoires ruraux et urbains. Le label « Territoires Innovants » récompense les territoires ayant un projet numérique innovant en matière d'usages et de démocratisation des TIC. Le projet doit être déployé à l'échelon territorial, et concerner plusieurs collectivités qui mutualisent leur démarche : sont ainsi concernés les intercommunalités (Communautés de Communes, Communautés d'Agglomération, Communautés Urbaines), les Parcs naturels, Pays, notamment.

Dépôt de dossier avant le 13 juillet et formulaire de candidature en ligne disponible à l'adresse :

<http://www.interconnectes.com/appel-a-projet.php>

Deux nouveaux clubs thématiques

Le Pôle E-Business sud Aquitain (Peba), qui fédère 90 professionnels du secteur des TIC, a lancé deux nouveaux clubs courant juin : un club ITCOM, en partenariat avec le CG64, et un club Logiciels libres avec l'Agence Landaise Pour l'Informatique (ALPI). Le premier, axé sur le Très haut débit, traitera de sujets aussi variés que « qualité de service et écoute clients », « évangelisation et clarification des offres », « nouveaux services et usages à créer », « it coms et gouvernance de l'entreprise/du territoire/de la société ». Le club Logiciels libres visera notamment la création de produits et services open-source verticaux en abordant des thématiques telles que « valorisation et évangelisation » ou « filière et partenaires ». Ces deux clubs se réuniront le 17 septembre prochain à Pau Cité Multimédia. <http://www.peba-pyrenees.com/>

Commande publique en ligne

Le département des Pyrénées-Atlantiques a mis en service début juin une nouvelle plateforme de dématérialisation dédiée à la commande publique. Les entreprises pourront accéder aux consultations et aux marchés mis en ligne par de nombreuses collectivités du département : Conseil général, communes, établissements publics, etc.

<http://www.eadministration64.fr/>