



AMADEUS

ATELIER DE REFLEXION PROSPECTIVE PROJET « FUTOURAUMED »

Quel FUTur pour un TOURisme AUtrement
en MEDiterranée ?

Besoins en recherche sur l'avenir de la Méditerranée :
tourisme, culture, technologie



Rapport final

I CONSIDERATIONS GENERALES

Le tourisme est désormais le secteur économique le plus important en volume en Europe comme en Méditerranée (nous entendons par « Méditerranée » la mer et les pays qui la bordent tant au Nord qu'au Sud et à l'Est).

Fort d'un littoral très étendu, d'un climat chaud, sec, et ensoleillé, le bassin méditerranéen attire un nombre considérable de touristes internationaux (concentrant 1/3 des flux touristiques mondiaux). Cette industrie, désormais planétaire, est en pleine expansion : de 10 à 20 millions de déplacements touristiques hors des frontières nationales dans l'immédiat après-guerre, on est passé en 2008 à 300 millions d'arrivées internationales dans l'ensemble des pays riverains de la Méditerranée.

Mais dont nous disposons ne recouvrent pas toute la réalité du secteur. Si les statistiques concernant le nombre d'arrivées internationales englobent tous les voyageurs, elles ne renseignent pas sur la répartition entre les différents types d'hébergements. Les vacances chez des parents ou amis, les vacances à la ferme, les chambres d'hôtes ou les nouvelles pratiques telles que, par exemple, [le couchsurfing](#), sont mal répertoriées.

La Méditerranée souffre de nombreuses vulnérabilités : politiques, culturelles, démographiques et économiques. Elle sera aussi sans doute, à des degrés variables, très affectée par le dérèglement climatique.

La Méditerranée, construite autour d'une histoire et d'une culture commune, est plurielle et divisée. Les peuples méditerranéens n'ont cessé de s'opposer. L'histoire est continuellement en marche en Méditerranée, depuis 10 000 ans. Comme le disait Pedrag Matvejevitch, ce n'est pas un lac tranquille...

Les bouleversements sociaux et politiques que de nombreux pays méditerranéens connaissent actuellement ont non seulement des conséquences immédiates sur le tourisme, mais sont aussi un signal : ils nous montrent la nécessité de nouer de nouvelles coopérations et de nouveaux liens pour aborder ensemble le futur. Or, les liens se nouent d'abord entre des hommes qui se connaissent et s'apprécient. Le tourisme est un excellent vecteur pour y

parvenir. Il peut en effet constituer un facteur décisif de développement de la compréhension mutuelle entre les cultures, et donc un facteur de paix.

Mais le tourisme peut favoriser la perte des identités culturelles, déstructurant les modèles sociétaux. Il provoque parfois de graves atteintes à l'environnement, notamment du fait de sa concentration dans les zones côtières particulièrement vulnérables. Un afflux massif de touristes déséquilibre les besoins et la gestion des ressources naturelles et l'aménagement du territoire. Le phénomène de concentration urbaine en Méditerranée et de désertification rurale est renforcé par le tourisme côtier. L'attraction côtière a contribué au dépeuplement de nombreux villages et villes éloignés des côtes. Le départ des agriculteurs, attirés par des emplois mieux rémunérés dans les sites touristiques, a souvent été suivi de celui des services et d'une dégradation des infrastructures restantes. Des arrière-pays ont ainsi été délaissés malgré leur qualité écologique et la richesse de leur patrimoine historique et culturel.

Si aucune alternative n'est proposée à l'héliotropisme humain l'été, au bord de l'eau, la destination méditerranéenne risque de souffrir de ces pratiques.

Le tourisme est en pleine mutation :

D'abord technologique : la diffusion et les nouveaux usages de l'internet, portés par le haut débit et le développement de services sur les téléphones portables entraînent pour le tourisme une révolution des pratiques et des comportements. Déjà une proportion notable (mais trop mal connue) de voyageurs prépare et paye ses séjours via internet. Dans deux ans, ce sera, selon certaines estimations, entre 75 et 80% d'entre eux qui seront concernés.

La numérisation propose de nouvelles perspectives qui peuvent contribuer à un enrichissement de la connaissance et du partage des patrimoines.

D'autre part, de nouvelles attentes des voyageurs et des pays hôtes émergent pour un « tourisme autrement »: de plus en plus de touristes recherchent un dépaysement au sens fort du terme et un tourisme différent, plus dispersé, plus en contact avec la population, ces aspirations à plus d'authenticité ne sont pas toujours satisfaites, car plus complexes à organiser. La demande qui se concentrait sur des destinations « mer et soleil », notamment en Méditerranée, se tournera en partie vers de nouvelles destinations encore

peu visitées. Par ailleurs les pays hôtes considèrent que la valeur ajoutée du tourisme devrait en plus grande proportion leur permettre un développement local notamment dans les zones défavorisées. Il s'agit là d'un tourisme plus équitable, donc mieux accueilli et par nature plus durable.

De nouvelles pratiques se font jour, portées notamment par les réseaux sociaux, par exemple les échanges d'appartements, le couch surfing, les déplacements partagés, etc.

D'importantes adaptations sont nécessaires. Toutes les agences de voyage du monde et tous les sites d'accueil vont devoir changer leurs services et leurs business plans. Leur métier est bouleversé Les professionnels du tourisme sont trop souvent peu préparés et se saisissent rarement des innovations issues d'horizons différents.

En outre, la notion de tourisme équitable, souvent évoquée, nécessite une implication forte des forces vives locales. Environnement, patrimoine, culture, tradition et nouvelles structures d'hébergement doivent être pensés en cohérence avec tous les acteurs concernés (chercheurs, représentants des collectivités locales, assemblées consulaires, associations, pouvoirs publics et bien sûr, professionnels du tourisme).

Pour contribuer à un développement économique local, équitable et maîtrisé, les facteurs de durabilité devront être pris en compte comme les problèmes de gestion de l'eau, de l'énergie et de l'espace. Il faudra intégrer les changements climatiques qui affecteront sans doute fortement la rive sud de la Méditerranée, surtout dans la répartition des pluies.

Les collectivités locales et forces vives devront organiser les hébergements adéquats et les infrastructures correspondantes. Elles devront aussi procéder à la numérisation de leur patrimoine naturel ou historique pour mieux promouvoir leur originalité et leur attractivité. Tout est possible en tous lieux pour peu que l'Internet grand débit arrive partout et que le coût des communications reste dans des limites acceptables par une maîtrise du coût du « roaming ». L'arrivée des satellites qui se mettent en place en Europe et en Afrique du nord, permettront un accès 3G ou 4G un peu partout, mais cela ne garantira pas pour autant un prix unifié

La numérisation est une autre priorité dont l'intérêt commence à percer dans les territoires touristiques Elle est ou sera présente partout.

Il faudra aussi apprécier le flux optimal de touristes qu'un territoire donné peut accueillir sans dommage pour son patrimoine et son attractivité. Le cas de la grotte de Lascaux ou de certaines oasis fragiles sont des exemples pertinents. Les collectivités locales pourront ainsi introduire les mesures nécessaires pour éviter la dégradation de leur patrimoine par une trop grande densité de visiteurs. Ainsi, le tourisme, à condition d'être régulé, sera un moteur d'aménagement du territoire majeur pour des zones en récession, qui bien souvent possèdent un patrimoine digne d'être valorisé et qui pourront devenir de nouvelles destinations.

L'organisation de ces nouvelles destinations touristiques mieux réparties nécessite une volonté politique, la mobilisation des forces vives et des collectivités locales des pays hôtes ainsi que des financements nationaux et internationaux. La gestion sociale et financière, la mise en place de nouveaux services nécessiteront des formations appropriées pour les responsables locaux. Ceci demande aussi d'autres actions volontaristes de formation professionnelle (maîtrise de plusieurs langues, formation de guides locaux compétents dans les domaines variés : géographie, histoire, gastronomie, botanique, etc.). Vivre en ville pour apprendre et travailler n'est plus une nécessité. Les outils de formation à distance et de télétravail dans des télésites permettent de pallier l'éloignement et l'isolement grâce à des liaisons à haut débit par internet. La distance à la ville n'est plus un handicap si, dans un bourg ou un village, des sites peuvent aussi diffuser des activités culturelles (festivals, fêtes traditionnelles, spectacles vivants) et recevoir des bureaux multiservices.

Les pays d'accueil doivent être acteurs de leur tourisme et participer à la mise en valeur de nouvelles zones de destination aux côtés des pays émetteurs de voyageurs. Grâce aux nouveaux outils technologiques et informatiques, ils peuvent structurer l'information et la proposer directement aux touristes leur offre tant en matière d'hébergements, de déplacements. Ils peuvent vanter leurs paysages, leurs ressources culturelles, leur patrimoine et leurs coutumes vivantes; ils peuvent mettre en valeur leurs ressources en chambres d'hôtes, gîtes ruraux, auberges ou camping et y proposer la réservation directe, en complément de services locaux améliorés. Cela permettra d'équilibrer la valeur ajoutée par le tourisme entre pays du Nord et du Sud ou entre le littoral et le haut pays.

La complexité de l'organisation de transport du pays d'origine vers des destinations plus dispersées n'est pas insoluble. Le nombre non négligeable de voyageurs désirant être hébergés dans de petites structures intéresse même l'un des membres du consortium, et non le moindre, Amadeus, pour qui 2 millions de voyageurs accueillis dans des hébergements de 3 chambres en moyenne, correspondent à 6 ou 10 millions de clients supplémentaires.

Le tourisme est un secteur très transversal. Il fait de plus en plus appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Il touche à de nombreuses activités économiques, tant agricoles, artisanales et artistiques, industrielles que commerciales. Il a un effet sur l'urbanisation et l'organisation territoriale. C'est un secteur de services en pleine mutation et un vaste champ ouvert à l'innovation. Il est aussi indissociable des problématiques de transports.

Les compétences à mobiliser sont extrêmement larges. Une recherche sur le tourisme doit intégrer, entre autres, les diversités culturelles et patrimoniales, la gestion et la protection des ressources naturelles, les données économiques et sociales, mais aussi le potentiel d'innovations que peuvent apporter les nouveaux usages des technologies et du numérique pour développer une offre de services innovante. D'où la nécessité de grands programmes fédérateurs permettant une fertilisation croisée entre disciplines et sources d'innovations et de progrès.

L'industrie touristique française représente plus d'emplois et de valeur ajoutée que les secteurs de l'automobile et de l'aéronautique réunis ; elle est la plus importante en chiffre d'affaire du territoire. Et pourtant, il n'existe en France ni centre de recherche dédié, ni départements universitaires ou d'école spécialisés de niveau international, ni pôle de compétitivité. Or, le tourisme, confronté à des changements structurels rapides, a besoin de compétence, de professionnalisme et d'ingénierie adaptés. La création de l'Institut Français du Tourisme (IFT) va dans ce sens pour rassembler les acteurs publics, professionnels et académiques compétents.

Les ateliers de recherche prospective du consortium FUTOURAUMED ont montré combien les chercheurs des sciences humaines et sociales sont concernés. Mais ceux des sciences

exactes le sont aussi. Les thèmes de recherche préconisés permettront enfin de rassembler de façon transversale quantités de disciplines qui n'ont pas l'occasion de travailler ensemble sur un vecteur économique puissant et adapté au monde méditerranéen. Ces thématiques de recherche si elles recouvrent l'ensemble des sciences humaines et sociales, doivent se concevoir en grands programmes pluridisciplinaires. Chaque programme sera adapté à des applications touristiques précises, où coopèreront historiens et géographes, sociologues et psychologues spécialistes de culture et anthropologues, aux côtés des informaticiens, des physiciens et des biologistes. Il faudra mettre au point, selon la méthode scientifique (« hypothèse, expérimentation, évaluation des paramètres et amélioration des hypothèses ») de nouvelles expérimentations autour de nouvelles zones de destination, écoumènes particuliers à préserver.

Le phénomène de concentration urbaine en Méditerranée et de désertification rurale renforcé par le tourisme côtier n'est pas l'objet principal de notre étude et mériterait une étude spécifique notamment pour la protection du patrimoine littoral trop souvent malmené par le béton et la pollution.

Merci à l'Agence Nationale de la Recherche d'avoir lancé l'appel d'offres « Tourisme Culture et Technologies ». Le consortium FUTOURAUMED, avec pugnacité, a repris et modernisé nombre d'idées parfois déjà énoncées clairement il y a plus de 30 ans.

Merci à nos grands témoins, notamment Pascal Picq et Thierry Gaudin, d'avoir éclairé notre réflexion par la paléanthropologie et la prospective en insistant, l'un sur les mythes indispensables à la compréhension comme à la vitalité des civilisations et l'autre sur l'intérêt d'une vision à long terme de toute action durable.

Nous sommes convaincus que le tourisme en Méditerranée, vecteur économique diffuseur et porteur de culture, contribue à la connaissance et au respect de l'autre ; qu'il peut ouvrir la voie à un renouveau de ce qui a été la source de la civilisation de notre Eurafrique avant d'essaimer sur le reste de la planète.

Les problèmes tant politiques qu'économiques sont loin d'être résolus, mais nul n'a le droit d'ignorer ou d'être indifférent à ce qui se passe sur l'ensemble des rives de la Méditerranée, une mer qui doit devenir un lac de paix.

La jeunesse tunisienne a lancé un nouveau mythe fondateur basé sur l'humanisme, la liberté, le développement local et l'entrepreneuriat. Elle a réussi à le partager avec de nombreux autres pays de la Méditerranée.

L'avenir de la Méditerranée sera assuré si nous réussissons à y ajouter un tourisme éclairé porteur de coopération véritable entre les hommes qui se respectent car ils ont appris à se connaître

Un rêve ?, une utopie ?...Mais ce sont les utopies qui font progresser l'humanité.

II LES PARTENAIRES

Pour conduire les travaux de l'ARP, un consortium public-privé de cinq partenaires a été constitué

Le coordinateur du projet, le Réseau Innovation Euromed (RIE), ainsi que son partenaire opérationnel (la Fondation Sophia Antipolis) ont une longue expérience dans la gestion de projets coopératifs de recherche tout particulièrement en Méditerranée. Ils ont également tissé des liens étroits avec des partenaires de la rive sud de la méditerranée et collaborent régulièrement sur des thématiques liées au tourisme, à l'innovation. Le Réseau Innovation Euromed, créé à la suite de la mission confiée par le Président de la République à Pierre Laffitte, développe en matière d'innovation en Méditerranée une coopération Nord-Sud centrée sur l'innovation, en s'appuyant sur les pôles de compétitivité, parcs scientifiques, clusters et technopoles de France et d'Europe. Toute forme d'innovation est recherchée, qu'elle corresponde à de la technologie et ses usages ou aux innovations d'ordre juridique ou social tournées vers le développement durable.

L'Institut Français du Tourisme (IFT), de création récente (septembre 2008), est le premier réseau français de pôles d'excellence à vocation internationale pour la recherche, la formation et l'innovation dans le tourisme. Initié notamment par ses deux co-présidents, Paul Dubrule (co-fondateur d'Accor) et Jean-Jacques Descamps (ancien Ministre du tourisme) et son président délégué Jean-Luc Michaud, l'IFT est une structure associative à financement initial privé ou public local qui a mis en place, avec le parrainage de l'Etat, quatre premiers pôles régionaux (Paris, Fontainebleau-Seine-et-Marne, Grenoble – Rhône-Alpes, Nice-Côte d'Azur), favorisant synergies et complémentarités entre partenaires (collectivités, entreprises, organismes publics ou privés de formations) autour des missions originelles de l'institut (veille, recherche et innovation, formation, coopération internationale).

La coopération méditerranéenne est l'une des missions confiées au Pôle IFT Nice-Côte d'Azur, dont les membres actifs qu'ils soient issus des collectivités (CG des Alpes Maritimes, Communauté d'agglomération de Sophia – Antipolis, Ville de Nice), des entreprises et fédérations professionnelles (Amadeus, CCI Nice-Côte d'Azur, Syndicats des hôteliers de

Cannes et de Nice, Umih Alpes-Maritimes) ou des établissements de formation (Cnam, Infa, Skema Sophia-Antipolis, Université de Nice) contribueront activement à l'ARP.

La Mediterranean Travel Association (META) est une Organisation Non Gouvernementale constituée en France, en association Loi 1901, sans but lucratif, ouverte aux professionnels du tourisme ayant un intérêt pour les destinations méditerranéennes (Producteurs, Distributeurs, Transporteurs, Hébergeurs et Réceptifs), ainsi qu'aux pouvoirs publics nationaux et territoriaux et aux autres secteurs concernés par ces industries.

META participe activement à l'analyse de l'activité tourisme en Méditerranée et à la réflexion stratégique sur cette économie. Elle travaille à court terme (saison, année, prospective de un à trois ans), s'attachant à lire et à comprendre le présent, concernant notamment les évolutions pratiques et majeures de la demande vis-à-vis de l'offre des industries du tourisme.

Possédant sa propre expertise, elle s'adjoit celles de sociétés spécialisées ou d'institutions nationales et internationales regroupées dans un «consortium informel», disposant de moyens concrets d'adaptation du tourisme aux différents sujets d'évolution du marché contemporain (distribution, durabilité, observation, pour ne citer que les trois principaux). Elle cherche, avec ses partenaires, à être directement active dans le descriptif technique et financier des systèmes concernés, et à accompagner leur mise en œuvre sur le terrain.

Les professionnels concernés par ses travaux seront conviés à devenir membres de l'association et à participer activement à la vie de celle-ci, nouant des amitiés professionnelles inter-rives, échangeant les « best practices » participant à ses ateliers répartis par thèmes et à ses assemblées plénières.

META est en 2011 membre de l'Atelier de Réflexion Prospective « Besoin en Recherche sur l'Avenir de la Méditerranée Tourisme Culture et Technologie », d'EUROMED, de l'IPEMED, du Think Tank du Conseil Culturel de l'Union pour la Méditerranée et de l'Organisation Mondiale du Tourisme.

Mondeca est une des rares sociétés françaises proposant une approche originale et innovante de la gestion de l'offre touristique et de sa motorisation:

Les solutions de Mondeca sont exploitées à travers le monde par des acteurs majeurs de l'édition, des médias, de l'industrie, du tourisme et des institutions gouvernementales : Lexis

Nexis, Thomson Scientific, Office des Publications de la Commission Européenne, PSA, Wolters Kluwer, AFP, Lafarge, Voyages SNCF, AP-HP, ONMT. Les équipes Mondeca disposent aujourd'hui tout à la fois d'une expérience incomparable dans la mise en œuvre opérationnelles des technologies sémantiques et du web 3.0 et d'un capital de connaissances acquis au niveau européen et français au travers de projets de recherche et de partenariats universitaires.

Fondamentalement, les applications conçues autour des outils Mondeca s'appuient sur un référentiel du domaine touristique (terminologie, concepts, géographie...) et sur une logique de fédération des différentes ressources. Leurs solutions mêlent organisation de l'offre, intégration des informations et des ressources associées, valorisation marketing de l'offre, services d'accès avancés, fluidité de navigation.

Mondeca a mené des projets pour le compte du Ministère du Tourisme, des CDT et CRT, de la fédération des Parcs Naturels Régionaux et de Voyages SNCF ainsi que des programmes R&D: Hi-Touch (Europe), Strabon (Europe), Eiffel (ANR).

Amadeus est le fournisseur leader mondial des solutions technologiques de gestion pour la distribution et la vente de service de voyages. Les solutions et services d'Amadeus sont utilisés par divers clients. Plus de 100 000 agences de voyages et 35 000 bureaux de vente de compagnies aériennes ont accès au système Amadeus. De nombreux autres acteurs majeurs de l'industrie du voyage adoptent également la technologie modulaire Amadeus pour optimiser leur distribution ainsi que la gestion de leurs besoins internes. Amadeus est une société européenne créée en 1987 par quatre compagnies aériennes européennes (Air France, Ibéria, Lufthansa et SAS) dans le but de créer une structure commune de distribution informatisée des segments aériens puis de regrouper l'ensemble de l'offre de vente de billets d'avion, toutes compagnies confondues.

Amadeus SAS, à Sophia Antipolis, est le principal centre de R&D et de marketing produits du groupe. C'est là que sont conçues les solutions innovantes pour les voyages de demain. Amadeus emploie plus de 3000 ingénieurs et cadres (y compris ses sous-traitants) et s'intéresse beaucoup à l'évolution des industries touristiques mondiales et à leur évolution rapide, car le groupe ne se limite pas au seul transport aérien, mais à l'amont et à l'aval de son métier. Il est loin de se désintéresser des petits hébergements diffus, car ceux-ci dénommés « long tail » représentent des millions de voyageurs

III METHODE ET TRAVAUX

Une première étape a consisté en un repérage des acteurs concernés par les problématiques du tourisme (aussi bien locaux, régionaux, nationaux, qu'internationaux).

Nous avons associé à nos travaux des experts venus d'univers très différents, mais aussi des professionnels du tourisme, parfois décriés, mais toujours acteurs incontournables

La méthode choisie a été dans un premier temps de dresser un état des lieux à partir de données chiffrées du tourisme en Méditerranée et des évolutions constatées. De nouvelles pratiques ont été recensées par une veille internet. Des écosystèmes particuliers ont été repérés pour leurs caractères environnementaux et culturels et leur capacité à servir à valider les hypothèses avancées.

Les aspirations vers des formes de tourisme les plus variées se développent de plus en plus, privilégiant des contacts avec les habitants et la nature, proposant des itinéraires divers culturels, religieux, artistiques, ou des séjours en gîtes, chambres d'hôtes ou à la ferme Il devient urgent de répondre à ces demandes de tourisme différent.

De nouvelles visions prospectives doivent en résulter et permettre d'élaborer des thèmes de recherche novateurs et sources d'innovation.

Compte tenu de la diversité des compétences à mobiliser, des expérimentations pourraient favoriser, sur des objectifs concrets, une coopération transversale et une fertilisation réciproque des disciplines ainsi confrontées aux facettes variées des réalités nécessaires à l'action. Ces expérimentations qui feront largement appel aux technologies de l'information et de la communication sont effectivement indispensables pour répondre à des aspirations nouvelles, qui s'expriment de plus en plus souvent via internet ou les réseaux sociaux.

Ceci offre des opportunités de marier sciences et technologies pour couvrir des domaines aussi variés que, par exemple, l'accueil et l'hébergement des voyageurs, la gestion de l'eau, de l'énergie et de l'espace.

Il faudra modéliser les opérations et les tester par l'expérience, puis les évaluer pour les améliorer. Cette recherche action, constante en physique des particules, est rendue plus

complexe par la nécessaire implication, à côté des responsables scientifiques et techniques de la nouvelle ingénierie touristique, de représentants des zones de destination des pays hôtes. C'est en particulier chez ces derniers que l'évaluation sociologique, économique, écologique et culturelle assurera le retour d'expériences.

La solution consiste évidemment à trouver pour cette expérimentation des partenaires. Ceux-ci, lorsqu'il s'agit d'expérimentations, sont tout naturellement les collectivités locales ou assemblées consulaires concernées par l'aménagement du territoire et le développement économique durable mais aussi les instances de coopération bilatérales ou multilatérales et les sociétés privées du secteur en tant que sponsors ou opérateurs.

Mais le suivi et le retour d'expérience nous paraît être du domaine de l'ANR, d'autant plus que le tourisme est pour l'ensemble des sciences humaines et sociales une importante opportunité de mise en place de grands programmes.

Cet ARP visait également à préciser quelles formations et quelles innovations techniques (et leurs usages) pourraient aider à une appropriation locale des actions envisagées intégrant une gestion durable des ressources essentielles telles que l'eau et l'énergie.

Dans le cadre de cet ARP, le RIE a signé une convention de coopération avec le groupe EAC (Centre d'Etudes supérieures en Economie, Art et Communication). Cet établissement d'enseignement supérieur technique privé est partenaire des rencontres d'Autrans. Ce partenariat a contribué à sensibiliser des étudiants aux objectifs de l'ARP en matière d'évolution du tourisme durable en Méditerranée. Encadrés par un responsable pédagogique, ils ont ainsi assuré une veille technologique et contribué à la collecte des données relatives aux nouvelles pratiques touristiques dans des Etats riverains de la Méditerranée. Une des conséquences de cette étude a été de susciter, à l'issue de leur scolarité, la création d'une jeune entreprise dans ce domaine par deux des étudiants impliqués

Il convient de noter qu'un autre atelier de réflexion prospective (ARP PARME dont le Réseau Innovation Euromed est partenaire) concernant la Méditerranée est en cours, piloté par AGROPOLIS International à Montpellier. Cet autre atelier couvre de larges champs disciplinaires : démographie, société, eau, agronomie, santé, etc... La complémentarité de

ces deux ateliers a conduit l'Agence Nationale de la Recherche à évoquer l'intérêt d'une présentation ultérieure conjointe des deux ARP. Des contacts préliminaires ont été pris à cet effet lors de la réunion de l'ARP PARME à Montpellier les 27 et 28 mai 2011 au cours de laquelle les grandes lignes des travaux de l'ARP FUTOURAUMED ont été exposés.

Les membres de l'ARP PARME ont été conviés pour être associés aux travaux du 4^e atelier de FUTOURAUMED et les 105 champs de recherche proposés par PARME ont été pris en compte pour éviter des redondances avec les recommandations de recherche transversales présentées par FUTOURAUMED.

Quatre ateliers thématiques ont été organisés sur une période de 12 mois par le consortium FUTOURAUMED ; ils ont été coordonnés par le Réseau Innovation Euromed (RIE) et confiés chacun à l'un des partenaires. Pour ces ateliers ont été mobilisés de très nombreux experts des acteurs issus de différents horizons afin de confronter leurs expériences et leurs avis.

- **Atelier 1**

Il s'est tenu le 21 septembre 2010 à l'Office Parlementaire des Choix Scientifiques et Technologiques (OPECST) du Sénat.

Il a eu pour objet de dresser un état des lieux, élaboré sur les résultats disponibles en 2009, d'inventorier les données disponibles en France, en Europe et dans les pays méditerranéens en cherchant à dégager les nouvelles tendances et les évolutions possibles.

La nécessité d'expérimentations de nouvelles zones de destination s'est dégagée.

Cet atelier a été confié à une organisation de professionnels du tourisme : la Mediterranean Travel Association (META). Par les réflexions et études qu'elle a déjà engagées et par son réseau de professionnels, cette association était bien placée pour en assurer l'organisation.

Les étudiants de l'EAC ont été étroitement associés à cet atelier. Ils ont remis à cette occasion les résultats de leurs travaux résultant d'une veille internet sur les nouvelles pratiques touristiques en euro méditerranée (cf. document en annexe)

- **Atelier 2**

Il s'est tenu le 11 février 2011 au siège d'Amadeus à Sophia Antipolis.

Les aspects juridiques concernant l'aménagement et la gestion de l'espace ont été abordés. L'arsenal juridique français concernant la planification et la protection de la nature a été exposé, à titre d'exemple, pouvant inspirer d'autres pays de la Méditerranée.

Cet atelier a aussi eu pour objet, à partir de la présentation de cas concrets dans différents pays de la Méditerranée, d'illustrer la diversité des actions possibles et la variété des difficultés rencontrées et des solutions envisageables.

Entre autres, deux initiatives marocaines ont été ainsi exposées à cette occasion, l'une soutenue au niveau gouvernemental, l'autre émanant d'une volonté individuelle, relayée par les autorités locales. La complémentarité de ces actions méritait d'être soulignée.

Une deuxième table ronde a été consacrée à la formation professionnelle et aux nouveaux besoins de compétences pour les acteurs du tourisme en Méditerranée. Cette deuxième réflexion a été également ouverte à des exemples du sud de la Méditerranée. Il a été souligné notamment que la diversité des formations à envisager doit tenir compte non seulement des demandes des voyageurs mais aussi des spécificités et des modèles sociétaux de chaque pays hôte.

L'Institut Français du Tourisme, compte tenu de sa composition ouverte à l'ensemble des acteurs français du développement et de sa mission en matière d'innovation et de professionnalisation du tourisme a été responsable de ces deux aspects de la réflexion et des conclusions à en tirer.

- **Atelier 3**

Il s'est tenu à la suite du deuxième atelier, le 11 février 2011 au siège d'Amadeus à Sophia Antipolis, ce qui a permis que des intervenants des différents pays du pourtour méditerranéen puissent participer aux deux ateliers.

Orienté sur les innovations technologiques en matière de gestion des flux de voyageurs et de gestion des ressources naturelles pour mieux anticiper les déséquilibres prévisibles entraînés par les afflux touristiques, cet atelier a traité notamment des questions suivantes :

- Les technologies de gestion optimale des ressources (énergie et eau), l'éco conception des structures locales.
- La place des technologies numériques (web sémantique, réservation électronique pour les voyageurs des vols et destinations, bases de données interactives, internet, téléphonie mobile ...)
- L'infomédiation et ses perspectives
- Les nouveaux thèmes de recherche nécessaires à la mise en œuvre d'une organisation d'un modèle différent (méthodologie, ingénierie, pédagogie)

La responsabilité de cet atelier a été confiée à MONDECA particulièrement compétente dans ce domaine. Mondeca s'est associé pour les travaux de cet atelier à Energies Demain, entreprise spécialisée et reconnue dans la planification énergétique territoriale, la maîtrise de l'énergie et le développement des énergies renouvelables.

- **Atelier 4**

Il s'est tenu, en présence de la direction de l'ANR, le 17 juin 2011, à Paris, dans les locaux de l'Office Parlementaire d'Evaluation des Choix Scientifiques et Technologiques du Sénat

Après l'intervention de deux témoins de qualité, Il a été consacré à la validation des conclusions et des recommandations regroupées autour de quatre champs de recherche:

- Transversalité de la recherche et de l'innovation dans le secteur du tourisme ;
- Analyse et traitement de l'information et des données.
- Culture, technologies et formation professionnelle.
- Innovation dans les services.

L'organisation de cet atelier a été assurée par le RIE avec le concours de tous les partenaires et d'experts du nord et du sud de la Méditerranée. Des représentants d'organisations internationales, de conseils et institutions compétentes, de ministères français et

méditerranéens, de Chambres de Commerce et de leurs fédérations, ainsi que diverses autres entreprises, associations et fédérations ont été associés aux réflexions et conviés à ce dernier atelier.

Les documents et compte rendus de chacun des ateliers figurent en annexe de ce rapport final.

IV RECOMMANDATIONS

Au terme des travaux conduits, un certain nombre de recommandations sont préconisées par le consortium des partenaires réunis pour cet ARP. Elles sont issues des travaux des ateliers thématiques.

L'analyse de l'impact du tourisme sur les pays du pourtour méditerranéen et des facteurs négatifs ou positifs recensés conduit à recommander des recherches coopératives et transversales à des disciplines variées. Elle prend en compte les travaux et les recommandations de l'ARP PARME, pour en être complémentaire et éviter les redondances.

1 Assurer, par de grands programmes fédérateurs, le caractère interdisciplinaire et innovant des recherches scientifiques et techniques conduites.

Compte tenu de la nature transversale du tourisme, les programmes de recherche à développer devront être toujours pluridisciplinaires et intégrer les sciences humaines. Il faudra prendre en compte la dimension environnementale, à laquelle les touristes sont de plus en plus sensibles, et les perspectives offertes par les innovations technologiques qui changent les comportements.

2 Recueillir et structurer les données et les bonnes et mauvaises pratiques au sein d'un réseau d'observation du tourisme en Méditerranée.

Tant à l'échelle macroscopique que microscopique, il apparaît important de pouvoir assurer et enrichir de façon cohérente une veille scientifique et technique structurée et coordonnée, afin de rendre facilement accessibles les données disponibles. Leur dispersion les rend souvent difficiles à exploiter.

Nous proposons de généraliser l'observation par les modèles développés par Oxford Economics et Tourism Economics, popularisés par le WTTC. Ces méthodes sont aujourd'hui acceptées par l'Organisation Mondiale du Tourisme, par l'ONU, l'OCDE et EUROSTAT. La dernière publication du Conseil National du Tourisme préparé à partir des données de l'INSEE « Le poids économique et social du tourisme » les reprend largement : élargissement

du domaine touristique aux transports et aux industries en amont du tourisme, prise en compte de la formation de capital fixe, estimation de la plus-value touristique dans le cadre du PIB, emploi élargi aux saisonniers et aux industries en amont du tourisme, etc. En effet, les systèmes traditionnels d'enquêtes auprès des touristes ont peu à peu perdu de leur efficacité au cours des années, du fait de trop nombreuses contraintes de pose des questionnaires, de représentativité des échantillons interrogés et d'une inflation des informations à recueillir qui rendent ces méthodes obsolètes et peu crédibles.

Cette veille devra également intégrer la législation des territoires, les données environnementales, y compris celles liées aux phénomènes d'évolution du climat, et celles concernant la disponibilité et le coût des ressources. Elle devra s'intéresser au ressenti des populations d'accueil, à l'évolution des services et des techniques, aux bonnes pratiques existantes en Méditerranée et ailleurs, en analysant les échecs et difficultés rencontrés.

Les observations et solutions mises en œuvre sur d'autres continents pourraient être exploitées notamment par des rapprochements avec la Pacific Asia Travel Association, pour l'Asie-Pacifique, ou l'Université du Québec à Montréal (UQUAM) qui a créé un système intéressant d'observation mondial des évolutions du tourisme. META est précurseur dans cette démarche.

Le système d'analyse et de traitement des données devra:

- reposer sur des principes de libre accès, de partage et de pérennité des données,
- gérer simultanément l'évolution de la demande à partir de variables exogènes (économiques et sociales) et la description fine de l'offre,
- faciliter l'élaboration de stratégies territoriales anticipatrices pour la mise en œuvre des politiques d'atténuation du changement climatique et d'adaptation à l'évolution potentielle des risques, tout en mesurant les impacts en temps réel.

Pour y parvenir, ce réseau innovant de données, d'informations et de connaissances devra permettre:

- une meilleure approche des incertitudes liées aux phénomènes d'évolution du climat et des ressources et de l'évolution de la demande.

- l'amélioration de la connaissance sur son versant social par la remontée d'informations du terrain, par l'expérimentation et la capitalisation de ces informations, de systèmes de mesures et d'observation collaboratifs.
- l'exploitation de toutes les sources de données territoriales existantes, physiques, économiques et sociales, y compris celles provenant des réseaux sociaux.

Technologiquement, la complexité, l'hétérogénéité, la multiplicité des échelles (espace-temps), ainsi que le caractère dynamique des données nécessiteront la mobilisation d'outils et de méthodes issues de la recherche en intelligence artificielle, en particulier les représentations sémantiques et l'apprentissage automatique.

3 S'appuyer sur ce réseau d'observation pour mettre en place des plateformes de services décentralisées.

Le recueil et la diffusion des données permettront d'organiser un **réseau de plateformes d'information, de conseil et de services décentralisées**. Ces plateformes devront être accessibles à tous les acteurs du tourisme, publics et privés.

Les créateurs d'entreprises et porteurs de projets devront pouvoir y trouver des informations sur les appuis potentiels publics et privés utiles à leurs initiatives. Il faudra étudier les conditions et les moyens de susciter et de soutenir les initiatives locales, d'aider à l'appropriation d'innovations techniques ou de services et issues d'autres secteurs ou d'autres lieux (de Méditerranée ou d'ailleurs). Ceci doit permettre de favoriser l'entreprenariat des acteurs locaux en tenant compte de la diversité territoriale, d'accompagner la création d'entreprises innovantes et soucieuses de préserver les ressources naturelles, le patrimoine et les cultures locales ; mais aussi de choisir l'accompagnement le plus adapté et de préconiser des modes de financement les mieux adaptés : micro-crédit, financements solidaires, aides des collectivités locales...

4 Organiser des recherches thématiques autour d'écosystèmes particuliers communs à de « nouvelles zones de destination » et confronter systématiquement les programmes de recherche à ces expérimentations.

Le respect des traditions et des équilibres économiques locaux associé au souci de développement durable et équitable est un des objectifs prioritaires pour accompagner les initiatives locales aussi bien dans les domaines techniques que dans celui des services.

Les recherches devront s'intéresser à l'originalité et/ou à la vulnérabilité de certains sites et à leur seuil d'acceptabilité sociale. Elles pourront proposer des stratégies de régulation s'inspirant d'exemples déjà pratiqués et conduisant à la limitation du nombre de visiteurs selon la fragilité du site.

Il faudra définir les bases de régulation optimale des flux touristiques avec toutes les conséquences réglementaires que cela suppose et les délégations de compétences aux responsables locaux de la gestion des sites et de leur protection.

Des recherches thématiques et prospectives porteront sur des « Nouvelles zones de destination s », respectueuses des hommes et l'environnement. Elles peuvent concerner des écosystèmes particuliers par leur identité naturelle, culturelle, religieuse. Ceux-ci peuvent être des systèmes oasiens, des urbanismes locaux traditionnels tels que les médinas, des habitations dispersées. Ces nouvelles zones de destination peuvent aussi être organisées autour d'itinéraires thématiques (religieux, historiques, botaniques) ou de structures d'accueil privilégiant des techniques particulières : éco-gestion de l'eau, de l'énergie, ou de l'espace..Il peut s'agir de la prise en compte particulière des besoins des personnes à mobilité réduite ou handicapées, actuellement très mal prises en charge dans les pays du sud et qui mériterait une attention particulière. C'est en effet un bon exemple de la pertinence qu'il y a de rassembler, sur un même programme de recherches, des sociologues, des médecins, des chercheurs en robotique et informatique et des professionnels de la rééducation.

Elles peuvent être nationales ou transfrontalières.

Les recherches devront dégager des voies pour des expérimentations innovantes en fonction des initiatives locales et territoriales. Ceci correspond à l'approche efficace des *livings labs*

chers aux scandinaves. Les échecs et les difficultés seront recensés et évalués de sorte que toutes les expérimentations puissent être utiles et permettent d'éviter que des aspects négatifs se reproduisent. La démarche s'inspire de celle conduisant la recherche dans les sciences exactes.

5 Favoriser la recherche et l'innovation assurant conservation et valorisation du patrimoine technique et culturel local, la perpétuation et la modernisation des arts et métiers traditionnels.

Le tourisme peut être perçu comme source de perte d'identité. Une prise de conscience de la valeur des patrimoines (matériel et immatériel) favorisera une meilleure protection de ceux-ci. Ceci implique d'établir une coopération étroite avec les autorités et organisations locales dans un souci de respect des traditions, des équilibres économiques locaux. Il importe de sensibiliser les populations à la richesse de leur patrimoine matériel et immatériel et aux moyens de le partager avec autrui.

Pour diffuser la culture scientifique et technique, les nouvelles technologies de l'information (notamment grâce à l'internet, à la mobiquité et à la numérisation) ouvrent de larges perspectives. Par exemple, les techniques modernes de réalité augmentée permettant la superposition d'un modèle virtuel 2D ou 3D à la perception que nous avons naturellement de la réalité et la capacité d'incruster de façon réaliste des objets virtuels dans une image ouvrent des perspectives vertigineuses dont tous les acteurs du tourisme publics et privés devront se saisir.

On pourrait aussi lancer une recherche sur un service typiquement méditerranéen et son adaptation dans des processus d'exploitation, avec ses propres ratios de gestion, de façon à créer un « style » méditerranéen qui pourrait peu à peu rivaliser avec le style occidental et oriental, les seuls à être réellement enseignés dans les grandes universités internationales du tourisme.

Tout cela mériterait le lancement d'un **grand programme de recherche et de formation méditerranéen pour la diffusion de la culture scientifique et technique**, associant les universités, les collectivités locales et tous les acteurs publics et privés intéressés par la conservation et de la promotion du patrimoine technique et culturel.

6 Créer un réseau de centres de formations initiales et continues. Assurer la mutualisation des savoirs et des compétences par une formation professionnelle adaptée et source d'innovation.

L'un des enjeux majeurs à court terme en Méditerranée porte sur les savoirs et les compétences professionnelles utiles au tourisme. Nombre de pays investissent dans de vastes infrastructures (transports, hébergements, etc..) sans se préoccuper de la professionnalisation des personnels. La question des ressources humaines, à tous niveaux, est pourtant centrale dans la qualité des prestations, des produits et des destinations.

Le tourisme est un secteur économique structurant et pourvoyeur de nombreux emplois, à toutes échelles de qualification. La formation professionnelle est fondamentale pour la compétitivité future des destinations méditerranéennes. Il serait donc utile de lancer une recherche intéressant l'ensemble des pays de l'aire méditerranéenne pour mettre en perspective les besoins immédiats en ressources humaines comme les métiers et les compétences professionnelles de demain.

Cette recherche tenant compte de la spécificité de chaque pays, visera à dresser un état des lieux des besoins des professionnels en termes de formation (nombre, niveaux de qualification, etc.). Elle permettra également d'inventorier, de coordonner et de structurer l'offre existante dans chaque pays de la Méditerranée (cette mission a été confiée en France à l'IFT) et l'ensemble des coopérations méditerranéennes en matière de formation et de recherche en tourisme.

Elle devrait permettre la création d'un **réseau méditerranéen de centres de formations initiale et continue en tourisme**. Il s'appuierait, pour l'analyse et le traitement des données, sur le réseau proposé précédemment et pourrait contribuer à la mise en place d'un

Observatoire des métiers du tourisme en Méditerranée. Il associerait les professionnels, les collectivités et les organismes de formation publics et privés afin de mutualiser métiers et compétences, savoirs et savoir-faire entre Nord et Sud de la Méditerranée. Il utiliserait notamment les nouvelles technologies et les ressources de l'enseignement à distance. Il viserait aussi à harmoniser les référentiels de formations, à favoriser la formation de formateurs et de responsables des collectivités locales, à mobiliser les professionnels détenteurs de compétences et de savoirs traditionnels.

Ces formations devront intégrer les besoins linguistiques. Elles devront aussi s'attacher à faire des personnes formées des médiateurs entre les voyageurs et les populations hôtes.

7 Explorer les champs législatifs et réglementaires des pays concernés et leurs adaptations possibles.

D'importants travaux seront à conduire dans le domaine juridique : il faut en effet étudier la législation locale.

Par exemple, les droits fonciers particuliers sont des éléments incontournables de l'aménagement territorial. Le littoral est particulièrement soumis à d'importantes pressions à l'origine de conflits d'usage (des terres comme des ressources) que le tourisme accentue fortement. L'organisation territoriale en est tributaire.

Face à ces pressions, le droit foncier des pays de la rive sud de la Méditerranée est souvent complexe et variable. Il relève souvent sur un même territoire de plusieurs codes : droit coutumier, droit musulman, droit régalien.

Une recherche juridique comparant les différentes législations en matière de droit du sol, de transmission patrimoniale, dans les différents pays méditerranéens permettrait une meilleure analyse de cette complexité.

Elle pourrait nous renseigner sur la possibilité, l'acceptabilité sociale et l'intérêt de transposer certaines législations des pays de la rive Nord vers le Sud. Par ailleurs on peut s'interroger sur la pertinence d'appliquer sans adaptation préalable les directives européennes à l'ensemble des territoires méditerranéens.

8 Réfléchir aux potentialités d'innovations et de débouchés économiques qu'offrent les nouvelles techniques et technologies.

Il s'agit, entre autres, de développer la recherche et l'innovation liées aux usages des techniques numériques multiformes et à évolutions rapides pour les adapter et les rendre accessibles tant aux touristes qu'aux acteurs locaux.

Il faut améliorer la visibilité des sites d'accueil. Les Collectivités Territoriales sont les seules à promouvoir les particularités géographiques des destinations, détaillant les montagnes, les fleuves et les rivières, les déserts, les côtes, les patrimoines bâtis et immatériels (gastronomie, culture, arts de vivre, histoire). Progressivement, la multiplication des sites installe un « tourisme virtuel » proposé par ces Collectivités Territoriales sur leurs différents sites. On y trouve de multiples renseignements qui ne sont pas présents sur les sites professionnels, pour des raisons de coût et de maintenance. Cette richesse des sites publics n'est pas suffisamment exploitée.

Il faut aussi faciliter la relation directe entre les voyageurs et ces sites (Web sémantique).

La généralisation de l'usage de l'internet pour réserver transforme la distribution professionnelle inventée au siècle dernier. L'intermédiation par les agences de voyages ou les Tour Opérateurs (voyagistes) est fortement bousculée par ces nouvelles pratiques. La brochure papier perd de son intérêt au profit de l'affichage sur smartphones, tablettes et ordinateurs, la réservation directe y gagne, surtout que celle-ci s'insinue dans l'aérien, dans les chemins de fer, dans la réservation de véhicules sur place, ainsi que toutes les billetteries (spectacles, excursions...).

L'infomédiation institutionnelle fait le lien entre l'explosion de l'usage d'internet comme vecteur d'information, de promotion territoriale et de réservation. Elle demande de favoriser le partenariat public-privé (PPP) dont le développement implique de nombreuses recherches en amont. Il est particulièrement bien adapté à l'infomédiation et à la mise aux normes durables des entreprises touristiques réparties en territoires. Le PPP n'est pas suffisamment utilisé par les industries du tourisme, alors qu'il l'est largement dans d'autres secteurs économiques en Méditerranée.

Les téléphones portables (applications smart phones) comme les réseaux sociaux seront incontournables tant pour les touristes que pour les populations et les acteurs locaux. Une étude prospective sur les conséquences pour le tourisme de cette évolution permettra d'analyser les modalités innovantes d'accueil, d'hébergement et de mobilité des voyageurs afin d'envisager l'avenir et les adaptations nécessaires.

Il faut étudier les conséquences économiques des innovations (tant technologiques qu'organisationnelles) notamment en termes d'emplois, en évaluer l'acceptabilité culturelle, économique et sociale et appréhender les conditions de leurs applications dans les services liés au Tourisme en Méditerranée.

9 Observer l'évolution des pratiques touristiques en fonction de la pénétration des technologies de l'information et de la communication.

Les populations jeunes, davantage utilisatrices des technologies de l'information et de la communication, sont intéressées par des destinations plutôt urbaines et aspirent à plus de partage avec les habitants. Ils utilisent de plus en plus les réseaux sociaux pour modifier leurs pratiques de voyage.

Les technologies de l'information et de la communication permettent plus de liberté dans les déplacements, les visites et le choix des hébergements. Quelles incidences ont-elles sur les choix de destination et les pratiques des voyageurs?

Les populations plus âgées sont davantage attirées par les richesses patrimoniales (culturelles et environnementales) et plus sensibles à de nouvelles zones de destination s.

Sont-elles réticentes ou enclines à utiliser de plus en plus les outils numériques et dans quelles proportions?

Répondre à de telles questions pour adapter l'offre touristique à la demande, implique de prendre en compte autant les perspectives démographiques concernant tant les voyageurs nationaux qu'internationaux que les prévisions concernant la propagation des outils de la révolution internet.

10 Evaluer l'incidence de l'activité touristique sur les structures économiques et sociales en s'appuyant sur une analyse et une synthèse des multiples travaux existants dans le domaine.

Comment passer d'un tourisme subi à un tourisme choisi a été au cœur du projet FUTOURAUMED . Les nouvelles attentes et comportements des voyageurs vont dans cette voie. De plus en plus de voyageurs veulent se dépayser (au sens fort) dans un milieu culturel différent, s'y insérer en essayant de ne pas perturber « l'écoumène » dont ils s'imprègnent. Construire des indicateurs pour savoir quel niveau de flux de touristes est acceptable sans dommage local et proposer une typologie des secteurs les plus sensibles est également un domaine de recherches nécessaire. La régulation pour le tourisme durable (pouvant aller comme à Lascaux, jusqu'à la fermeture du site au public) doit s'accompagner, après expérimentation, d'une évaluation en vue d'une décision, qu'elle soit juridique, économique, géographique ou culturelle.

La pertinence de la régulation selon les régions dépend des conséquences économiques générées, du seuil d'acceptabilité sociale et de la force de certaines traditions juridiques, culturelles ou historiques.

11 Créer un pôle de compétitivité dédié au tourisme, travaillant en réseau, dont le champ privilégié sera l'observation, l'expérimentation en Méditerranée et l'analyse des modifications apportées aux écoumènes existants par ces expérimentations.

Le caractère multidisciplinaire des recherches à initier et la nécessité de partenariat public privé conduisent à recommander la création d'un **Pôle de compétitivité du tourisme en Méditerranée** qui pourrait s'appeler « FUTOURAUMED ». Il favoriserait l'innovation technique ou de services et serait un terreau pour des initiatives et des activités nouvelles. Le poids économique du tourisme en Méditerranée, secteur d'avenir prioritaire pour ce territoire, justifie pleinement sa création.

La création de pôles nationaux, en liaison avec le pôle FUTOURAMED, pourrait participer à cette politique, favorisant la coordination des actions et l'élaboration par les acteurs locaux de l'ensemble des pays riverains d'une véritable stratégie touristique méditerranéenne.

Ce Pôle travaillerait en liaison étroite avec les programmes préconisés précédemment. Il pourrait être chargé de leur mise en cohérence et de leur évaluation. Il concourrait à la mise en œuvre des politiques publiques en faveur du tourisme en Méditerranée. Il pourrait contribuer à la constitution d'une **Agence méditerranéenne de développement touristique pour la Méditerranée**. En s'inspirant de la mission confiée en France à Atout France, cette agence, regroupant des partenaires publics et privés des pays méditerranéens, aurait pour objet de faciliter ou de contribuer au développement économique de ses membres, d'améliorer et d'accroître les résultats de cette activité.

12 Lancer des recherches géopolitiques en Méditerranée concernant les risques et la sécurité des voyageurs en Méditerranée, y compris les risques liés au changement global.

La Méditerranée est un lieu de turbulences où politique, développement, cultures et religions sont mêlés, parfois conflictuels et interfèrent avec le tourisme. Il est impossible pour des recherches géopolitiques sur le tourisme de ne pas tenir compte des fortes tensions en Méditerranée.

Comment adapter la demande touristique à ce contexte éminemment instable ?

Quels sont les effets sur le tourisme de l'état de l'économie, du chômage, du niveau d'éducation des populations et de l'inquiétude liée à la mondialisation et au déphasage entre les aspirations des jeunes et les réactions des pouvoirs politiques nationaux et locaux ? Par ailleurs, internet et les réseaux sociaux ont été, on le sait, des vecteurs importants des mouvements de révolte des pays arabes. Ces vecteurs de liberté, pour les citoyens comme pour les voyageurs, vont-ils être à l'origine d'une instabilité permanente, et donc de repli intra-national ou favoriser la mobilité et le partage ? Tant pour les gouvernances locales que

pour les relations bilatérales ou internationales, l'irruption de ces nouvelles technologies et de leurs usages posent des questions et des réactions de type nouveau.

Les données du changement global et des risques concernant l'approvisionnement en ressources naturelles devront être également intégrées.

Les bouleversements géopolitiques actuels qui touchent nombre de pays de la Méditerranée nous rappellent que tout programme de recherche devra s'inscrire dans le respect des diverses cultures et contribuer à promouvoir la paix en Méditerranée et l'amitié entre les peuples.