

L'innovation touristique : un levier d'attractivité au service du tourisme durable

A V I S



14 octobre 2019

Rapporteur
Daniel QUILICI

Assisté de Diane ALBARRAZIN

Cet avis a été adopté à la majorité par 113 voix (14 abstentions,
groupe CGT/FSU/solidaires)

dans le cadre d'une auto-saisine

Etude conduite par la commission Tourisme.....

Sommaire

INTRODUCTION.....	4
I. LA PROBLEMATIQUE.....	4
II. LES ENJEUX.....	4
LES CONSTATS.....	5
LES PRECONISATIONS.....	7
I. LE DEVELOPPEMENT D'UNE STRATEGIE TOURISTIQUE INTEGREE.....	7
II. LE SOUTIEN ET L'ACCOMPAGNEMENT AUX ENTREPRISES POUR LES AIDER A INNOVER : ..	8
III. LA MONTEE EN COMPETENCES DES JEUNES, DES SALARIES PERMANENTS OU SAISONNIERS	8
IV. LA PROMOTION DE L'INNOVATION SOCIALE ET ORGANISATIONNELLE EN ENTREPRISE	8
V. LE DEPLOIEMENT DE L'INNOVATION ENVIRONNEMENTALE AU SERVICE D'UN TOURISME RESPONSABLE.....	9
VI. LE SUIVI ET L'EVALUATION DE L'INNOVATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE	9
CONCLUSION	9
AUDITIONS ET REMERCIEMENTS	10
GLOSSAIRES.....	11
EXPLICATIONS DE VOTE.....	13

Introduction

I. La problématique

L'innovation constitue un vecteur majeur du développement de l'économie touristique. Très diversifiée, l'innovation touristique est à la fois technologique, environnementale, sociale, organisationnelle ou de process. C'est pourquoi, les projets qui en sont issus sont bien souvent la résultante de toutes ces formes d'innovation à l'initiative d'une volonté individuelle ou collective.

Portée principalement par le numérique qui modifie les comportements, l'innovation touristique est aussi générée par des attentes nouvelles de la part des clientèles touristiques, que ce soit dans leur mode de consommation ou dans les produits, services et d'usages afin de répondre à de nouvelles préoccupations telles que la quête de plus d'authenticité, le respect de l'environnement ou la recherche d'expériences mémorables. Ainsi conjugué aux nouvelles technologies, le champ de l'expérientiel, en rupture avec le quotidien, offre désormais de vastes possibilités à l'innovation.

Selon une étude du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique (2016), la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur se situe dans la moyenne haute pour l'innovation touristique (derrière Ile-de-France et Auvergne/Rhône-Alpes). Elle jouit également d'un écosystème favorable pour l'émergence de projets innovants à travers la mise en œuvre du SRDT et une dynamique en réseaux portée par les institutionnels et les professionnels de la région. Cependant, cette dernière ne se traduit pas par un taux d'innovation suffisant eu égard aux enjeux et au poids de l'activité touristique dans l'économie régionale, avec seulement 9 % d'entreprises répertoriées innovantes. De plus, les TPE, qui représentent l'essentiel des entreprises touristiques régionales, font état de difficultés pour y parvenir.

Fort d'un tel constat, le CESER a souhaité réaliser un bilan sur les actions mises en œuvre sur le territoire régional dans ce domaine à travers un diagnostic et sur les opportunités et bonnes pratiques afin de développer l'innovation touristique en région.

II. Les enjeux

L'innovation touristique constitue un enjeu majeur, du fait de sa contribution à la compétitivité et à l'attractivité des destinations régionales et pour les entreprises du secteur confrontées à une concurrence internationale de plus en plus forte : Facteur de pérennité, l'innovation touristique est une condition essentielle pour l'avenir du tourisme tant au niveau national que régional.

Ainsi, l'innovation touristique représente pour les institutionnels et les professionnels du tourisme :

- Un défi à relever, entre d'une part, le besoin de fidéliser les touristes et d'attirer de nouvelles clientèles pour être plus attractif et lutter contre une concurrence accrue et d'autre part, l'impérieuse nécessité de contribuer à un tourisme durable afin d'assurer sa pérennité et la qualité de vie des habitants et des territoires de la région

- Un levier de performance et de compétitivité pour les entreprises du tourisme, les territoires et l'emploi
- Une opportunité pour entreprendre autrement et s'orienter vers un tourisme disruptif en partenariat avec les autres filières
- Le moyen de faciliter l'accès aux vacances pour tous.

Les constats

Le diagnostic établi, suite à l'audition des institutionnels et professionnels, a permis de mettre en évidence les éléments suivants :

✓ **Des avancées positives :**

Telles que,

Une Volonté partagée par les acteurs institutionnels (Région, Consulaires, ADT, CRT, OT ...) qui s'est concrétisée par la mise en œuvre d'une véritable dynamique de l'innovation touristique en région dans le cadre de la mise en œuvre opérationnelle du plan de croissance de l'économie touristique (SRDT) à travers **un programme dédié « NEXT »** (Nouvelles Expériences Touristiques) dont les objectifs sont de :

- Stimuler l'innovation pour conquérir de nouvelles clientèles notamment sur les ailes de saison
- Accélérer la mutation numérique des entreprises régionales touristiques
- Renouveler et valoriser l'offre par de nouveaux services aux usagers, des contenus de découverte innovants et des offres intégrées en transversalité avec d'autres filières et un marketing territorial basé sur une ingénierie de marques autour des 3 marques ombrelles (Provence - Alpes – Côte d'Azur) et des marques infra régionales.

Les principales mesures de ce programme sont : l'accompagnement des projets via un fonds d'amorçage, l'appel à manifestation d'intérêt pour l'accompagnement de l'innovation touristique, le rapprochement entre Tourisme et Culture (appel à projet et OIR industries créatives) et la valorisation des projets à travers les trophées de l'innovation.

La Région a consacré 700 000 € pour ce programme en 2018 (hors déploiement d'APIDAE). Le bilan de ce dernier au bout de deux ans de mise en œuvre du SRDT enregistre une trentaine de projets accompagnés directement par la Région.

Un écosystème en phase de structuration en partenariat avec les consulaires professionnels, acteurs économiques et ceux de l'ESS basé sur :

- Une diversification des modes d'innovation touristique (numérique, social, environnemental et organisationnel)
- Une stratégie axée sur la demande ciblée notamment sur la prise en compte des nouveaux usages et le tourisme expérientiel
- Le croisement des filières avec les secteurs de l'artisanat, l'agriculture, la culture, le sport et la santé
- La montée en compétences à travers le programme régional (FORME) et une école dédiée (l'ESCAET)
- Des mises en réseaux et partenariats qui ont permis de réaliser :

- Le déploiement d'APIDAE sur le territoire régional (outil de gestion mutualisé de l'information touristique)
- Un Incubateur dédié « Provence Travel » (dispo Innov) en partenariat avec la Région, la CCI et l'ESCAET afin de stimuler l'émergence ou l'accélération de projets touristiques innovants à fort potentiel sur 360 projets touristiques innovants détectés, 150 projets ont été accélérés et accompagnés, 12 projets ont été financés par la Région dans ce cadre (au 31/12/2018)
- Un cluster sport pour favoriser l'organisation de grands événements en lien avec les fédérations professionnelles et les professionnels de l'hôtellerie
- Des pratiques et des projets innovants avec un fort ancrage local sur le territoire régional comme par exemple :
 - Les circuits de découverte (route des vins) en lien avec les acteurs économiques des territoires via la chambre régionale de métiers et les chambres d'agriculture
 - La biennale européenne des arts et handicap
 - L'association « un fauteuil à la mer »
 - Les pratiques d'éco-tourisme portées par les parcs régionaux et notamment celui des Alpilles.

✓ **Des points critiques :**

- **Au niveau de l'accompagnement des entreprises à l'innovation** imputable à :
 - Un lien trop tenu entre innovation, recherche et formation
 - Une méconnaissance des dispositifs régionaux dédiés à l'innovation pour les TPE et PME (notamment en matière financière et d'accompagnement)
 - Un accompagnement, un suivi des entreprises et notamment des porteurs de projets insuffisants sur le long terme
 - La persistance de zones blanches sur certains territoires de la région notamment dans le haut pays qui pénalisent l'émergence de projets.
- **Au niveau de la mise en réseaux des acteurs du tourisme** qui met en exergue :
 - Des difficultés de rapprochement entre les professionnels des secteurs du tourisme et de la culture pour réaliser des projets communs
 - Une lisibilité insuffisante de l'innovation touristique en région en raison du :
 - Manque de statistiques sur le nombre d'entreprises innovantes créées et accompagnées en région et par secteur d'activité et territoire
 - Défaut d'évaluation quantitative et qualitative sur les aides à l'innovation dédiées aux entreprises du secteur et sur leurs impacts sur le territoire en termes de performance, d'emplois et de retombées sur les territoires.

- **Des perspectives encourageantes dans le cadre des évolutions du SRDT avec :**
 - Un fonds régional dédié complémentaire au FIER
 - Une meilleure communication sur les aides pour favoriser des projets innovants en entreprise
 - Un accompagnement des start-up au-delà de la période d'amorçage et pour assurer le fonctionnement des incubateurs : Provence Travel et cluster sport.

Les préconisations

L'innovation touristique, indispensable pour conforter l'attractivité des destinations touristiques et la compétitivité des entreprises du secteur, nécessite de favoriser un tourisme responsable et durable essentiel au devenir même de cette activité. Elle doit permettre aussi d'être au service de la qualité de vie des territoires et du bien-être de la population.

Cet objectif repose sur les axes prioritaires suivants :

I. Le développement d'une stratégie touristique intégrée

à travers,

- La mise en cohérence effective des priorités du SRDT avec celles du plan climat et du SRADDET
- Le soutien au développement de toutes les formes d'innovation (technologique, sociale, environnementale organisationnelle et managériale) en travaillant sur leur articulation dans le cadre notamment d'un Schéma Régional d'Innovation Touristique partagé
- Des offres diversifiées et adaptées aux usages, à la spécificité des publics et aux territoires par :
 - La prise en compte des attentes des touristes avec des indicateurs de qualité et de durabilité favorisant les ailes de saison pour mieux réguler les flux touristiques tout au long de l'année à travers des labels « qualité durable », la mise en place d'un pass touristique régional afin de favoriser les parcours des touristes entre les différents centres d'intérêt sur l'ensemble du territoire régional et des offres accessibles pour favoriser l'accès aux vacances pour tous (seniors, personnes en situation de handicap)
 - Une expérience touristique organisée sur une chaîne de valeurs en termes de transports, services, activités, cadre de séjour, utilisation du numérique, hébergement...).

- Une démarche collective en lien avec la R&D fondée sur :
 - Le croisement des filières et la mise en réseaux d'acteurs (institutionnels, professionnels, acteurs économiques, start-up) pour rassembler les savoir-faire sur des thématiques communes et favoriser une culture de l'innovation, notamment pour rapprocher les acteurs du tourisme et ceux de la culture afin de faire émerger des projets
 - Le marketing territorial (selon une logique de marques)
 - Le déploiement des bonnes pratiques (comme par exemple des circuits de découverte)
 - La mutualisation des dispositifs, et les financements publics/privés.

- Le développement de dispositifs d'ingénierie et d'accompagnement par la création d'un incubateur régional à l'instar de l'incubateur Provence Travel et le soutien au développement de campus pour faciliter les échanges et les synergies entre les grands groupes, les petites entreprises et les professionnels afin de stimuler des projets au profit des territoires.

II. Le soutien et l'accompagnement aux entreprises pour les aider à innover

Ce qui suppose de :

- Rendre accessible l'information sur les dispositifs d'aides dédiés existants afin d'en faciliter l'accès en lien avec les consulaires
- Accompagner les entreprises et en particulier les TPE ou start-up par :
 - Une aide à l'ingénierie en amont pour évaluer l'adéquation du projet au marché
 - Un suivi et un accompagnement humain et financier sur le long terme, pour les porteurs de projets au-delà de la période d'amorçage
 - Le déploiement de la couverture numérique et du haut débit sur l'ensemble du territoire régional.

III. La montée en compétences des jeunes, des salariés permanents ou saisonniers

afin de répondre à la demande des entreprises notamment en termes d'accueil et d'innovation dans les métiers du tourisme, de l'animation et de la jeunesse et sports, dans le cadre du programme FORME en lien avec le PRF, dans les lycées professionnels, Campus d'excellence, CFA, GRETA, AFPA et les structures de l'ESS.

IV. La promotion de l'innovation sociale et organisationnelle en entreprise

afin de contribuer à l'emploi et fidéliser les salariés en lien avec les territoires à travers :

- La valorisation de la RSE qui constitue un levier d'innovation
- La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences et la validation des acquis de l'expérience
- L'amélioration des conditions de travail des salariés du secteur en facilitant notamment leur déroulé de carrière à travers le transfert de compétences

des salariés d'une entreprise à l'autre et la sécurisation des parcours professionnels pour contribuer à la dessaisonalisation des emplois

- La qualité de vie des saisonniers (logement, santé, etc....) conformément à la législation en vigueur en s'appuyant sur une fédération des acteurs institutionnels et du monde de l'entreprise.

V. Le déploiement de l'innovation environnementale au service d'un tourisme responsable

par :

- La valorisation des offres touristiques éco responsables innovantes en s'appuyant sur la pratique des parcs régionaux et les structures de l'ESS dans le cadre du tourisme de pleine nature
- L'évaluation des impacts des nouvelles offres et manifestations touristiques sur l'environnement et sur leur niveau d'acceptabilité, en vue de contribuer à un tourisme pérenne sur le territoire régional.

VI. Le suivi et l'évaluation de l'innovation touristique sur le territoire

à travers :

- Un dispositif de veille dans le cadre du programme PILOTE pour rendre plus visible les démarches et dispositifs d'innovation touristique en région et des indicateurs de résultats en termes de retombées sur le territoire régional notamment en termes d'emplois
- L'association du CESER au suivi du programme NEXT.

Conclusion

Les territoires doivent être bénéficiaires de cette innovation touristique. C'est le rôle de la Région d'impulser cette dynamique en fédérant l'ensemble des acteurs et en accompagnant les entreprises par un fonds régional d'investissement dédié. Cependant, le développement de l'attractivité de la région à travers le soutien à l'innovation, doit se faire dans une approche raisonnée. C'est pourquoi, le CESER considère que les innovations sociales, environnementales et organisationnelles doivent être particulièrement encouragées et soutenues dans l'évolution du SRDT au sein du programme NEXT.

Auditions et remerciements

Le Président tient à exprimer ses remerciements à tous les partenaires ou organismes qui ont accepté de répondre aux questions du CESER, et qui par leur contribution, ont éclairé notre réflexion.

- ALLANTAZ Marie, Directrice générale de l'ESCAET (Aix)
- ALLEMAND Laëtitia, Conseillère du CESER, Propriétaire viticole
- AUDONNET Fabienne, Cheffe de service adjointe Attractivité et Tourisme du Conseil régional
- BARBIER Nathalie, Présidente de la Commission Paritaire Interprofessionnelle Départementale (CPID 05)
- BRAZEILLES Philippe, Directeur de l'Appui aux Entreprises à la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille-Provence
- CHOVELON Loïc, Directeur Général/CEO CRT DMO PACA
- DAIGNEAUX Marie, représentant la Start-Up GEOVINA
- DISPA Marianne, Chargée de mission Inter parcs
- DORE Eric, Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur
- GLISIC Slavica, Directrice du village vacances «Lou Riou» Saint-Tropez
- HARBETREAU Emmanuel, Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur
- JACQUIER Daniel, Président du groupe de travail GT@Logement des saisonniers au sein du Comité Régional Action Logement (CRAL) de Rhône-Alpes
- LAFARGUE Amaud, représentant de l'UMIH 13
- LE SANT Valérie, Chambre Régionale des Métiers
- MANASSERO Philippe, Président du Comité Départemental Olympique des Alpes-Maritimes (CDOS) et représentant le cluster Sport Tourisme
- MERDY Patrick, Chargé d'ingénierie Commerce et Tourisme à la CCIR, Direction du développement des filières stratégiques
- ORTEGA Thierry, Responsable Association «Un fauteuil à la mer» sur le Tourisme/innovation/handicap
- SAIANI Julien, Directeur de l'entreprise Gwiido
- SERNA Christophe, Directeur général, Délégué et associé de Voyage Privé
- VITI Florence, Directrice adjointe de l'Agence de Développement des Alpes-de-Haute-Provence (AD 04)

Glossaires

- ADT : Agence de Développement Touristique
- CDOS : Comité Départemental Olympique des Alpes-Maritimes
- CFA : Centre de Formation d'Apprentis
- CPID : Commission Paritaire Interprofessionnelle Départementale
- CRAL : Comité Régional Action Logement
- CRT : Comité Régional du Tourisme
- ESCAET : Ecole Supérieure de Commerce et d'Administration des Entreprises du Tourisme
- ESS : Economie Sociale et Solidaire
- FIER : Fonds d'Investissement pour les Entreprises de la Région
- FORME : Formation et Emploi
- GPECT : Gestion Prévisionnelle Territoriale des Emplois et des Compétences
- NEXT : Nouvelles Expériences Touristiques
- OIR : Opérations d'Intérêt Régional
- OT : Office du Tourisme
- PRF : Programme Régional de Formation
- RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises
- SRADDET : Schéma Régional d'Aménagement, de Développement Durable et d'Egalité des Territoires
- SRDT : Schéma Régional de Développement Touristique
- TPE : Très petites entreprises
- UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie

Explications de vote

1^{er} Collège

Georges BARONI
Régis BOUCHACOURT

2^{ème} Collège

Patrick PROST
Samantha SAUGERA

3^{ème} et 4^{ème} Collèges

Paul NICOLAI

Intervention de Georges BARONI au nom du 1^{er} Collège (groupe agriculture)

Le tourisme est un point d'appui essentiel pour le développement de l'économie agricole. Il faudrait accompagner de manière coordonnée Tourisme et Agriculture, avec des mesures incitatives, pour faciliter l'attractivité entre les zones littorales à forte populations touristiques et les zones agricoles des territoires de l'intérieur de la Région Sud.

L'exemple de « la route des vins » ou de « la route des arts et gourmandises » pourrait être appliqué à d'autres productions emblématiques en associant l'artisanat pour assurer une dynamique plus importante.

L'agriculture grâce à ses salons, foires, marchés paysans, routes des produits permet certes de booster notre économie agricole mais aussi d'attirer des touristes proches de la nature en recherche d'authenticité et de qualité.

Cela permet aussi de rendre attractif des territoires un peu oubliés.

Le groupe agriculture insiste sur la nécessité de rapprocher plus fortement agriculture, artisanat et tourisme.

Intervention de Régis BOUCHACOURT au nom du 1^{er} Collège

Si nous rejoignons globalement les constats évidents et préconisations qui découlent de l'avis, nous pouvons regretter que ces dernières ne soient finalement que la simple validation linéaire des actions déjà entreprises par la Région et ne soient ni plus pugnaces, ni plus concrètes et opérationnelles.

Elles auraient pu s'appuyer davantage sur les retours pragmatiques et riches des entrepreneurs auditionnés. On pourra citer notamment et à simple valeur d'exemple, le soutien plus concret et opérationnel à une école du tourisme régionale, aujourd'hui référence nationale limitée dans son développement et ses conditions de travail par des problèmes de locaux, l'accompagnement plus intensif des jeunes pousses incubés, ou encore la valorisation de la transition écologique des ports et navires conduite par des entreprises ou institutions locales notamment.

Nous regrettons qu'au moment où le marketing touristique se tourne davantage vers la notion de séjour « expérientiel », riche de sens, de partages et d'échanges, aucune recommandation ne soit faite dans le sens de sa prise en compte et de son développement. Pourtant, à l'évidence, cela permettrait de lier davantage les différents territoires qui font toute la richesse de la région, notamment en développant les liaisons entre « littoral », « arrière-pays » et leurs thématiques respectives.

Enfin nous précisons que si, à l'évidence, le tourisme doit-être maîtrisé, raisonné, intégré, non massif, limitant pour les ressortissants le sentiment très subjectif de

déverser « des hordes » sur des territoires spécifiques finalement assez limités, il n'en reste pas moins que son impact bénéfique en terme d'emploi, par nature non délocalisable, directs et indirects, et de retombées économiques là encore directes et indirectes, ne pourra perdurer qu'avec un effet volume important que l'on ne peut nier.

C'est donc bien son optimisation et sa régulation par les opérateurs touristiques et les collectivités territoriales qu'il convient de fédérer, qui importent d'avantage que la seule tentation d'une limitation arbitraire.

L'avis prenant partiellement en compte ces éléments nous le voterons

Intervention de Patrick PROST au nom du 2^{ème} Collège (CFDT)

La CFDT salue le travail de la commission sur l'innovation touristique

Les salariés n'ont pas été oubliés, chapitre 3 et 4, leurs conditions de travail et leur formation.

Néanmoins plusieurs questions restent en suspens

- pluriactivité au travers de son développement par une incitation à la mise en place dynamique des groupements employeurs. Il faut permettre une plus grande employabilité tout en luttant contre les contrats précaires et de petite durée.

- le logement des saisonniers en effet la loi Montagne trace des pistes ; celles-ci pourraient être transposées dans la loi Littoral. La CFDT demande l'implication de la région pour ce faire.

- Les entreprises sous-traitantes ne sont pas suffisamment prises en compte dans l'avis ; les salariés des secteurs propreté, sécurité et gardiennage, plate-forme téléphonique, etc,.. sont trop souvent précaires.

Ces remarques faites, la CFDT votera l'avis du CESER.

Intervention de Samantha SAUGERA au nom du 2^{ème} Collège (CGT, FSU, Solidaires)

Si 35 000 à 40 000 entreprises affirment innover dans le tourisme en France, seulement 6 % des innovations mises en avant relèvent de l'innovation sociale et du tourisme durable. C'est bien peu au regard des enjeux.

Pourtant, il est aujourd'hui largement admis que l'innovation sociale est complémentaire de l'innovation technologique et que les deux sont indissociables dans un contexte marqué par les difficultés socio-économiques que nous connaissons.

L'innovation ne peut avoir pour seule finalité la recherche du plus grand profit. Les innovations sociales « mieux disantes », respectant les règles du droit commun, doivent permettre d'apporter des réponses aux besoins sociaux tels que l'amélioration des

conditions de vie, le développement de l'emploi dans les territoires, la lutte contre les inégalités, les exclusions, les discriminations, la réduction de la précarité sociale, économique, etc...

Les entreprises du tourisme sont directement concernées par ces enjeux dans un pays où, chaque année, plus de 40% des personnes vivant en France ne partent pas en vacances pour des raisons financières. Il est indéniable que les vacances jouent un rôle majeur sur la qualité de vie, les relations familiales et en faveur du renouvellement de la force de travail ... Ne pas partir est un marqueur d'exclusion et d'amplification du mal être au travail. La conquête de nouvelles clientèles recherchée par la Région devrait porter en priorité sur l'accès de tous aux vacances et aux loisirs.

Les entreprises du tourisme social, en lien avec les activités sociales conduites par les CSE dans les entreprises, ont un rôle essentiel à jouer dans ce domaine et doivent être soutenues. Il aurait été judicieux d'aborder cette question dans l'avis qui nous est soumis aujourd'hui.

Les entreprises du tourisme sont également concernées par la problématique de la précarité. Vectrices d'emplois saisonniers (entre 70 et 75% des recrutements du secteur), précaires, souvent mal rémunérées, elles sont sources de multiples difficultés pour les travailleurs du tourisme confrontés au mal-logement, à un moindre accès à la formation, aux soins, à la prévention, au travail dissimulé par les employeurs, etc...

Aucun tourisme durable ne sera possible sans une volonté des acteurs du secteur et des territoires concernés de conduire des actions innovantes permettant de mettre un terme à cette précarité, d'améliorer l'accès à la formation, au logement, à la santé pour les personnes concernées. Des expérimentations ont été portées dans plusieurs territoires de la Région. Elles doivent être évaluées et étendues.

Enfin, nous ne pouvons pas faire l'impasse sur les conséquences de certaines innovations technologiques qui aboutissent aujourd'hui à une déstructuration du secteur à travers l'ubérisation des pratiques liées notamment au développement des plateformes de réservation de type Booking ou Airbnb. Outre les conséquences directes sur les entreprises du secteur (difficultés économiques pouvant aller jusqu'à la faillite) et sur l'emploi, elles peuvent déboucher sur une précarisation accrue et une paupérisation des acteurs. Ainsi, des innovations qui dans un premier temps sont présentées et ressenties comme susceptible d'offrir de meilleures prestations aux clients aboutissent in fine à tirer vers le bas et à fragiliser un secteur entier de l'économie.

Il est regrettable que ce sujet ne soit pas abordé dans l'avis.

Au vu de ces remarques, les groupes CGT, FSU et Solidaires ne peuvent voter l'avis et en conséquence s'abstiendront.

Intervention de Paul NICOLAI au nom du 3^{ème} et 4^{ème} Collèges

Eh oui ! L'innovation touristique doit être un levier au service du tourisme durable. Mais, elle doit se faire dans le respect de notre environnement naturel comme sociétal. Il faut rassembler et ne pas opposer, innover c'est imaginer des nouvelles solutions.

Inciter les acteurs du tourisme à proposer des innovations exemplaires favorisant le développement économique, social et environnemental du territoire régional.

L'innovation touristique est une nécessité, compte tenu de la très forte concurrence à laquelle sont confrontés les acteurs du territoire.

Proposer une offre responsable c'est :

- Développer des filières touristiques engagées dans la réduction de l'impact environnemental
- Mieux gérer les flux touristiques dans le temps et dans l'espace dans une région la plus touchée par le tourisme de masse
- Placer les résidents de la région au cœur de la dynamique de développement
- Aider les touristes à sortir de l'archaïque rôle de consommateurs pour s'affirmer en CONSOM'Acteurs

Les 3^{ème} et 4^{ème} collèges voteront l'avis.



27, Place Jules Guesde - CS 80255 - 13235 Marseille Cedex 02
Téléphone : 04 91 57 53 00
e.mail : ceser@maregionsud.fr
Site web: www.ceserpaca.fr
Site Newsletter : ceser@regionpaca.com