

Bilan de la manifestation

Journée internationale du m-Tourisme 2015



Soutenue par :



DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES



Région
PACA

Sommaire

La Journée m-Tourisme	3
Chiffres clés	4
Programme de la Journée	5
Projets présentés	6
Intervenants	11
Projets et intervenants depuis Palma de Majorque	17
Organisateurs	18
Précédentes éditions	19
Revue de presse	23

La Journée m-Tourisme

Big data dans le Tourisme : Telecom Valley montre la voie

Au cœur du Mois du Numérique Azuréen, la 5ème Journée m-Tourisme de Telecom Valley, animée par Jean-Bernard TITZ CEO de Dev-Help, a rassemblé, le 13 octobre à Nice, près de 100 professionnels, autour d'experts internationaux du Big data et du tourisme. Treize interventions et un livre blanc "Big data for Tourism" ont permis de mieux appréhender un phénomène devenu un enjeu incontournable à maîtriser pour toute une industrie.

Après une matinée dédiée aux retours d'expériences de projets "Big data et tourisme" d'entreprises européennes (Espagne, Pays Bas, France, etc.), dont plusieurs interventions en direct de Palma de Majorque, l'après-midi a été marquée par trois temps forts :

- la table ronde de **regards croisés d'experts du Big data** (Milanamos, TM Forum, et le groupe Big Data du Pôle SCS), **de l'industrie touristique** (Amadeus et l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie 06) et **des pouvoirs publics** (le service économie numérique de la Direction Générale des Entreprises) a suscité de nombreux échanges avec les participants;
- **l'intervention pointue de trois géants du numérique** dans le secteur du tourisme, Orange, Amadeus et IBM
- la présentation du dernier **livre blanc** en date de la commission m-Tourisme de Telecom Valley intitulé "**Big data for Tourism**". A destination des professionnels du tourisme, celui-ci vise à vulgariser le concept de Big data, démontrer les potentialités de production et d'utilisation des données, et considérer les problématiques techniques de stockage et de mise en application d'une stratégie Big data. En cours de finalisation, il sera librement téléchargeable sur le site web de Telecom Valley très prochainement.

Plus de détails sur les intervenants de la Journée m-Tourisme 2015 : www.m-tourism-day.eu/ / <http://bit.ly/1MphJLD>

Quelques chiffres clés :

18 intervenants dont

4 intervenants espagnols (depuis Palma de Majorque)

150 inscrits

7 heures de conférences

Multiplés publications presse

Réseaux sociaux (Facebook et Twitter) :

386 followers

186 Tweets publiés par le compte @BigData_Tourism

75 mentions du hashtag #mTourismDay

5e édition

Programme de la Journée

9:30 -11:00 Présentation de projets depuis Palma de Majorque :

Big Data & Tourism, EurekaTourism+ par Elena Villa

Big Data Analysis of Human Mobility, par Maxi San Miguel

Big Data and Smart Destinations, par Tomeu Cresp

Big Data for Decision Making in Travel and Tourism industries, par Miguel Payeras

- 11:00 -11:30 **Système d'information touristique interrégional**, par Laurent Greffeuille
- 11:30 -12:00 **TourInflux**, par François-Régis Chaumartin
- 12:00 -12:30 **ForwardKeys**, par Patrick Vece et Sébastien Cron
- 12:30- 14:00 Buffet & **Animation : Casque Homido pour le tourisme**, par Georges Fritsch
- 14:00 -15:00 Table ronde : **“Big Data, the next opportunity for Tourism ?”** animée par Olivier Biscaye
- 15:00- 15:30 **OpenStreetMap**, par Jean-Louis Zimmerman et Alain de Borniol
- 15:30 -16:00 **Enquête nationale d'accessibilité aux Data dans le Tourisme**, par Isabelle Richard, DGE
- 16:00 -16:30 **Flux Vision**, La vision Big Data d'Orange pour le Tourisme, par Franck Lavagna
- 16:30 - 17:00 Tech tracks : **IBM**, par Michel Porta
- 17:00 - 17:30 Tech tracks : **Amadeus**, par Claude Giafferri
- 17:30 -17:45 Présentation du **Livre Blanc : Big Data for Tourism**, par Jean-Bernard Titz et Daniel Griseri

Projets présentés

Système d'information touristique interrégional

La Région, en collaboration étroite avec le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, œuvre actuellement à la refonte de son Système d'Information Touristique régional.

Cette démarche, aux forts enjeux en termes d'attractivité, de développement de services et d'open data, vise à mutualiser les données touristiques à l'échelon régional et interrégional. Elle permettra d'enrichir les données touristiques tout en favorisant leur diffusion et leur interopérabilité avec d'autres sources de données spécialisées (transport, patrimoine, parcs naturels, évènementiel...), selon un principe de gagnant-gagnant avec les départements et les offices de tourisme. Pour cela, la Région a fait le choix de rejoindre le réseau interrégional mis en place par Rhône-alpin. Afin de permettre l'accessibilité et la qualité des données sur tout le territoire, elle accompagne, d'une part, les territoires qui rejoignent ou ont déjà rejoint le réseau et s'apprête, d'autre part, à agréger les données des Départements qui ont déjà leur propre système et ne désirent pas en changer. Au sein du réseau, elle mène également un travail spécifique en matière de qualité des données et de traduction. Elle abordera, dans un deuxième temps, le thème du web sémantique. Hormis Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône Alpes, le réseau est désormais également constitué du Tarn, de l'Auvergne et de l'Île-de-France.

Présenté par Laurent Greffeuille

TourInflux

Sélectionné par le programme gouvernemental « Investissements d'Avenir », le projet TourInflux a pour objectif de fournir aux acteurs du tourisme un tableau de bord du territoire dédié à l'e-réputation du tourisme en France, pour en améliorer l'attractivité. Le but de ce projet est de collecter les expériences de touristes, qu'elles soient « macroscopiques » (des informations sur un territoire) ou « microscopiques » (des données sur un restaurant, un hôtel, etc.). Destiné aux acteurs institutionnels et privés responsables de la valorisation et de la promotion du tourisme à l'échelle régionale, nationale et internationale, le projet de R&D TourInflux va, à travers une analyse sémantique très poussée, pouvoir capter tout ce que disent les touristes, d'abord en français mais aussi en langues étrangères au sujet d'un territoire. Proxem participe à ce projet et met à profit son expertise, notamment en matière de collecte de l'information à large échelle et d'analyse d'opinion.

Présenté par François-Regis Chaumartin

ForwardKeys

ForwardKeys est un outil créé en 2008 par la société espagnole Forward Data. Il s'appuie sur des accords avec les principaux GDS (global distribution systems) et agrège leurs données sur les réservations aériennes, provenant essentiellement de 180 000 agences de voyages en ligne et traditionnelles. Ce sont près de 5 milliards de transactions annuelles qui sont collectées quotidiennement (nouvelles réservations, annulations, modifications). ForwardKeys traite l'information des réservations aller-retour en les affectant à un marché d'origine, ce qui permet d'identifier les flux par aéroport de destination. La plate-forme permet l'accès aux données en volumes (quotidiens, hebdomadaires, mensuels), et selon certains critères connus (classe de voyage, durée du séjour, etc). Le CRT Côte d'Azur exploite cette source depuis 2013 afin d'extraire les tendances sur les mois à venir par grand marché émetteur, et de soutenir ses prévisions d'évolution du flux touristique.

Présenté par Patrick Vece (CRT Riviera) & Sébastien Cron (Forwardkeys)

Table Ronde

La Table Ronde de la Journée Internationale du m-Tourisme s'est intéressé au thème de la journée : **Big Data, the next opportunity for tourism ?**

Participants :

Pierre BAUELLE	Pôle SCS
Nicolas BOREL	Amadeus
Christophe IMBERT	Milanamos
Peter LIVAUDAIS	TM Fourn
Isabelle RICHARD	Direction Générale des Entreprises
Michel TSCHANN	UMIH 06

Animateur : **Olivier Biscaye**

Vous pouvez retrouver la vidéo cette table ronde très animée en ligne sur notre chaîne YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=1HDQy1_Lj48

OpenStreetMap

Le diagnostic des environnements de la chaîne du déplacement chemin faisant : un projet d'intelligence collective centré utilisateurs. L'objectif du diagnostic des environnements est de faciliter le repérage spatial et géographique de l'ensemble des objets urbain qui contribuent à créer les

conditions d'appropriation d'itinéraires adaptés à des personnes en situation de handicap afin de leur faciliter l'accès à leurs destinations finales.

L'enjeu de l'innovation sociale est réunir un panel de différents profils de manière à créer les conditions d'une collecte d'objets référencés dans la base de donnée OpenStreetMap.

OpenStreetMap est déjà un immense creuset de milliards d'objets géographiques collectés grâce à diverses solutions permettant à chacun de participer avec sa sensibilité : technophile, photo-documentation, micro-expertise...Des expérimentations ont été mises en œuvres à grande échelle par des acteurs publics (entreprises & collectivités) susceptibles de créer un point de rupture sur nos pratiques professionnelles dessinant de nouvelles perspectives pour un Big Data crowdsourcé.

Présenté par Jean-Louis Zimmerman & Alain de Borniol

Présentation des enquêtes sur les données touristiques

Les données touristiques englobent à la fois le champ de l'offre (séjours, biens culturels, transports...) et le champ de la demande (connaissance des clientèles). Leur utilisation constitue un enjeu fondamental pour le secteur du tourisme. Les entreprises qui maîtrisent ces données sont souvent à l'origine de services ou de produits très innovants et adaptées aux besoins évolutifs des clientèles.

Pour favoriser cette création de valeur et la compétitivité de la « destination France », conformément aux orientations des assises du tourisme, les pouvoirs publics souhaitent s'appuyer sur une analyse de l'existant et des besoins des professionnels. Deux études sur les data et l'innovation sont en cours.

Un plan d'actions portant sur les maillons essentiels de la chaîne des data touristiques est également prévu (ouverture des données, avec par exemple le projet DATAtourisme ; développement des start-up et des écosystèmes ; R&D ; financement ; sans oublier de nouveaux champs statistiques).

Présenté par Isabelle Richard

Flux Vision, La vision Big Data d'Orange pour le Tourisme

Flux Vision pour le Tourisme : une nouvelle source d'indicateurs de la fréquentation touristique issue du réseau Mobile Orange Orange développe une nouvelle gamme d'indicateurs et de services d'information sur la fréquentation et la mobilité des touristes, en exploitant l'activité collectée au niveau de son infrastructure mobile, grâce à l'expertise de ses ingénieurs et au développement d'outils exclusifs d'analyse et de simulation des réseaux radio mobile. Par sa nouvelle gamme d'offre Flux Vision pour le Tourisme,

Orange propose aux acteurs professionnels privés et publics du tourisme la possibilité d'accéder à des indicateurs de mobilité agrégés et totalement anonymes. Expérimenté en partenariat avec des acteurs du tourisme dans les Alpes Maritimes et dans les Bouches du Rhône, Flux Vision pour le Tourisme donne accès à une information innovante disponible en permanence, garantie et sécurisée, sur des volumes d'échantillons très importants (> 1 millions), sans équipement à déployer.

Présenté par Franck Lavagna

IBM Watson

« Réinventer les prestations de voyage en ligne grâce à l'informatique cognitive »

Dans cette présentation, nous nous intéresserons aux nouvelles tendances de personnalisation des offres clients pour le voyage. Nous nous arrêterons dans un premier temps, sur des cas pratiques d'utilisation de l'informatique cognitive, par des fournisseurs de services de recherche et de prestations de voyage, pour redéfinir l'organisation, la personnalisation et l'achat du voyage par les consommateurs. Dans le sens de la thématique Big Data, nous communiquerons sur la solution Watson d'IBM permettant d'interpréter les demandes de voyageurs en langage naturel et gérer des informations textuelles non-structurées. Nous détaillerons comment ces technologies intègrent des volumes importants de données pour relier des destinations, des offres et des préférences à des données sociales, culturelles et économiques, et ainsi fournir des recommandations sur-mesure et personnalisées pour chaque consommateur.

Présenté par Michel Porta

Amadeus Travel Intelligence

Amadeus is a technology company dedicated to the global travel industry. The company is present in 195 countries with a worldwide team of more than 12,000 people.

Their solutions help improve the business performance of travel agencies, corporations, airlines, airports, hotels, railways and more.

As a leading industry player we operate at the intersection between technology and travel.

That means that their technology brings together key players in the travel industry enabling them to connect and come and do business together wherever they are in the world. This is what they call the travel ecosystem.

Their technology also helps customers to serve their customers, in most cases these are travellers, and also to manage their own critical IT processes.

Amadeus travel intelligence platform intent to fill the gap between information and knowledge with all the data stored forever, Big Data technologies to process data, such as Hadoop and Map Reduce and Several models to extrapolate or build decisions out of the information

An interface layer can have several forms to address different interfacing needs. Visualization capabilities are available

Several responsibilities involved: management of petabytes of data (a simple filesystem will not work), data processing jobs, business experts, math experts....

Présenté par Claude Giafferi

Intervenants

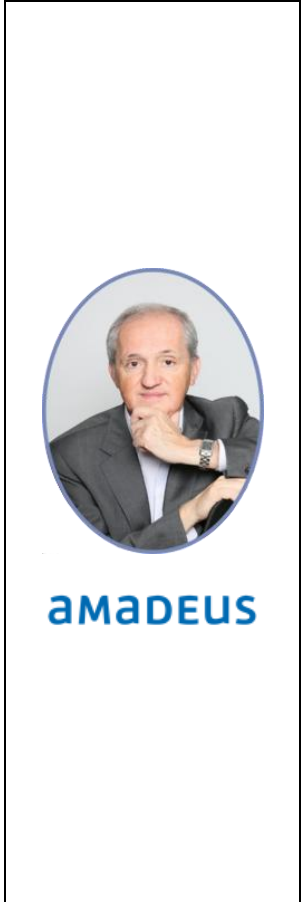
 	<p>Pierre BAUELLE</p> <p>Pierre Baudelle anime le groupe Big Data du pôle de compétitivité de PACA sur les Solutions Communicantes Sécurisées (pôle SCS) et dans ce cadre a écrit un livre blanc sur les opportunités du Big Data.</p> <p>Il est Architecte de Solutions Big data dans l'organisation Européenne de Services d'HP.</p>
	<p>Olivier Biscaye</p> <p>38 ans, journaliste, ancien directeur des rédactions du Groupe Nice-Matin, Var-Matin et Corse-Matin.</p> <p>Auteur de « Bruno Le Maire, l'insoumis » à paraître aux Editions du Moment le 15 octobre 2015.</p>
 	<p>Alain de BORNIO</p> <p>Président fondateur de l'association Accès Cible Production. Concepteur de la méthode de retours d'usages dans le cadre du programme européen FEDER Rhône-Alpes : projet « Autonomie », Porteur de projet STMicroelectronics</p> <p>Projet européen FEDER Rhône Alpes: « tourisme et handicap », station touristique Villard de Lans</p> <p>Constitution des scénarios de guidage des personnes handicapées visuelles Conseil en projet d'intelligence collective orienté utilisateurs</p>
 	<p>François-Régis CHAUMARTIN est le fondateur de Proxem, éditeur de logiciel d'analyse des Big data textuelles.</p> <p>Ingénieur en informatique (ENSIE), docteur en linguistique théorique (Université Paris 7), il a aussi suivi le cursus HEC Challenge+.</p> <p>Son double objectif est d'offrir la meilleure plate-forme de traitement sémantique du marché et de valoriser intelligemment la R&D en identifiant de nouveaux usages concrets en entreprise.</p>



Sébastien CRON

Sébastien Cron est le directeur commercial de la société d'étude de marché Forward Data SL, qu'il a rejoint en 2011 alors qu'elle n'était encore qu'une prometteuse start-up.

Il gère aujourd'hui une équipe de commerciaux basée en Espagne et à Singapour et commercialise le service d'Intelligence Marketing ForwardKeys auprès de chaînes hôtelières, de ministères et d'offices de tourisme, des différents acteurs du Travel retail. Il était auparavant analyste marketing et responsable d'une panel d'agence de voyages en France créée par l'institut d'Etudes GfK. Sébastien est géographe de formation et titulaire d'un DESS spécialisé dans l'Aménagement et Gestion des Equipements, Sites et Territoires touristiques à l'Université de Bordeaux Montaigne.



Claude GIAFFERRI – President, Amadeus Sophia-Antipolis

Claude was appointed VP, Deputy General Manager Amadeus Sophia-Antipolis in September 2011 and then President of the company as from July 01st, 2012. He previously served as VP, Global Customer IT Solutions from January 2009, with responsibility for commercial relationships with all multinational travel agencies, and also for Hotel IT activities.

In his previous role, Claude was Vice President, Managing Director Travel Office Products and Solutions, a business division created in October 2003 in charge of developing and managing the Amadeus portfolio of both products and services, providing point-of-sale solutions for all the Travel Office customers.

In August 2000, he was appointed Vice President Product Management, responsible for the medium and long term evolution of the Amadeus product range. On joining Amadeus in 1991, Claude held the position of Director, Central System Products, responsible for the definition of products related to the Amadeus Central System.

Prior to joining Amadeus, Claude was head of Commercial Affairs, Product Planning and Development, and Information Systems at Air France. He was responsible for managing the marketing of commercial applications and the GDS distribution agreements, and played an active role in coordinating the Amadeus project since its inception in 1986.

Claude graduated from the École des Mines de Paris in 1975 and followed this with a Master of Science from Stanford University in 1977.



Laurent GREFFUILLE

Une formation en en gestion des entreprises complétée par un troisième cycle en développement touristique.

Une expérience diversifiée dans le champ du développement local au sein d'une collectivité intercommunale puis dans le milieu entrepreneurial en cabinet de consultant et en chambre de commerce et enfin à l'échelle régionale en tant que chef du service tourisme de la Région Provence Alpes Côte d'Azur au sein de la direction de l'économie



Daniel GRISERI

Étudiant en marketing touristique et auto-entrepreneur dans la communication web, Daniel Griseri, en stage de fin d'études à Telecom Valley, a été en charge de l'organisation de la Journée Internationale du m-Tourisme et de la rédaction du Livre Blanc Big Data for Tourism.



Christophe IMBERT est le co-fondateur de Milanamos, une startup française spécialisée dans le big data permettant aux opérateurs de transport de passagers d'aborder la révolution multimodale qui constitue une rupture d'usage majeure. Lauréate du Concours Mondial de l'Innovation, Milanamos offre une solution intégrée de prévision de trafic aux aéroports et compagnies aériennes et développe la première solution de planification collaborative permettant de créer des hubs multimodaux rentables en facilitant la « coopération ».

Auparavant, Christophe était Partner chez Sabre Airline Solutions et a joué un rôle important dans la mise en place de SESAR (Ciel unique européen). Christophe a commencé sa carrière chez Air France et a travaillé pour des startups à Tahiti, en Suède et en Grande Bretagne. Expert reconnu en pricing et revenue management. Il enseigne à l'ESSCA (Angers) et à l'ESCEM (Poitiers).

Christophe est diplômé de l'ESCEM Business School (MBA) et de l'Institut National des Langues et Civilisations Orientales.



Ingénieur en chef des Mines, **Franck LAVAGNA** développe depuis 20 ans l'innovation au service des différentes industries au sein du groupe Orange sur des postes à Paris, San Francisco, Bruxelles et Sophia Antipolis.

En 2001, il a lancé sur le marché Belge, les premières applications mobiles multimédia sur base de WAP et de GPRS, préfigurant les usages que nous trouvons aujourd'hui sur le marché. Après 5 ans de Recherche & Développement sur l'internet des objets, il est aujourd'hui directeur des relations avec les collectivités locales pour Orange dans le département des Alpes Maritimes. A ce titre, il évangélise au quotidien l'enjeu de la mobilité et du Numérique pour l'attractivité des territoires et le développement du tourisme avec récemment des projets ayant pour but de mieux qualifier le comportement des touristes sur un territoire.



Peter LIVAUDAIS

Sr. Director of Solutions at ParStream, Peter currently leads Big Data Analytics projects in areas ranging from Telecom infrastructure to Industry4.0 and scientific research. Peter is actively involved in TMForum's big data analytics collaboration group and Catalyst program. His recent work includes a Smart City use-case focused on business travelers developed during a TMForum Action Day workshop.

Nicolas MOREL – COO, Travel Intelligence



Nicolas has spent almost all of his career in Business Intelligence (BI), starting as a consultant at Micropole-Univers, where he developed the Data Warehouse for Sagem's subsidiary SCS dedicated to mobile telephony. He then moved to Air France to lead the Revenue Data Warehouse project: a transverse BI solution with 3,000+ users in all commercial departments, ranging from central Revenue Management/Pricing to worldwide Sales in all markets.

Further to the merger with KLM, he joined the French Market Division as Key Account Manager, dealing with both private and public customers. His track records – which he fully attributes to the BI tool he had built previously! – saw him promoted as Corporate Sales Manager for the Public Sector, generating € 240 M of annual revenue. After a few years, he moved to the other side of the table by becoming the Corporate Travel Manager of SITA, where he observed a general lack of tools for travel purchasers. Having built several of them, he launched his own consultancy company, opTmo, offering other corporations to benefit from his end-to-end experience.

Finally, he joined Amadeus, first in Business Development where he led a strategic study promoting the creation of a Business Unit dedicated to BI. When the Travel Intelligence BU was officially launched in 2013, he was appointed its Chief Operating Officer, and now runs its daily business alongside the General Manager. Based in Madrid, Nicolas is a Swiss citizen who lives in Paris. He holds a Master in Mechanical Engineering and a post-graduate Master in International Project Management.



Michel PORTA est un expert architecte de solutions pour l'industrie du Transport et du Tourisme au Centre International de Solutions Métiers IBM Nice-Paris. Ce centre accompagne les clients de toutes industries au cours de leur transformation digitale autour du Cloud, de l'analytique Watson, du Mobile et du Social. Grâce à une équipe composée d'architectes de différentes industries et de spécialistes de l'intégration, les clients ont l'opportunité de découvrir au travers de nombreux prototypes la valeur professionnelle des solutions d'IBM. Ils peuvent ainsi valider de nouveaux usages et processus et en évaluer les bénéfices pour leurs activités.

Grâce à un « Agile Lab », le centre est aussi en capacité de réaliser des « Proof Of Concept » et de proposer des projets pilotes personnalisés en support des engagements clients.

Michel Porta est diplômé de l'Université de Nice et a occupé de multiples postes depuis son intégration chez IBM en 1981 au Centre d'Etudes et Recherches d'IBM à La Gaude. Son spectre de compétences englobe le développement de produits réseaux, de solutions de télécommunication, de design de projets d'applications vocales et multimédia, dans des rôles variés de spécialiste IT, développeur, architecte et support technique avant vente.

Depuis 2008, Michel Porta s'est concentré sur l'industrie du Transport et du Tourisme et a participé à de nombreux projets en Europe et au Moyen-Orient dans les différents segments du transport aérien et ferroviaire, de la logistique et des produits et services associés comme l'hôtellerie, le e-travel et les tours opérateurs.



Isabelle RICHARD

Administratrice civile au Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, Isabelle Richard a occupé plusieurs postes notamment à la Direction générale du Trésor (gestion de la trésorerie de l'Etat; chargée de mission « entreprises publiques »); chef du bureau des questions financières outre-mer; rapporteur au comité interministériel de restructuration industrielle) avec comme « fil rouge » le suivi des politiques publiques et le contact avec les entreprises. Isabelle Richard est depuis juillet 2012 l'adjointe de la Sous-directrice en charge du tourisme à la Direction générale des entreprises (DGE), qui compte 43 agents et travaille en lien avec les services de l'Etat en région. Isabelle Richard y est plus particulièrement chargée des questions d'innovation et de numérique. Les actions de la DGE visent à utiliser au mieux les outils nationaux au profit du secteur du tourisme mais aussi à promouvoir des actions spécifiques destinées aux professionnels concernés.



Jean-Bernard TITZ

After 21 years in various position in IBM, from IT specialist to Branch manager and Associated Partner in Business Consulting, I have founded my own Consulting Office. My goals are to accompany SMEs or medium Groups in their Economic and Commercial growth.

Member of the board in several ICT associations I can provide a wide range of commercial contact or technological partnerships. The global organisation of Tourism@ Awards 2008 (500 B to B participants) and the 5 following m-Tourism days gave me the great opportunity to conciliate ICT innovation and Tourism industry at an international level.

Specialties: Business development, partnerships, ICT, companies governance, French competitiveness clusters, Tourism, European projects, Eureka Tourism+.



Michel TSCHANN

Conseiller de la succursale de la Banque de France

Membre du Comité Régional au Tourisme Cote d'azur

Membre du comité de direction Office du tourisme et des congrès Nice
Membre de l'UPE 06

Membre élu de la CCI Alpes Maritimes (2011-2015) et de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie.

Président syndicat des hôteliers Nice Côte d'Azur



Patrick VECE

Patrick VECE dirige l'Observatoire du tourisme de la Côte d'Azur, un pôle du CRT Côte d'Azur. Il a développé le système de statistiques du tourisme « (SST) « Touriscope », basé sur une méthode permettant la mesure des flux touristiques par l'exploitation croisée, la réconciliation et la mise en cohérence des sources d'information. Il participe au groupe de travail de UNWTO sur les comptes régionaux du tourisme et collabore avec la revue Espaces en tant qu'auteur. L'Observatoire du tourisme de la Côte d'Azur a été associé dès 2012 aux tests préalables au lancement du produit Flux Vision d'Orange. Il a été le premier utilisateur de la base de données ForwardKeys en France métropolitaine.





Jean-Louis ZIMMERMANN

Chef de projet innovation & accessibilité pour la CCPRO (communauté de communes en Vaucluse).

Administrateur OpenStreetMap France & Référent national sur la question de l'accessibilité handicapés en cabinet d'urbanisme puis en collectivités locales : communauté de communes, communautés d'agglomération.

Missions : urbanisme, développement local, développement économique, accessibilité handicapés, communication, observatoires et prospective, transport et aujourd'hui innovation appliquée aux territoires.

Projets et intervenants depuis Palma de Majorque

	<p>Big Data and Tourism - Introduction of topic and speakers from <i>Mrs Elena Villa, CEO of Turistec</i></p> <p>Elena Villa is the CEO of Turistec, the international cluster of ICT & Tourism. Turistec groups more than 50 IT companies that develop business solutions for the travel & tourism industries, from airport management software to cloud-based solutions of big data analysis for hoteliers and destinations.</p> <p>« Big Data & Tourism » presentation will provide an overview on the topic. Turistec has a wide experience as key technology provider of the travel & tourism industries in Spain, the Mediterranean, Europe and South America.</p>
	<p>Big Data Analysis of Human Mobility From <i>Maxi San Miguel, University of the Balearic Islands and Managing Director of IFISC</i></p> <p>Maxi San Miguel is Professor of Physics at the University of the Balearic Islands (UIB) (since 1986) and Director of IFISC (Institute for Cross-Disciplinary Physics and Complex Systems, joint Institute of UIB and CSIC, the Spanish National Research Council), Palma de Mallorca</p> <p>« Big Data: Analysis of Human Mobility » will present a scientific approach to the analysis of human mobility and how a tourism business can use and understand this data.</p>
	<p>Big Data and Smart Destinations From <i>Tomeu Crespí, Smart Office Palma de Mallorca Town Hall</i></p> <p>Tomeu Crespí, Bachelor's Degree in Industrial Organization Engineering, he's a Project Manager. He's also the author of the book « From nothing to smart », about the design and development of smart cities and destinations.</p> <p>« Big Data & Smart Destinations » will present the experience of the deployment of the smart strategy of Palma de Mallorca and how the data generated by a smart destination is processed and analyzed.</p>
	<p>Big Data for Decision Making in Travel and Tourism industries From <i>Miguel Payeras, Managing Director of Balears.t cluster for Technological Innovation of Tourism of the Balearic Islands</i></p> <p>Miguel Payeras, Industrial Engineer, has been CEO for Asia & Pacific of Melia Hotels International. Now he's the CEO of the Cluster of Tourism Innovation of the Balearic Islands, one of the leading innovation organizations for the travel & tourism industries.</p> <p>« Big Data for Decision Making in the travel & Tourism Industries » sets the strategic view and planning of the core statistics and data needed to make decisions in the value chain of tourism business.</p>

Organisateurs

Cette Journée internationale du m-Tourisme a été organisée en partenariat entre les clusters Baleares.T et Turistec (pôles d'innovation TIC et Tourisme basés à Palma de Majorque), le cabinet Dev-Help et Telecom Valley.

À propos de Telecom Valley :

Forte de 150 adhérents, représentant 14 000 salariés, Telecom Valley anime depuis 24 ans l'écosystème du numérique Azuréen.

L'association est structurée en commissions thématiques et projets, pilotés par des bénévoles qui fédèrent les communautés m-Tourisme, Open source, Emploi et Formation, Entrepreneuriat étudiant (Challenge Jeunes Pousses), Innovation, Agilité-Qualité, Cloud et sécurité de l'information, Prototypage rapide, vulgarisation scientifique et technique (FabLab).

À propos de Baleares.t :

Baleares.t est un regroupement d'entreprises innovantes, inscrit au Registre Spécial du Ministère de l'Industrie, de l'Energie et du Tourisme espagnol, jouant un rôle de catalyseur de la transformation touristique à travers l'innovation et la technologie.

À propos de Turistec :

Turistec est un cluster d'entreprises et d'institutions dédiées à la production et l'intégration de solutions technologiques pour le secteur du tourisme. Basé sur les Iles Baléares, Turistec réunit un savoir-faire équivalent à plus de sept années d'expérience dans le développement et l'amélioration des destinations touristiques grâce à un large portefeuille de clients importants dans l'hôtellerie, le transport aérien et maritime, le tourisme (culturel et de loisirs), d'agences de voyages soit pratiquement la totalité de la chaîne de valeur de l'industrie.

A propos de Dev-Help :

Dev-Help accompagne les entreprises depuis leur stade de création jusqu'à leur développement à l'international.

Spécialisés dans le soutien aux PME innovantes, Dev-Help a développé des compétences fortes dans le montage de partenariats technologiques ou financiers.

Mais les principaux financeurs des entreprises étant leurs clients satisfaits, nous mettons nos 25 ans d'expérience commerciale à leur disposition pour diagnostiquer et/ou mettre en œuvre les divers éléments de leur stratégie commerciale (Business Model, Business Plan, CRM, accès aux marchés, partenariats)

Précédentes éditions

Journée m-Tourisme 2014 : **TIC et Tourisme côtier pour tous en Euro-méditerranée**



14 octobre 2014 – Théâtre de la Photographie et de l'Image, Nice

Mardi 14 octobre au Théâtre de la Photographie et de l'Image de Nice, au cœur de la Quinzaine de l'Economie Numérique en PACA, Telecom Valley a accueilli plus de 80 professionnels et étudiants lors de sa **4ème Journée internationale « TIC et Tourisme Côtier pour Tous en Euro-Méditerranée »**. Le thème axé sur deux dimensions du Tourisme « **Côtier** » et « **pour Tous** », a mis en lumière plusieurs enjeux actuels du Tourisme en Euro-Méditerranée : la promotion d'un tourisme qui s'établit au-delà de la frange côtière (haut et moyen pays) et d'un tourisme accessible à toute population (personnes en situation de handicap, familles, personnes âgées, etc). Les personnalités invitées ont confronté leurs visions et leurs réalisations avec le public : tantôt Institutionnels ayant pour mission de promouvoir un territoire (CRT Riviera Côte d'Azur, CCI Nice Côte d'Azur, NECstour), tantôt entreprises du Numérique, développant des solutions liées aux nouveaux usages touristiques.

Celles-ci ont bien compris les enjeux du « Tourisme côtier pour Tous », plusieurs d'entre elles, issues des quatre coins de l'Euro-Méditerranée, ont mis en œuvre avec succès des solutions numériques pour y répondre.

A la mi-journée, Jean-Bernard TITZ, Président de Telecom Valley et animateur de la commission m-Tourisme, a annoncé **la sortie du dernier livre blanc de la commission. Portant sur le sujet « Tourisme, TIC et Handicap », il est le fruit d'une réflexion collective, impliquant de nombreux bénévoles, experts du Tourisme, des TIC, du Droit et de la Silver Economy***.

Après la table-ronde « regards des institutionnels sur le Tourisme côtier pour Tous », trois responsables de projets de coopération européenne I-PERLA (Italie), EARTH (France) et EUREKA TOURISM (Espagne) ont présenté ces programmes et montré le poids du Tourisme Côtier dans les projets européens.

* *Silver Economy : Economie des produits et services destinés aux séniors.*

Journée m-Tourisme 2013 : **Smart Tourism et TIC en euro-méditerranée**



15 octobre 2013 – Parc Phoenix, Nice

Mardi 15 octobre 2013 à Nice, Telecom Valley a accueilli plus de 110 professionnels et étudiants du Tourisme et des TIC lors sa **3ème Journée internationale autour du « Smart Tourism en Euro-Méditerranée »**. Evoquant le concept « **Smart City** » appliqué au Tourisme, le « **Smart Tourism** » est un **thème plus qu'actuel, mais néanmoins complexe**. L'enjeu de cette journée de conférences était d'éclairer les professionnels du secteur sur cette nouvelle dimension du Tourisme. Les personnalités invitées ont apporté leurs visions ; tantôt Institutionnels ayant pour mission de promouvoir un territoire, tantôt entreprises du Numérique, développant des solutions liées aux nouveaux usages touristiques.

Florence Barale, Conseillère Métropolitaine Nice Côte d'Azur, déléguée à l'Innovation à la Ville de Nice, Gilles Pons, Direction du tourisme au Conseil Régional PACA et Christian Delom, Directeur de la Stratégie de l'Observation et des Nouvelles Technologies d'ATOOUT France, ont ainsi interpellé le public sur la nécessité de rester compétitif en agissant de façon convergente grâce à l'utilisation des TIC pour mieux anticiper et mieux répondre aux besoins du touriste.

Les entreprises du Numérique, ont bien compris ce nouvel enjeu du « Smart Tourism », à l'instar de Sylvie Spalmacin-Roma, Vice-Président Smarter Cities IBM Europe et Hervé Courturier, Vice-President Research & Development Amadeus, intervenants de la **table-ronde de clôture « Regards croisés sur le Smart Tourism »**. Les travaux actuels sur le Big Data réalisés par Amadeus ou sur la prédictibilité des événements, côté IBM, favorisent sensiblement l'amélioration de l'expérience du touriste. Ils permettent à l'offreur de solutions touristiques de mieux connaître les intérêts et aspirations du touriste tout en lui évitant certaines contraintes (attente aux douanes, transports, etc.).

Sept exemples concrets de projets « Smart Tourism » mis en place (ou en cours) sur le territoire euro-méditerranéens ont permis d'appuyer ces échanges sur le sujet.

Journée m-Tourisme 2012 :
Open Data, TIC et Tourisme en Euro-méditerranée



16 octobre 2012 – Citadelle Ste Elme, Villefranche sur mer

Après le **Tourisme durable en Euro-méditerranée, l'Open Data associé aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le secteur du Tourisme**. Une thématique doublement abordée par l'Association Telecom Valley qui a organisé le 16 octobre 2012 à Villefranche-sur-Mer la seconde Journée m-Tourisme, en clôture de laquelle, **le livre blanc intitulé « Open Data, TIC et Tourisme » a été remis aux intervenants nationaux et internationaux, et rendu public**. Open Data, TIC et Tourisme, une équation gagnante ?

L'Open Data, tout le monde en parle. Dans le monde depuis plusieurs années, en Europe et en France plus récemment, l'heure est à la libération des données (publiques ou privées). Miracle ou pertinence économique, **l'Open Data semble constituer une opportunité de création de valeur grâce la réutilisation de ces fameuses données ouvertes**. Comment, pour qui et à quelles fins ? Et quid de son utilité pour le secteur du Tourisme ?

Cette journée de conférences et table ronde rassemble quelques uns des nombreux experts euro-méditerranéens de l'Open Data, des TIC, du Tourisme et des dispositifs de projets européens. Après la démystification, l'expérimentation et l'échange. *« L'objectif de cette journée est de montrer l'impact de l'Open Data sur l'industrie du Tourisme et de mettre en exergue comment les TIC peuvent contribuer à son développement et ce, sur l'ensemble du territoire euro-méditerranéen »*, indique Jean-Bernard TITZ, responsable de la Commission m-Tourisme.

Italiens, Espagnols, Belges, Français et Polonais sont venus **témoigner de leurs expériences sur des projets TIC et Tourisme ayant recours à l'Open Data**. Puis, les représentants de nos collectivités régionales et nationales ont partagé leurs visions et démarches Open data mises en œuvre, avec en particulier, la présentation du Portail d'ouverture des données de la Région PACA. Enfin les projets euro-méditerranéens HOMER et ODYSSEA ont été mis en lumière à l'occasion d'une présentation détaillée de chacun des projets.

Journée m-Tourisme 2011 :
Tourisme durable et TIC en Euro-méditerranée



22 novembre 2011 – SKEMA Business School, Sophia Antipolis

Les actions de Telecom Valley en matière de tourisme doivent permettre de capitaliser sur nos forces et maintenir notre avantage compétitif tout en mettant en avant notre territoire et nos entreprises qui le constituent. Aussi, la Commission m-Tourisme de Telecom Valley a lancé le mardi 22 novembre 2011, à SKEMA, **une journée de conférences, table-ronde et rendez-vous one-to-one, sur le thème : « Tourisme durable et TIC en Euro-méditerranée »**

Cette journée m-Tourisme s'est déroulée en 4 temps forts :

- **Retours d'expériences sur des projets innovants utilisant les TIC au service du tourisme durable** et mis en place sur le territoire euro-méditerranéen (France, Italie, Grèce, Roumanie, Espagne, Jordanie, Egypte, Tunisie, Serbie).
- **Présentation de la DGCIS** sur « Les perspectives et enjeux du m-Tourisme ». Présentation de l'étude ANR « Futouraumed » par la Fondation Sophia Antipolis.
- **Table ronde sur les projets collaboratifs dans le m-Tourisme qui réunit les grands acteurs de ces projets en Europe** : la Fondation Sophia Antipolis, Necstour, Eureka Tourism, le Conseil Général des Alpes-Maritimes et Interreg- Alcotra.
- **Rendez-vous one-to-one**

Les objectifs de cette journée étaient de **faire naître sur Sophia Antipolis un événement permettant de renforcer l'image de la technopôle comme leader « TIC et tourisme » en Euro-méditerranée et de valoriser les compétences des entreprises de notre territoire.**

Les publics visés étaient les professionnels du Tourisme et des TIC (Offices du Tourisme, hôteliers, entreprises TIC, etc.). La Fondation Sophia Antipolis, Skema Business School, Le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur et Dev-Help nous ont accompagnés sur cette première édition.

Revue de presse

- **SophiaMag** : Telecom Valley se penche sur le Big Data appliqué au Tourisme (*Décembre 2015*)
- **WebTimeMedias** : Telecom Valley fait la promotion du Big Data appliqué au tourisme (*24/10/2015*)
- **MediaTIC Info** : Big Data dans le Tourisme : Telecom Valley montre la voie avec un livre blanc (*20/10/2015*)
- **La Tribune Bulletin Côte d'Azur** :
Big Data pour vous servir (*16/10/2015*)
- **Nice-Matin** :
Une journée internationale du m-tourisme (*09/10/2015*)
- **WebTimeMedias** : Le Big Data thème central de la journée m-tourisme (*09/10/2015*)
- **MediaTIC info** : Le Big Data au centre de la 5^{ème} Journée m-Tourisme (*08/10/2015*)
- **Centre Universitaire Méditerranéen** : Telecom Valley – 5^{ème} Journée internationale m-tourisme sur le thème du Big Data (*6 octobre 2015*)
- **PACA Ecobiz** : 5^{ème} Journée internationale du m-Tourisme : Big Data, the next opportunity for tourism? (*01/10/2015*)
- **Tribune Bulletin Côte d'Azur** : Big Data, l'assurance touristes ? (*18/09/2015*)
- **Event in Riviera** : Journée Internationale du m-Tourisme 2015 (*09/09/2015*)
- **MediaTIC Info** : Telecom Valley : Appel à projets dans le cadre de la prochaine Journée m-Tourisme (*23/08/2015*)
- **Tribune Bulletin Côte d'Azur** : Du Big Data pour optimiser l'industrie du tourisme (*29/05/2015*)

SophiaMag :
(Décembre 2015)

Telecom Valley se penche sur le Big Data appliqué au tourisme



Michel Porta indiquant comment IBM révolutionne le voyage en ligne grâce à l'informatique cognitive

Temps fort du Mois du Numérique Azuréen 2015, la journée m-Tourisme, organisée par Telecom Valley le 13 octobre à Nice, était consacrée au Big Data et à ses applications dans le secteur du tourisme. Aujourd'hui, de plus en plus de données sont disponibles, mais l'important est de bien pouvoir les structurer afin de pouvoir les utiliser de manière efficace. De nombreuses entreprises s'attachent à le faire, ce qui ouvre de réelles opportunités de développement aux acteurs du tourisme.

Le Big Data constitue-t-il la prochaine opportunité pour le tourisme ? Tel était le thème central de la journée m-Tourisme organisée cette année par Telecom Valley. Un événement d'envergure internationale réunissant aussi bien des acteurs majeurs du monde des Technologies de l'Information et de la Communication, que des professionnels du tourisme qui commencent à s'approprier ce nouvel afflux massif de données pour faire fructifier leur business. Après avoir écouté le matin de nombreux retours d'expérience, dont certaines étrangères comme celles menées à Palma de Majorque, les participants ont évoqué, lors d'une

table ronde, les problèmes d'éthique et de sécurité posés par le Big Data. Si le Big Data constitue un challenge pour la protection et la sécurité des données, ce défi est régulièrement relevé grâce à l'anonymisation des données ainsi qu'à la prise de conscience des utilisateurs de ces données.

Les résultats en avant-première d'une enquête sur le Big Data dans le tourisme

Une nécessité quand, comme Amadeus, on gère des milliards de combinaisons possibles entre les vols, les dates ou les disponibilités, mais surtout qu'avec les puissances de calcul d'aujourd'hui, on est capable d'en tirer des enseignements pratiques en quelques minutes. A partir de cet afflux de données disponibles, le Big Data devient une filière d'avenir qui est en train d'être passée au crible par le ministère du tourisme. **Isabelle Richard**, de la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l'Économie, a d'ailleurs profité de cette journée pour dévoiler en avant-première les premiers résultats d'une enquête sur les Big Data dans le tourisme. Des indicateurs qui permettront d'affiner le plan d'actions que commence à mettre en œuvre le gouvernement dans ce domaine.

Telecom Valley focuses on Big Data applied to tourism

Highlight of Côte d'Azur Digital Month 2015: m-Tourism day, organised by Telecom Valley on 13 October in Nice, dedicated to Big Data and its applications in the tourism sector. Today, more and more data is available, but the important thing is to structure it in order to be able to use it effectively. Many companies strive to do just that, thus opening real development opportunities for actors in the tourism sector.

Does Big Data constitute the next opportunity for tourism? That was the central theme of the m-Tourism day organised this year by Telecom Valley. An event of international scope bringing together both major players in the world of Information and Communication Technologies and tourism professionals who begin to appropriate this massive new influx of data to grow their businesses. After listening in the morning to feedback from numerous trials - some foreign, such as those conducted in Palma de Mallorca - participants talked, during a round table discussion, about the ethical and safety issues posed by Big Data. If Big Data constitutes a challenge for the protection and security of data, that challenge is regularly met through the anonymisation of data and the growing awareness of the users of that data.

The preview results of a survey on Big Data in the Tourism sector

A necessity when, like Amadeus, it manages billions of possible combinations between flights, dates and availability, but especially when, with the computing power of today, we are able to draw practical lessons in a the space of few minutes. From that influx of available data, Big Data is becoming a network of the future that is being studied in detail by the Ministry of Tourism. **Isabelle Richard**, of the Directorate Ge-



Isabelle Richard présentant les premiers résultats d'une enquête sur le Big Data dans le tourisme



Claude Giafferi évoquant l'importance prise par le Big Data chez Amadeus

Les témoignages d'IBM et d'Amadeus

La journée fut également marquée par le témoignage de deux acteurs majeurs, IBM et Amadeus, qui s'intéressent de très près au Big Data appliqué au tourisme. Dans son nouveau centre de Nice Méridia, IBM s'attache à réinventer les prestations de voyages grâce à l'informatique cognitive. Michel Porta nous indiqua notamment comment la solution Watson pouvait permettre d'interpréter les demandes des voyageurs pour, à partir de l'analyse d'une multitude de données les concernant, leur proposer les réponses les plus efficaces possibles. Une approche qui nécessite au préalable de structurer l'énorme masse de données disponibles afin de les rendre utilisables.

Claude Giafferi, le président d'Amadeus, commença lui par évoquer l'évolution des activités de sa société avec la prise en compte de nouveaux besoins qui vont au-delà de la simple réservation de billets. Aujourd'hui, au modèle historique de distribution

s'ajoute un modèle IT avec des solutions diverses proposées aux compagnies aériennes pour qu'elles collent au plus près aux attentes de leurs clients. Un axe de business qui devient une perspective de croissance extrêmement sérieuse pour Amadeus.

Le livre blanc de Telecom Valley

Enfin, la journée s'est terminée par la présentation par Telecom Valley de son Livre Blanc « Big Data for Tourism ». Pour Jean-Bernard Titz, l'animateur de la commission m-Tourisme, l'objectif principal de ce Livre Blanc est de démystifier le concept

« Le Big Data : ensembles de données extrêmement volumineux que les nouvelles technologies informatiques parviennent à traiter pour les rendre exploitables. »

du Big Data auprès des professionnels azuréens du tourisme afin de les inciter à utiliser les nouveaux outils offerts par le Big Data. Même si, dès 2012, Orange expérimenta avec le CRT Côte d'Azur sa solution Flux vision qui est aujourd'hui déclinée sur de nombreux sites, notre territoire doit devenir un champ d'expérimentation pour de nombreuses applications tirées du Big Data et en tirer parti pour assurer son développement.

neral for Enterprise of the Ministry of the Economy, took the opportunity of this day to unveil a preview of the first results of a survey on Big Data in Tourism. Indicators to refine the action plan that the government is beginning to implement in this sector.

IBM and Amadeus accounts

The day was also marked by the accounts of two major players, IBM and Amadeus, which are very interested in Big Data applied to Tourism. IBM, in its new Nice Meridia centre, aims to reinvent travel services through cognitive computing. Michel Porta indicated to us how, starting from analysis of a multitude of data concerning them, the Watson solution could be used to interpret traveller requests so as to offer the most efficient possible answers. An approach that requires prior structuring of the enormous mass of available data in order to make it usable.

Claude Giafferi, president of Amadeus, began by talking about the evolution of the activities of his company through taking into account new requirements that go beyond just booking tickets. Today, a new IT model - with various solutions proposed to airlines so that they adhere as closely as possible to the expectations of their customers - is added to the historical distribution model. A business axis that is becoming a very serious growth prospect for Amadeus.

The Telecom Valley White Paper

Finally, the day ended with the presentation by Telecom Valley of its White Paper Big Data for Tourism. For Jean-Bernard Titz, coordinator of the m-Tourism Commission, the main purpose of this White Paper is to demystify the concept of Big Data with Riviera tourism professionals to encourage them to use the new tools offered by Big Data. Even if, from 2012, Orange with the CRT Côte d'Azur tried out its Flux Vision solution that is now available on many websites, our region must become a testing ground for many applications derived from Big Data and capitalise on them to ensure its development.



Jean-Bernard Titz, le vice-Président de Telecom Valley, présentant le Livre Blanc « Big Data for Tourism »

WebTimeMedias (24/10/2015)

Telecom Valley fait la promotion du Big Data appliqué au tourisme

Publié le 24 octobre, 2015 - 10:20 par Emmanuel Maumon - Vu 4405 fois

Temps fort du Mois du Numérique Azuréen 2015, la journée m-Tourisme, organisée par Telecom Valley le 13 octobre à Nice, était consacrée au Big Data et à ses applications dans le secteur du Tourisme. Aujourd'hui, de plus en plus de données sont disponibles, mais l'important est de bien pouvoir les structurer afin de pouvoir les utiliser de manière efficace. De nombreuses entreprises s'attachent à le faire, ce qui ouvre de réelles opportunités de développement aux acteurs du tourisme.



Le Big Data constitue-t-il la prochaine opportunité pour le tourisme ? Tel était le thème central de la journée m-Tourisme organisée cette année par Telecom Valley. Un événement d'envergure internationale réunissant aussi bien des acteurs majeurs du monde des Technologies de l'Information et de la Communication, que des professionnels du Tourisme qui commencent à s'approprier ce nouvel afflux massif de données pour faire fructifier leur business. Après avoir écouté le matin de nombreux retours d'expérience, dont certaines étrangères comme celles menées à Palma de Majorque, les participants ont évoqué, lors d'une table ronde, les problèmes d'éthique et de sécurité posés par le Big Data. La journée s'est terminée par deux témoignages : celui de **Claude Giafferri**, président d'Amadeus (photo ci-dessus) sur l'importance prise par le Big Data chez Amadeus et **Michel Porta**, indiquant comment IBM révolutionne le voyage en ligne grâce à l'informatique cognitive.

Les résultats en avant-première d'une enquête sur le Big Data dans le Tourisme

Pour **Pierre Baudelle**, du Pole SCS, le Big Data constitue un challenge pour la protection et la sécurité des données, mais ce défi est régulièrement relevé grâce à l'anonymisation des données ainsi qu'à la prise de conscience des utilisateurs de ces données pour qui, comme l'a révélé **Nicolas Borel**, le responsable du département *Travel Intelligence* d'Amadeus, le respect de la vie privée et le respect des législations en vigueur sont une préoccupation quotidienne.

Une précaution indispensable quand, comme Amadeus, on gère des milliards de combinaisons possibles entre les vols, les dates ou les disponibilités, mais surtout qu'avec les puissances de calcul d'aujourd'hui, on est capable d'en tirer des enseignements pratiques en quelques minutes. A partir de cet afflux de données disponibles, une multitude d'applications sont en train de voir le jour et le Big Data devient une filière d'avenir qui est actuellement passée au crible par le Ministère du Tourisme. **Isabelle Richard**, de la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l'Economie, a d'ailleurs profité de cette journée pour dévoiler en avant-première les premiers résultats d'une enquête sur les Big Data dans le Tourisme. Des indicateurs qui permettront d'affiner le plan d'actions dans le domaine que commence à mettre en œuvre le gouvernement en s'attachant à intervenir sur tous les maillons de la chaîne des data touristiques.



Isabelle Richard présentant les premiers résultats d'une enquête sur le Big Data dans le Tourisme

Les témoignages d'IBM et d'Amadeus

La journée fût également marquée par le témoignage de deux acteurs majeurs, IBM et Amadeus, qui s'intéresse de très près au Big Data appliqué au Tourisme, et dont le poids dans notre département est immense. Dans son nouveau centre de Nice Méridia, IBM s'attache à réinventer les prestations de voyages grâce à l'informatique cognitive. **Michel Porta** nous indiqua notamment comment la solution Watson pouvait permettre d'interpréter les demandes des voyageurs pour, à partir de l'analyse d'une multitude de données les concernant, leur proposer au final les réponses les plus efficaces possibles. Une approche qui génère du business dans de nombreux domaines, mais qui nécessite au préalable de structurer l'énorme masse de données disponibles afin de les rendre utilisables.

Claude Giafferri, le Président d'Amadeus, commença lui par évoquer l'évolution des activités de sa société en fonction du progrès de la technologie, avec de nouveaux besoins qui se créent et vont au-delà de la simple réservation de billets. Aujourd'hui, au modèle historique de distribution s'ajoute un modèle IT avec des solutions diverses proposées aux compagnies aériennes pour qu'elles collent au plus près aux attentes de leurs clients. Un axe de business qui devient une perspective de croissance extrêmement sérieuse.



Michel Porta indiquant comment IBM révolutionne le voyage en ligne grâce à l'informatique cognitive

Le livre blanc de Telecom Valley

Enfin, la journée s'est terminée par la présentation par Telecom Valley de son Livre Blanc « *Big Data for Tourism* ». Pour **Jean-Bernard Titz**, le chef d'orchestre de cet ouvrage dont la rédaction s'est appuyée sur les contributions de très nombreux acteurs, l'objectif principal de ce Livre Blanc est de démystifier et vulgariser le concept du Big Data auprès des professionnels azuréens du Tourisme afin de les inciter à utiliser les nouveaux outils offerts par le Big Data. Même si, dès 2012, Orange expérimenta avec le CRT Côte d'Azur sa solution *Flux vision* permettant de convertir chaque minute 4 millions de données mobiles en indicateurs statistiques pour mesurer la fréquentation d'une zone géographique et le déplacement des populations, notre territoire doit devenir un champ d'expérimentation pour de nombreuses applications tirées du Big Data. Des projets pouvant être financés dans le cadre des Investissements d'avenir, mais qui peuvent surtout devenir une source de croissance pour notre département.



Jean-Bernard Titz, le Vice-Président de Telecom Valley, présentant le Livre Blanc « Big Data for Tourism »

<http://www.webtimemedias.com/article/telecom-valley-fait-la-promotion-du-big-data-applique-au-tourisme-20151024-57166>

MediaTIC Info (20/10/2015)



Big data dans le Tourisme : Telecom Valley montre la voie avec un livre blanc

Publié le 20 octobre 2015 par

Au cœur du Mois du Numérique Azuréen, la 5ème Journée m-Tourisme de Telecom Valley, animée par Jean-Bernard Titz, CEO de Dev-Help, a rassemblé, le 13 octobre à Nice, près de 100 professionnels, autour de 20 experts du Big data et du tourisme. Treize interventions et un livre blanc "Big data for Tourism" ont permis de mieux appréhender un phénomène devenu un enjeu incontournable à maîtriser pour toute une industrie.

Après une matinée dédiée aux retours d'expériences de projets "Big data et tourisme" d'entreprises européennes (Espagne, Pays Bas, France, etc.), dont plusieurs interventions en direct de Palma de Majorque, l'après-midi a été marquée par trois temps forts :



la table ronde de regards croisés d'experts du Big data (Milanamos, TM Forum, et le groupe Big Data du Pôle SCS), de l'industrie touristique (Amadeus et l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie 06) et des pouvoirs publics (le service économie numérique de la Direction Générale des Entreprises) a suscité de nombreux échanges avec les participants;

l'intervention pointue de trois géants du numérique dans le secteur du tourisme, Orange, Amadeus et IBM

la présentation du dernier livre blanc en date de la commission m-Tourisme de Telecom Valley intitulé "Big data for Tourism". A destination des professionnels du tourisme, celui-ci vise à vulgariser le concept de Big data, démontrer les potentialités de production et d'utilisation des données, et considérer les problématiques techniques de stockage et de mise en application d'une stratégie Big data. En cours de finalisation, il sera librement téléchargeable sur le site web de Telecom Valley très prochainement.

Plus de détails sur les intervenants de la Journée m-Tourisme 2015 : www.m-tourism-day.eu/
<http://bit.ly/1MphJLD>

<http://mediatic-info.com/big-data-dans-le-tourisme-telecom-valley-montre-la-voie-avec-un-livre-blanc/>

La Tribune Bulletin Côte d'Azur (16/10/2015)

ÉVÉNEMENT

Big data, pour vous servir...

Organisée à Nice, la journée internationale du m-Tourisme a porté une attention toute particulière aux données de tous poils.

Exploiter les données du web et des objets connectés pour dynamiser le tourisme ? Il s'agissait du thème central de la cinquième journée du m-tourisme organisée ce 13 octobre à Nice par Telecom Valley. Objectif : éclairer la lanterne des professionnels du secteur sur une évolution technologique majeure. «Ce qui a été frappant aujourd'hui, c'est cette diversité de visions autour de l'utilisation du big data» souligne Jean-Bernard Titz, initiateur de l'événement. Les organisateurs sont même allés jusqu'à monter un duplex depuis Palma de Majorque pour profiter de la conception espagnole du smart

tourisme. A Nice, les experts conviés semblent unanimes : oui, le big data peut servir l'activité touristique dans un contexte où l'exigence du consommateur en matière de personnalisation, d'interaction et de qualité de services ne cesse d'augmenter. Mais encore faut-il coordonner le recueil et le partage de données entre les différents acteurs. Et l'éthique dans tout ça ? «Avec l'anonymisation des données et la législation draconienne à cet égard, ce problème ne se pose pas» soutient Jean-Bernard Titz.

Watson le cognitif

Le principal écueil se situe plutôt dans la compréhension des données.

«80% des datas disponibles sont structurés, c'est-à-dire invisibles pour un ordinateur» rappelle Michel Porta, expert d'IBM. Dès lors, plusieurs entreprises ont élaboré des systèmes capables de les rendre intelligibles. «Nous faisons de cet axe un relais de croissance très sérieux» affirme Claude Giafferri, le PDG d'Amadeus venu présenter la nouvelle offre big data du groupe. D'autres plateformes conviées à la journée du m-Tourisme misent aussi sur ce segment : TourInflux, ForwardKeys, le prometteur Flux Vision d'Orange ou bien le fameux Watson, clé de voute de la tout fraîche Cognitive Business Solutions Unit d'IBM. Après avoir battu Kasparov aux échecs et remporté le jeu Jeopardy ! aux Etats-Unis, cet ordinateur cognitif s'attelle désormais à gérer et agréger des millions de données afin d'apporter une expertise inédite dans les secteurs de la santé, de la finance ou du tourisme. Plus proche de nous, le livre blanc *Big Data for Tourism* conçu par Telecom Valley s'attache lui-aussi à donner des réponses. «Son but est de vulgariser le concept du big data, de sensibiliser aux enjeux de croissance et de présenter des possibilités d'exploitation» décrit Daniel Griseri, l'un des coordinateurs du projet. «En un mot, démystifier, poursuit Jean-Bernard Titz. Et amener les professionnels du tourisme à utiliser ces technologies pour faire du business.»

Pierre-Olivier Burdin



A l'occasion de la journée du m-tourisme, Jean-Bernard Titz et Daniel Griseri ont souhaité démystifier le big data.

Nice-Matin (09/10/2015)

Nice : une journée internationale du m-tourisme

Voter
0

Publié le vendredi 09 octobre 2015 à 18h50

 Réagir  Imprimer  Envoyer Partager  

Le Big Data, une opportunité incontournable pour quiconque souhaitant travailler dans l'industrie du tourisme ?

Ce thème sera abordé lors de cette 5e Journée internationale du tourisme de Telecom Valley.

La matinée sera consacrée à la présentation de projets Big Data internationaux, notamment espagnols, appliqués au tourisme.

L'après-midi, une table ronde abordera la prospective sur le big data et le tourisme avec le regards croisés d'intervenants experts : Milanamos, Amadeus, la Direction générale des Entreprises (DGE), TM Forum, UMIH et le groupe Big Data du Pôle SCS.

Centre universitaire méditerranéen. De 9 h à 18 h. Inscription gratuite mais obligatoire sur www.telecom-valley.fr

<http://archives.nicematin.com/nice/nice-une-journee-internationale-du-m-tourisme.2362590.html>

WebTimeMedias (09/10/2015)

Nice : le Big Data thème central de la journée m-tourisme

Publié le 9 octobre, 2015 - 07:10 par Jean-Pierre Largillet - Vu 2381 fois

"Le Big Data, nouvelle opportunité pour le tourisme" : c'est le thème central de la **5e Journée m-Tourisme de Telecom Valley, mardi 13 octobre de 9 à 18 heures au Centre Universitaire Méditerranéen à Nice**. Après avoir abordé l'Open Data et le Smart Tourisme, l'association se concentre cette année sur le phénomène du Big Data, un sujet sur lequel s'interrogent de nombreux professionnels du secteur et sur lequel des entreprises du numérique travaillent depuis quelques années.

Des présentations de projets internationaux, notamment espagnols (retransmission en direct depuis les Baléares), ou d'outils innovants sont prévues sur ce thème le matin. L'après-midi sera consacrée à la prospective sur le big data et le tourisme avec, à l'occasion de tables rondes, les regards croisés d'intervenants experts : Milanamos, Amadeus, la Direction Générale des Entreprises (DGE), TM Forum, UMIH et le groupe Big Data du Pôle SCS. Suivront des interventions de deux géants du secteur, IBM et Amadeus, sous forme de Tech tracks.

Pour terminer la journée, **Daniel Griseri et Jean-Bernard Titz**, président de la commission m-tourisme de Telecom Valley, dévoileront le livre blanc "Big data for tourism" de la commission m-Tourisme de Telecom Valley. Une avant-première avant sa diffusion.

<http://www.webtimemedias.com/article/nice-le-big-data-theme-central-de-la-journee-m-tourisme-20151009-57079>

MediaTIC info (08/10/2015)



Le Big Data au centre de la 5ème Journée m-Tourisme

Publié le 8 octobre 2015 par

Le 13 octobre, au cœur du Mois du Numérique Azuréen, Telecom Valley lancera à Nice la 5ème Journée internationale du m-Tourisme et présentera à cette occasion son nouveau livre blanc "Big data: the next opportunity for tourism?".

Après 4 éditions sur des thèmes tourisme et numérique d'actualité, la commission m-Tourisme de Telecom Valley, animée par Jean-Bernard Titz CEO du cabinet Dev-Help, organise le 13 octobre au Centre Universitaire Méditerranéen de Nice, une nouvelle journée internationale de conférences et tables-rondes intitulée "Big Data, the next opportunity for Tourism?".

Son objectif : sensibiliser les acteurs du tourisme et du numérique aux opportunités liées aux usages du Big Data, à travers le partage d'expériences d'entreprises européennes (Espagne, Pays Bas, France, etc.) porteuses de projets "Big Data", et la vision croisée d'institutionnels et d'experts, nationaux et régionaux, sur la prospective de l'industrie touristique, mettant le Big Data au centre du débat.

Cette année, l'association a programmé un duplex avec l'organisation espagnole Baleares Turisme (groupement d'entreprises innovantes œuvrant pour la transformation touristique) pour une démonstration de cas d'usages "Big Data appliqué au tourisme", tandis que deux géants du secteur, Amadeus et IBM, viendront animer une session plus technique.

Un nouveau livre blanc "Big data for Tourism", le 3ème de la commission, sera dévoilé à l'occasion de cette journée. Fruit d'un travail collectif des bénévoles de la Commission m-Tourisme, cette publication à destination des professionnels du tourisme et du numérique vise à vulgariser le concept de Big Data, étudier et démontrer les potentialités de production et d'utilisation de données, considérer les problématiques techniques stockage / cloud, et les accompagner dans l'application d'une stratégie Big Data.

Cette manifestation s'inscrit dans le vaste programme du Mois du Numérique Azuréen (tout octobre 2015) piloté par Telecom Valley, fidèle à son rôle d'animateur de l'écosystème azuréen du numérique depuis 24 ans.

<http://mediatic-info.com/le-big-data-au-centre-de-la-5eme-journee-m-tourisme/>

Centre Universitaire Méditerranéen (6 octobre 2015)

Telecom Valley - 5ème Journée internationale m-tourisme sur le thème du Big Data

Rencontres



Le Big Data au centre de la 5ème Journée mTourisme et d'un nouveau livre blanc Telecom Valley

Le 13 octobre, au coeur du Mois du Numérique Azuréen, Telecom Valley lancera à Nice la 5ème Journée internationale du m Tourisme et présentera à cette occasion son nouveau livre blanc "Big data : the next opportunity for tourism?".

Après 4 éditions sur des thèmes t ourisme et numérique d'actualité, la commission m-Tourisme de Telecom Valley, animée par Jean Bernard Titz CEO du cabinet DevHelp, organise le 13 octobre au Centre Universitaire Méditerranéen de Nice, une nouvelle journée internationale de conférences et tables rondes intitulée "Big Data, the next opportunity for Tourism?". Son objectif : sensibiliser les acteurs du tourisme et du numérique aux opportunités liées aux usages du Big Data, à travers le p artage d'expériences d'entreprises européennes (Espagne, Pays Bas, France, etc.) porteuses de projets "Big Data", et la v ision croisée d'institutionnels et d'experts, nationaux et régionaux, sur la prospective de l'industrie touristique, mettant le Big Data au centre du débat.

Cette année, l'association a programmé un duplex avec l'organisation espagnole B aleares Turismo (groupement d'entreprises innovantes oeuvrant pour la transformation touristique) p our une démonstration de cas d'usages "Big Data appliqué au tourisme", tandis que deux géants du secteur, A madeus et I BM, viendront animer une session plus technique. Un nouveau livre blanc "Big data for Tourism" , le 3ème de la commission, sera dévoilé à l'occasion de cette journée.

Fruit d'un travail collectif des bénévoles de la Commission mTourisme, cette publication à destination des professionnels du tourisme et du numérique vise à v ulgariser le concept de Big Data, étudier et démontrer les potentialités de production et d'utilisation de données, considérer les problématiques techniques stockage / cloud, et les accompagner dans l'application d'une stratégie Big Data.

Cette manifestation s'inscrit dans le vaste programme du M ois du Numérique Azuréen (tout octobre 2015) piloté par Telecom Valley, fidèle à son rôle d'animateur de l'écosystème azuréen du numérique depuis 24 ans .

Consultez le programme complet de la Journée mTourisme 2015: www.mtourismday.eu/ / <http://bit.ly/1MphJLD>

<http://cum-nice.org/agenda/telecom-valley-5eme-journee-internationale-m-tourisme-sur-le-theme-du-big-data>

PACA Ecobiz (01/10/2015)

5ème Journée internationale du m-Tourisme : Big Data, the next opportunity for tourism?

Telecom Valley organise sa prochaine journée m-Tourisme sur la thématique du Big Data appliqué au tourisme. Un rendez vous incontournable et ouvert à tous, qui se déroulera le mardi 13 octobre 2015 au Centre Universitaire Méditerranéen de Nice Côte d'Azur.



Comme chaque année, la Commission m-Tourisme pilotée par Jean-Bernard Titz (Dev-Help) organise la journée internationale du m-Tourisme.

Cette Commission, active tout au long de l'année par ses rencontres mensuelles entre membres et partenaires spécialistes du tourisme et des TIC, se concentre sur l'étude de projets m-Tourisme, de rencontres, de préparation de projets communs, ...

Fer de lance de la Commission, la Journée m-Tourisme aborde chaque année une thématique d'actualité, au croisement entre innovation et tourisme. Celle-ci se déroule au travers d'une série de retours d'expérience sur des projets, la plupart du temps, internationaux et de tables rondes composées d'institutionnels de renom.

Cette 5ème édition sera également l'occasion, pour **Telecom Valley**, de publier un nouveau Livre Blanc sur le thème du Big Data.

Après avoir déjà abordé les thématiques de l'Open Data et de l'Handicap et des TIC, l'association se concentre cette fois-ci sur le phénomène du Big Data, un thème, à la fois, précurseur et incontournable à l'avenir (lien vers les précédents Livres Blancs de **Telecom Valley**).

En effet, le phénomène du Big Data, c'est-à-dire la massification des données collectées sur les internautes pousse les acteurs du tourisme à envisager différemment la gestion et l'utilisation de ces informations.

http://www.paca-ecobiz.fr/jcms/prd_628298/fr/5eme-journee-internationale-du-m-tourisme-big-data-the-next-opportunity-for-tourism?hlText=T%C3%A9com+Valley#.VjHsC7cveM8

Tribune Bulletin Côte d'Azur (18/09/2015)

NUMÉRIQUE

Big Data, l'assurance touristes ?

Comment l'exploitation des bases de données peut-il aider l'industrie touristique ?
Éléments de réponse avec Telecom Valley.

Effrayant, le big data ? De nombreux professionnels du tourisme tardent encore à franchir le pas, rebutés par la complexité et l'ampleur de la tâche. Le livre blanc *Big Data for Tourism* (voir Tribune n°794) conçu à l'initiative de Telecom Valley va-t-il changer la donne ? C'est la conviction d'Elisabeth Berruer, chargée de mission tourisme à Valberg et participante au projet : «*les offices de tourisme n'exploitent pas ou peu le potentiel du big data. Nous avons pourtant beaucoup de données à disposition, mais sans les utiliser à bon escient. La complémentarité des profils au sein de ce groupe d'étude devrait permettre de donner quelques clés.*» Le livre blanc ne va pas seulement vulgariser le concept, mais fournira des bonnes pratiques et des cas d'usage afin que les hôteliers, opérateurs, commerçants ou agences de voyage puissent adopter une stratégie big data.

Encore un peu flou

La station de Valberg exploite déjà les data depuis dix ans grâce à des forfaits de ski équipés de la technologie RFID: «*cette carte sans contact s'active au passage des bornes des remontées mécaniques. Nous pouvons ensuite analyser le comportement du client, savoir quelles pistes sont les plus utilisées et réguler le flux des skieurs.*» La "data science" reste néanmoins un concept nébuleux pour beaucoup. Comment récolter les données sur internet, comment les analyser et les rendre utiles ? Questions auxquelles le recueil devrait répondre. «*Le big data peut d'abord nous aider à cibler une nouvelle clientèle, estime Elisabeth Berruer. Savoir de quelle manière les visiteurs ont choisi une destination, ce qu'ils utilisent sur place et pourquoi ils l'utilisent. Cette connaissance va permettre d'aller chercher de nouveaux marchés.*»



Le livre blanc *Big Data for Tourism* de Telecom Valley sera présenté le 13 octobre à Nice à l'occasion de la 5^e journée du m-Tourisme.

Côté sources, la création du SITRA, un système d'information touristique régional alimenté par les offices de tourisme volontaires, devrait favoriser le partage des données clients. Mais l'exploitation des data reste une étape chronophage et technique. «*Il faut du temps et des moyens, admet Elisabeth Berruer. Le traitement des données exige les compétences et les conseils d'un informaticien en interne ou d'une entreprise externe. Les data offrent tellement de possibilités qu'à un moment donné, il faut être aiguillé.*» L'intérêt est de taille. En permettant des analyses prédictives, le placement de publicités ou un gain de productivité, le big data a des airs de nouveau filon pour l'industrie touristique.

Pierre-Olivier Burdin

Event in Riviera (09/09/2015)

JOURNÉE INTERNATIONALE DU M-TOURISME 2015

13 octobre 2015 h.9:00 - 18:00



En l'an 2000, Telecom Valley déposait le nom m-Tourisme valorisant les outils informatiques au service des touristes en mobilité.

15 ans plus tard, le web 2.0, l'utilisation des smartphones et tablettes, les objets connectés et les réseaux sociaux ont considérablement augmenté les possibilités d'informer ces touristes. Eux-mêmes publient des volumes gigantesques de photos, vidéos, chat, mails et autres commentaires en ligne et ce à tout moment et en tout lieu.

Toutes ces données constituent une mine d'informations pour tous les acteurs de l'économie du tourisme ... sous réserve de savoir les exploiter.

Les outils du Big Data se sont fortement développés et sont une opportunité des plus importantes pour l'industrie touristique.

Les objectifs de cette 5ème Journée internationale du m-Tourisme sont de vous apporter, avec nos partenaires, de nombreux témoignages concrets de projets réalisés et de visions croisées d'acteurs majeurs du secteur.

A tous merci de votre participation et bon #mTourismDay !

<http://www.eventinriviera.it/evento/2015/10/journee-internationale-du-m-tourisme-2015/>

MediaTIC Info (23/08/2015)



Telecom Valley : Appel à projets dans le cadre de la prochaine Journée m-Tourisme 2015.

Publié le 23 août 2015 par

Dans le cadre de sa prochaine journée m-Tourisme sur la thématique du Big Data appliqué au tourisme. Telecom Valley lance un appel à projets à toute personne ayant eu l'occasion de participer à un projet d'application du Big Data au tourisme ou prévoyant d'y participer afin d'intervenir pour cette journée du 13 octobre 2015.

Comme chaque année, la **Commission m-Tourisme** pilotée par Jean-Bernard Titz (Dev-Help) organise la journée internationale du m-Tourisme. Un rendez vous incontournable et ouvert à tous, qui se déroulera le mardi 13 octobre 2015 au Centre Universitaire Méditerranéen de Nice Côte d'Azur.

Cette Commission, active tout au long de l'année par ses rencontres mensuelles entre membres et partenaires spécialistes du tourisme et des TIC, se concentre sur l'étude de projets m-Tourisme, de rencontres, de préparation de projets communs, ...

Fer de lance de la Commission, la **Journée m-Tourisme** aborde chaque année une thématique d'actualité, au croisement entre innovation et tourisme. Celle-ci se déroule au travers d'une série de retours d'expérience sur des projets, la plupart du temps, internationaux et de tables rondes composées d'institutionnels de renom.

Après avoir déjà abordé les thématiques de l'Open Data et de l'Handicap et des TIC, l'association se concentre cette fois-ci sur le phénomène du **Big Data**, un thème, à la fois, précurseur et incontournable à l'avenir. En effet, le phénomène du Big Data, c'est-à-dire la massification des données collectées sur les internautes pousse les acteurs du tourisme à envisager différemment la gestion et l'utilisation de ces informations.

Cette 5ème édition sera également l'occasion, pour Telecom Valley, de publier un nouveau **Livre Blanc** sur le thème du **Big Data**.

<http://mediatic-info.com/telecom-valley-appel-a-projets-dans-le-cadre-de-la-prochaine-journee-m-tourisme-2015/>

Tribune Bulletin Côte d'Azur (29/05/2015)

NUMÉRIQUE BIS

Du Big Data pour optimiser l'industrie du tourisme

Telecom Valley se penche sur l'apport des données dans un secteur fort de l'économie azurée.



Jean-Bernard Titz mène les troupes de la commission m-Tourisme afin de publier un livre blanc sur l'apport du big data dans le tourisme.

Comment utiliser l'immensité des données récoltées grâce au numérique pour en faire bénéficier l'activité touristique ? Voilà tout l'enjeu des travaux entamés cette semaine par l'association Telecom Valley dans le cadre de son prochain livre blanc *Big Data for Tourism*. Les données en question ? D'un côté celles issues des objets connectés et de l'autre celles en provenance du web 2.0, grâce auquel les touristes donnent des avis, envoient des photos ou échangent des vidéos. « On a une quantité phénoménale de données qui sont créées en continu et qui peuvent être partagées, détaille Jean-Bernard Titz, animateur de la commission m-Tourisme de Telecom Valley. Elles peuvent être très intéressantes à utiliser dans le cadre touristique. Par exemple pour obtenir des enseignements sur la qualité de la prestation ou connaître la perception des gens sur une desti-

nation. » Encore faut-il maîtriser ensuite le processus d'analyse de ces données...

Démystifier les données

Pour plancher sur les contours de son nouveau livre blanc, le cluster azurée a réuni un groupe de travail dans lequel figurent experts des data, collectivités, chercheurs, économistes, universitaires, offices de tourisme, représentants de PME et de grands groupes. « Ce que nous voulions pour ce projet, c'est avoir une diversité de visions et des interactions » insiste Jean-Bernard Titz. Objectif de l'étude : dévoiler le potentiel du big data pour l'industrie du tourisme et surtout, vulgariser. Le résultat de ce travail collaboratif sera présenté à l'occasion de la 5^e journée du m-Tourisme organisée le 13 octobre au CUM à Nice (et en simultané à Palma de Majorque). Au cours de sa première réunion, le groupe de travail a défini les axes majeurs de cet ouvrage qui sera amené à s'étoffer au fil des semaines : enjeux, potentialités, cas d'usage, problématiques techniques (stockage) ou juridiques (protection de l'utilisateur) et élaboration d'une stratégie big data. « Il s'agira de sensibiliser, d'expliquer et de démystifier » résume Jean-Bernard Titz. En somme, composer un acte fondateur sur la thématique big data/tourisme.

Pierre-Olivier Burdin

