

**UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL**

**La stimulation de l'innovation par le contact entre organisme de gestion de destination (OGD)  
et incubateur d'entreprise émergentes dans le contexte du renouvellement de l'expérience  
touristique.**

**SUJET ET REVUE DE LITTÉRATURE COMMENTÉE  
PRÉSENTÉES COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME**

**PAR**

**Clément Herf**

**13 FÉVRIER 2021**

Depuis plusieurs années, l'innovation n'a cessé de se développer, que ce soit au niveau des technologies, des moyens de communications ou encore de façon organisationnelle. Ainsi, c'est suite à ces progrès dans le domaine de l'innovation que sont apparues les entreprises émergentes. Ce type d'entreprise est alors défini par l'Office québécois de la langue française (OQLF, 2012) comme étant une « entreprise innovante et dynamique lancée depuis peu et promise à une croissance rapide ». Or, ce concept récent qu'est l'innovation est étroitement lié à un nouveau type d'acteur entrepreneurial, les incubateurs d'entreprises émergentes. En accord avec la définition de Brihaye (2020), un incubateur va alors prodiguer un soutien aux entreprises émergentes par le biais de différents moyens d'accompagnement. Parmi ces accompagnements, nous pouvons retrouver de l'expertise et du conseil, la mise à disposition de locaux, la mise en relation de divers réseaux professionnels, de moyens logistiques mais aussi de l'entraide entre entreprises émergentes. De manière générale, les incubateurs d'entreprises émergentes ne sont pas forcément focalisés sur un secteur en particulier, cependant, depuis 2013, on remarque la création d'incubateurs d'entreprises émergentes focalisés sur le tourisme. Ces incubateurs établissent alors des partenariats avec différents organismes permettant le développement des territoires. Parmi ces partenariats, nous pouvons retrouver divers organismes de gestion de destination, ayant également pour but de stimuler l'expérience touristique. Selon Vergopoulos (2016), une expérience touristique est définie en fonction des variables suivantes : le rapport au temps, à l'espace ainsi que la sociabilité. Le temps est lié au fait qu'une expérience touristique est actée par un début ainsi qu'une fin, la variable de l'espace est représentée par un mouvement dans l'espace lié à la nature intrinsèque du tourisme, enfin, la sociabilité est associée à l'ensemble des interactions existantes lors de ladite expérience touristique. Mon sujet de recherche porte alors sur les différents liens et interactions de ces quatre entités, à savoir : les OGD, les incubateurs d'entreprises émergentes, l'innovation et l'expérience touristique.

Dans le cadre de mon projet d'intervention de recherche, je m'intéresse aux moyens de stimuler l'innovation suite à l'association entre OGD et incubateurs d'entreprise émergente en lien avec le renouvellement de l'expérience touristique. Mon intervention de recherche devrait alors se faire au sein du MT Lab, un incubateur d'entreprise émergente focalisé sur le tourisme. Les missions principales de cet organisme sont alors de soutenir l'entrepreneuriat et l'innovation dans le domaine du tourisme, de la culture et du divertissement, de renforcer l'innovation et la créativité de Montréal et du Québec et enfin, de faire collaborer le tourisme, la culture, le divertissement avec l'écosystème que représente l'innovation. De plus, l'une des grandes forces du MT Lab est sa richesse en termes d'entreprises partenaires, à titre d'exemple, nous pourrions citer l'UQAM, Tourisme Montréal, le

Palais des congrès de Montréal ou encore la SEPAQ. En plus de ces nombreuses entreprises partenaires, le MT Lab est également en collaboration avec le ministère du Tourisme du Québec. Ainsi, le MT Lab représente alors une force non négligeable dans la strate touristique de la région du Québec, s'imposant alors dans le domaine de l'innovation liée au tourisme en tant qu'acteur majeur.

Lors de mon projet d'intervention, nous utiliserons une méthodologie de nature qualitative. En effet, dans le cadre de notre projet, le contenu ainsi que le fond des réponses sera plus important que le nombre de données recueillies. Dans le but d'atteindre nos objectifs, nous allons utiliser un type d'entrevue appelé « semi-dirigé » c'est-à-dire organisé autour d'un questionnaire sur des thèmes spécifiques liés à notre sujet. Ainsi, notre étude cherchera alors à faire transparaître les liens entre les différentes composantes de notre sujet. De ce fait, nous utiliserons des données dites « primaires », car les informations que nous chercherons à obtenir ne seront pas existantes et seront de ce fait adaptées à notre problématique. Cependant, nous devons également utiliser des données secondaires principalement issues de la littérature grise, par exemple, nous pourrions utiliser des rapports d'entreprise ainsi que des rapports de performance afin de quantifier l'apport qu'un incubateur a eus sur une entreprise émergente et/ou sur la gestion de la destination. En prenant en compte notre problématique, nous interrogerons différents types d'entités, tout d'abord, des organismes de gestion de destination, mais aussi des incubateurs d'entreprises émergentes ainsi que des OGD travaillant et ne travaillant pas avec des incubateurs. Ce dernier choix nous permettra alors de comprendre les raisons qui pousse ou non les organismes de gestion de destination à s'associer aux incubateurs, ainsi les raisons qui empêchent ce type de partenariat. Ainsi, notre analyse se basera sur plusieurs échantillons qui seront principalement formés des contacts et partenaires travaillant avec le MT Lab ainsi que d'entreprise indépendante. Pour conclure, nos choix sont justifiés par la volonté de répondre à notre question de recherche de la façon la plus précise et d'englober l'intégralité des concepts qui y sont liés.

## **Thème 1 : Les organismes de gestion de destination et l'expérience touristique**

### 1) Article scientifique

VERGOPOULOS, H. (2017). « L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ? » Via Tourism Review

Concepts clés : *Expérience touristique, cadre de l'expérience, authenticité, processus interactif espace-temps, marketing expérientiel, inauthenticité.*

Résumé : Cet article présente une définition de ce qu'est une expérience touristique, mais aussi de ce qui fait ou ne fait pas une expérience touristique. En parallèle, l'auteure nous présente à quoi sert l'expérience touristique et comment une expérience touristique peut être ressentie comme « ratée » par les touristes. Enfin, l'auteur nous fait également part de son travail concernant le concept d'authenticité et d'expérience inauthentique.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : L'ouvrage va nous offrir de nombreuses informations essentielles sur l'expérience touristique. Tout d'abord, une définition de l'expérience touristique ainsi que les grandes tendances de l'expérience touristique. De plus, cet ouvrage nous permet également d'introduire le concept d'authenticité de l'expérience touristique à notre travail.

### 2) Article scientifique

LEFEBVRE, N. (2015). « Destination et expériences : l'adaptation de l'offre touristique de Paris aux nouvelles attentes ». Annales des Mines - Réalités industrielles, 3(3), 58-62.

Concepts clés : *Destination, expérience touristique, tourisme moderne, offre touristique.*

Résumé : Cet article scientifique met en relation le fait de voyager avec celui de vivre une multitude d'expériences, lors de chacune des étapes du cycle du voyageur. L'article présente également l'expérience touristique comme ayant un étroit lien avec les technologies de la communication. Enfin,

il montre également la façon dont les destinations doivent s'adapter afin de rester compétitives en s'illustrant du cas de Paris.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Lors de notre travail, cet article va nous être utile grâce à sa vision différente de qualifier l'expérience touristique, et plus précisément dans le cadre du renouvellement de l'offre touristique d'une destination. De plus, cet article expose différent moyen de rendre une destination attractive afin de bonifier l'expérience touristique. Enfin, cet article présente également l'évolution de la vision d'une destination et de son attractivité du point du touriste.

## **Thème 2 : Les organismes de gestion de destination et innovation**

### 1) Article scientifique

ZAMAN, M., L, BOTTI., J-L, BOULIN., A, CORNE. (2017). « Intégration des innovations web : défi relevé pour les OGD français ? » *Management & Avenir*, 91(1), 163–163.

Concepts clés : *Organisme de gestion de destination, innovation, technologie de l'information et de la communication, marketing.*

Résumé : Cet article scientifique traite du lien entre OGD et leur capacité à intégrer les innovations technologiques sur leurs sites web. Celui-ci propose un cadre théorique sur le lien entre innovation et site web des OGD puis propose une analyse des sites internet des 30 destinations les plus visités en France, afin de conclure sur l'évaluation du caractère innovant de ces sites internet.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Dans le cadre de notre projet d'intervention, cet article nous sera fortement utile car il soulève très bien l'un des problèmes auxquels nous serons confrontés, c'est-à-dire qu'il montre la nécessité pour les OGD d'innover. De plus, la méthodologie utilisée afin d'évaluer l'innovation des sites internet pourra alors nous inspirer lors de la réalisation de notre propre étude qualitative. Enfin, le cadre théorique présenté dans ce texte nous permettra également de bien comprendre les composantes d'un site internet et la façon de le rendre innovant.

## 2) Article scientifique

HAZEBROUCQ, J. (2007). « Destinations innovantes et développement du tourisme ». *Marché et organisations*, 1(1), 117-153.

Concepts clés : *Innovation, offre touristique, promotion touristique, système touristique, destination, produit touristique.*

Résumé : Cet article scientifique aborde les thèmes de la destination et de l'innovation. En effet, il vise à montrer que l'innovation est devenue essentielle lors du développement des destinations touristiques. Il soulève également les diverses problématiques que peut représenter l'innovation dans le domaine de la gestion de la destination. Enfin, il nous montre également que l'innovation peut être relative, c'est-à-dire qu'il ne s'agit pas forcément de quelque chose de nouveau mais qu'elle peut être une reprise de quelque chose d'existant afin de créer un projet nouveau.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Dans le cadre de notre travail, cet article nous sera d'une utilité multiple. En effet, il nous propose tout d'abord une vision plus profonde de l'innovation ainsi qu'une définition poussée de ce que représente l'offre touristique. En parallèle, il présente 2 matrices fortement intéressantes dans le cadre de notre projet : le cycle de l'évolution d'une destination de Butler ainsi qu'une échelle d'innovation croissante. Également, cet article nous apporte aussi une vision plus globale de la destination ainsi qu'une mise en garde sur l'innovation, qui peut alors être représentée par la duplication plutôt que sur une innovation réelle.

### **Thème 3 : Incubateur d'entreprise émergente et innovation**

#### 1) Article scientifique

QUEIGE, L. (2015). « L'émergence des startups du secteur touristique ». *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 3 (3), 74-76.

Concepts clés : *Entreprise émergente, innovation, incubateur.*

Résumé : Cet article scientifique nous introduit une mise en contexte de la création du premier incubateur d'entreprise émergente au monde ainsi que les motivations de la création de celui-ci. Par

la suite, l'auteur nous fournit une définition de ce qu'est une entreprise émergente. De plus, l'auteur propose une typologie à la fois des différents types d'innovations mais aussi des divers créateurs d'entreprises émergentes. Enfin, cet article fournit également une étude quantitative visant à montrer les différentes tendances en innovation.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Dans le cadre de notre travail, cet article nous sera fortement utile afin d'appréhender les motivations de la création d'un incubateur d'entreprise émergente spécialisé en tourisme. De plus, les typologies présentées nous seront utiles afin de comprendre les modes de fonctionnement des entreprises émergentes. Enfin, le lien avec les diverses tendances en innovation nous permettra de mieux comprendre le concept de l'innovation et ses enjeux.

## 2) Article scientifique

DUCROQUET, A. et S. CHESNEL (2017). Enjeux et limites des incubateurs et clusters touristiques. In : 8ème journée du groupe thématique innovation de l'AIMS, Innovations, Espaces et Territoires. 14/15 septembre, Palaiseau.

Concepts clés : *Innovation, entreprise émergente, incubateur d'entreprise émergente, cluster touristique.*

Résumé : Cet ouvrage aborde les différents liens entre les incubateurs et les entreprises émergentes, tout en proposant une définition complète englobant les missions et objectifs de ces acteurs du monde touristiques. En plus de nous introduire le concept de cluster touristique, les auteurs nous présentent différentes définitions liées au concept de l'innovation. Enfin, cet article présente une méthodologie qualitative sur les raisons qui poussent les entrepreneurs à intégrer les structures que représentent les incubateurs.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Dans le cadre de notre travail, cet article nous sera utile tout d'abord par le fait d'introduire le concept de cluster touristique à notre lexique. En parallèle, les diverses définitions de l'innovation nous permettront alors de réussir à englober ce terme complexe. Enfin, les résultats de l'étude qualitative présentée dans ce texte nous permettront également d'appréhender notre sujet avec le plus de connaissances possibles notamment envers les besoins et les attentes des entreprises émergentes.

## Références

BRIHAYE, P. (2020). Qu'est-ce qu'un incubateur de start-up ? Définition 2021), Schoolab, <https://theschoolab.com/startup-entrepreneuriat/incubateur-startup-definition/> consulté le 04/02/2021.

DUCROQUET, A. et S. CHESNEL (2017). Enjeux et limites des incubateurs et clusters touristiques. In : 8ème journée du groupe thématique innovation de l'AIMS, Innovations, Espaces et Territoires. 14/15 septembre, Palaiseau.

HAZEBROUCQ, J. (2007). « Destinations innovantes et développement du tourisme ». *Marché et organisations*, 1(1), 117-153.

MT Lab (s.d.) « A propos », MT Lab, <https://mtlab.ca/a-propos/>. Consulté le 12/02/2021.

ICCA – institut canadien des comptables agréés (2006) « Entreprise en démarrage », dictionnaire de la comptabilité et de la gestion financière, version 1.2, reproduit dans Office québécois de la langue française, Québec. [http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=507728](http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=507728). Consulté le 012/02/2021.

LEFEBVRE, N. (2015). « Destination et expériences : l'adaptation de l'offre touristique de Paris aux nouvelles attentes ». *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 3(3), 58-62.

OCDE – Organisation de coopération et de développement économique (2005), *Manuel d'Oslo*, Eurostat. 102 pages

QUEIGE, L. (2015). L'émergence des startups du secteur touristique. *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 3 (3), 74-76.

VERGOPOULOS, H. (2017). L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ?. *Via Tourism Review* <https://journals.openedition.org/viatourism/1347>