

« Il faudra passer d'un tourisme de masse à un tourisme de luxe »

Romane Mugnier



Jeudi 7 et vendredi 8 septembre 2017 se déroulaient [les Entretiens de Vixouze](#), dont Usbek & Rica est le partenaire. Ce think tank international sur le tourisme a abordé, pendant ces deux jours, « *les scénarios possibles, probables ou improbables* » que l'on pourrait envisager dans 30 ou 50 ans. Serge Pilicer, président fondateur de ces Entretiens, revient sur les idées qui ont émergé de ces discussions.

Les débats des Entretiens de Vixouze ont pour objectif de « *défricher de nouvelles idées, aborder les nouveaux usages qui pourraient se mettre en place ou ne jamais voir le jour, ouvrir des cheminements mentaux pour imaginer le futur de nos tourisms* », nous explique Serge Pilicer.



Crédits : Serge Pilicer

Cette deuxième édition, au Château de Vixouze, a accueilli 304 personnes, et 53 intervenants. Parmi eux, Amy Zalman, experte américaine en matière de sécurité, l'astronaute Michael Lopez-Alegria, et Jorg Zipprick, journaliste spécialisé en gastronomie. Chercheurs, scientifiques, conseillers municipaux et PDG d'entreprises liés au développement du territoire ou du tourisme ont débattu autour de huit « *Pleinières* » et six « *Conférences des Imaginaires* ».

Usbek & Rica : Comment le réchauffement climatique pourrait-il modifier les infrastructures touristiques, voire transformer la nature de certains sites ?

Serge Pilicer : Aujourd'hui toutes nos infrastructures ont été pensées à court terme. Le choix qui a été fait était de réaliser des « pansements » afin de pouvoir se projeter dans dix ans, tout au plus. Sauf que dans 15 ans, nous devons tout raser, et dans 20 ans tout reconstruire à nouveau... Cet avenir-là, nous l'avons abordé dans les Entretiens de Vixouze. Par exemple, le futur incertain des stations de ski nous a poussé à réfléchir à cette question : allons-nous skier ailleurs que sur la montagne ? En premier lieu, on pense évidemment à la structure construite à Dubaï. On pourrait l'étendre à une station entière, à un domaine d'une dizaine de pistes de ski. Le climat induit des problématiques importantes dans ces zones de montagne. La caisse des dépôts, qui aide financièrement les stations, a déjà arrêté d'aider les centres touristiques situés à moins de 1 200 mètres d'altitude. Dans 20 ans, ce sera peut-être 1 800 mètres...



La neige, cette denrée rare, commence déjà à se montrer rare dès les vacances de Noël entre 1000m et 1500m.

Avec l'interdiction des canons à neige et donc, de la neige artificielle, pour des raisons écologiques : les adjuvants mauvais pour le sol, l'eau qui devient de plus en plus rare... Il faudra imaginer des structures géantes pour recouvrir des domaines entiers. Ou sanctuariser les lieux pour éviter de créer des infrastructures trop onéreuses ou polluantes. Passer d'un tourisme de masse, comme celui de l'hiver, à un tourisme de luxe.

« Le voyageur se rendra compte qu'il peut générer une source de revenus avec ces données »

À quoi ressembleront les parcs d'attraction du touriste du futur ?

Les parcs de loisir et d'attraction ont fait l'objet d'un débat lors des Entretiens de Vixouze. Ces infrastructures proposent une expérience thématique, imposée au touriste, qui subit passivement les activités proposées. Demain, l'expérience dépendra de l'utilisateur. Elle ne fonctionnera que lorsque l'utilisateur sera acteur. Aujourd'hui on s'amuse de tout, demain on s'amusera de rien. Mais ce rien est encore à définir : pas grand-chose, quelque chose de différent, autrement...



Crédits : Serge Pilicer

La data semble prendre une place de plus en plus conséquente dans le tourisme, notamment grâce aux notations de lieux sur Google ou des logements sur Airbnb. Pourra-t-elle, à terme, transformer le tourisme et plus particulièrement le touriste ?

La data véhicule la mutation, elle a complètement disrupté le tourisme ces dernières années. La plupart des grands groupes se sont désormais rendu compte de l'importance des données. Sans elles, ils perdent leurs clients, leur qualité de service ou d'expertise. Concernant le voyageur, son cheminement n'est et ne sera plus le même, grâce aux objets connectés ou aux plateformes, il deviendra consommateur et producteur. Plus tard, il voyagera différemment, consommera différentes formes de tourisms et se rendra compte qu'il peut générer une source de revenus avec ces données. Toute la data qu'il transporte lors de ses voyages a de la valeur. Une fois collectées sur un agrégateur de data, ces données pourraient servir à créer des produits pour le voyageur. Devenu ambassadeur de la data, le touriste pourra influencer les agrégateurs, devenir une sorte de Guide du routard 5.0.



« Je crée des données dès que je commente le logement airbnb, dès que je recherche un hôtel » Serge Pilicer

La data va considérablement modifier le tourisme, en amont, pendant et en aval. Mais plus que le tourisme, c'est l'être humain qui va changer. Une fois qu'il aura compris que l'on crée la valeur sur son dos, il va s'en décharger et demander une rémunération. Uber l'a déjà compris, ces structures vont se multiplier, la plupart de ces plateformes n'ont pas encore été inventées, mais le marché et la législation devront s'adapter à elles. Et les infrastructures actuelles n'auront pas le choix : soit j'accepte la mutation, soit je disparaîs.

« Des systèmes d'intelligence artificielle mettront à notre disposition des chefs capables d'imaginer des plats au plus près de nos goûts »

Le tourisme du futur va-t-il signer la fin des agences de voyages ?

La manière de choisir sa destination ne sera plus la même. Aujourd'hui, il est impossible de pré-consommer, de savoir concrètement ce qu'on peut vivre demain, il n'existe pas de voyages test. Mais avec la disparition des agences de voyages on peut imaginer des *showroom* d'immersion géantes. Oublier les catalogues, les photographies ou les vidéos sur Internet pour découvrir des pays.



« Expérimenter son voyage pour être sûr de vouloir se lancer » Serge Pilicer

Le départ ne sera pas seulement encouragé par un climat de confiance qui s'installe entre le voyageur et celui qui lui parle du voyage. Demain le corps va vivre l'expérience, son esprit sera transporté, tout ça grâce à une création expérimentale éphémère qu'on vivra véritablement.

Consommerons-nous la gastronomie locale de la même manière qu'aujourd'hui ?

Aujourd'hui, on a tendance à imaginer que la gastronomie du futur est la gastronomie moléculaire. Ce n'est pas le cas. Les technologies de l'information s'inviteront à travers des systèmes d'intelligence artificielle qui mettront à notre disposition des chefs capables d'imaginer des plats au plus près de nos goûts. Il manipulera des milliers de données et connaîtra certainement nos préférences et ce qui réveille le plus nos sens.

La question à se poser sera donc : avons-nous besoin d'être « en local » pour « manger local » ?

Les aliments n'auront pas forcément changé, mais la manière dont on s'informe sur eux oui. Il sera peut-être possible de connaître l'histoire de l'aliment, de faire défiler un film pédagogique, de connaître sa traçabilité, de savoir qui l'a cultivé et où. La technologie permettra d'accéder à de la gastronomie réelle, dans un environnement virtuel. Nous avons aussi abordé la thématique des cocktails, qui sont ancrés dans l'imaginaire du tourisme. La question à se poser sera donc : avons-nous besoin d'être « en local » pour « manger local » ?



Crédits : Serge Pilicer

Quels nouveaux métiers pourraient émerger autour de ce tourisme du futur ?

À force de sanctuariser les espaces, et avec l'augmentation du nombre de zones de conflit, du sentiment d'insécurité, du nombre de catastrophes naturelles, le métier d'assurance dans le tourisme va profondément se transformer. C'est un des sujets que nous couvrirons l'année prochaine dans les entretiens de Vixouze. Il faudra réinventer ce métier pour assurer le voyage des risques que nous n'avons même pas encore imaginé. Le tourisme sera alors de plus en plus onéreux, de moins en moins abordable et accessible... Dans 50 ans il faudra maîtriser l'immatériel.



« L'espace c'est le futur » Serge Pilicer

Et si le futur du tourisme était mathématique ? Nous sommes justement en train de travailler sur la création d'un poste de *chief mathematic officer*, pour organiser ses vacances. Intégré dans toutes les entreprises, il devra trouver la formule qui va bien ! Mais vu les risques que nous courrons avec le réchauffement climatique, il faut peut-être regarder ailleurs. L'espace, c'est le futur du tourisme. Plus que la terre elle-même.