



L'hyperloop circulerait en lévitation dans un tunnel, à 1 200 km/heure. Ici celui de l'américain Hyperloop One. HYPERLOOP ONE

Voitures volantes : bientôt une réalité ?

Cinq projets illustrent les évolutions du secteur, très loin de la caravane de grand-papa

Ce qui compte, ce n'est pas la destination, c'est le voyage», aurait dit Robert Louis Stevenson.

L'écrivain écossais – un des pionniers du tourisme – a su faire goûter ce plaisir du cheminement dans son savoureux *Voyage avec un âne dans les Cévennes*, paru en 1879. Bien des révolutions du transport sont passées depuis, qui ont bouleversé le déplacement et l'industrie touristique.

La dernière de ces mutations n'est pas la moindre. Elle fait la part belle à l'innovation numérique, l'intelligence artificielle et les nouvelles prouesses de la mobilité électrique. Elle est en train d'accoucher de nouveaux véhicules, moyens de déplacement et façons de bouger qui auront forcément des effets majeurs sur la manière d'envisager le tourisme. En voici cinq exemples.

Un transport par lévitation Un train qui lévite dans un tunnel géant et parcourt 1 200 kilomètres en une heure. Cette idée incroyable n'est pas une chimère et pourrait bien être testée au début de la prochaine décennie. Le projet lancé par Elon Musk, le fondateur de Tesla (qui s'en est

depuis détaché), s'appuie sur la technologie des tubes à air comprimé des anciens courriers pneumatiques.

Trois start-up sont en course pour être la première à faire fonctionner un hyperloop : la canadienne TransPod et les américaines Hyperloop Transportation Technologies et Hyperloop One (dans laquelle la SNCF a investi et qui vient de réussir à faire parcourir 450 mètres à 310 km/h à un prototype cet été). Ces deux dernières ont jeté leur dévolu sur les Emirats arabes unis, où elles espèrent relier Dubaï à Abou Dhabi en une dizaine de minutes.

C'est là, dans le désert de la péninsule Arabique, que les projets sont les plus avancés. Les deux émirats pétroliers ont décidé de faire du tourisme haut de gamme l'un des vecteurs de leur croissance hors pétrole.

Un véhicule volant Imaginez un drone gros comme une petite voiture capable de rouler au sol mais aussi de voler. Vous le faites venir avec votre smartphone, vous cliquez sur une destination ou un circuit, vous montez dans l'engin avec votre compagnon de voyage, et c'est parti pour un survol spec-

taculaire et exclusif de la baie de Rio, du Loch Ness ou du Grand Canyon du Colorado.

«Laissons l'humanité voler librement comme un oiseau.» C'est la devise d'Ehang, start-up sino-américaine basée à Canton et en Californie, et dont le prototype Ehang 184 est l'un des plus avancés parmi les nombreux projets de «voitures volantes». Ces véhicules seront expérimentés à Dubaï en conditions réelles cette année. D'autres entreprises mènent des projets similaires. Tel le prototype de véhicule modulaire volant Pop-Up lancé par Airbus et une filiale du groupe Volkswagen. Les progrès de ces engins sont fulgurants grâce à la montée en puissance de la propulsion électrique liée aux drones, capables aujourd'hui de soulever jusqu'à 100 kilos.

Un Combi électrique Volkswagen propose aux héritiers des voyageurs hippies des années 1960 un nouvel avatar du célèbre Combi, l'un des véhicules mythiques de la marque allemande, définitivement associé à l'idée de voyage libre, individualiste et décalé.

Dénoté ID Buzz, le véhicule-concept, présenté au Salon auto-

mobile de Detroit en janvier, est entièrement électrique grâce à une batterie autorisant 300 kilomètres d'autonomie. Les premiers véhicules, dont le design rappelle indéniablement le Combi original, devraient être proposés à la vente en 2022. Avec ID Buzz, la version «flower-power» des vacances devient donc également zéro émission, ce qui permet de fournir une offre de mobilité à une clientèle aux préoccupations environnementales.

Une navette autonome Créés pour fournir une offre de transport public dit du dernier kilomètre, les minibus électriques sans conducteur, ces nouvelles stars de la mobilité autonome, trouvent aussi leur place dans l'offre touristique, pour laquelle leur vitesse modérée et leurs vitres panoramiques sont bien adaptées.

Exemple avec la navette EZ10 de la start-up Easymile, de conception française (comme sa concurrente et autre leader du secteur, Navya), qui propose une balade sans chauffeur aux visiteurs du parc botanique Gardens by the Bay, à Singapour. Zoos, domaines hôteliers, parcs d'attractions, centres-villes historiques...

Les espaces semi-piétons, à vocation touristique ou de loisir, sont autant de marchés pour ces navettes capables en toute autonomie d'identifier les obstacles, de les contourner et de s'arrêter en cas d'urgence.

Une voiture-salle de fitness Projet encore très embryonnaire d'étudiants américains – déjà primé en octobre 2016 par le concours d'innovation de l'équipementier auto Valeo –, Wellness Unit Drive propose une transformation radicale de l'intérieur du véhicule, puisque la voiture devient une salle de fitness. L'idée est que le véhicule du futur – complètement autonome, dépourvu de volant, de conducteur, de cockpit – va être libéré de la contrainte de la conduite et de l'attention sur la route.

Les équipementiers automobiles sont très attentifs à cette évolution. Valeo, mais aussi le numéro un français des sièges et cockpits, Faurecia, anticipent le fait que la voiture sans conducteur peut devenir un lieu de loisir, de divertissement et peut-être, au bout du compte, le motif même du voyage. ■

ÉRIC BÉZIAT

AU PROGRAMME

Jeu 7 septembre

11h15 : Ouverture, avec Patrick Tacussel, sociologue.

11h45 : «Tourisme en 2030 : le train prendra-t-il l'avion en marche?», avec Derrick Xiong, cofondateur d'Ehang; Hélène Abraham, directrice générale adjointe d'HOP-Air France; Claudio Leonardi, chef de projet ClipAir/EPFL; Sébastien Gendron, PDG de TransPod Hyperloop; Rodolphe Jobard, président de Dronea.

12h30 : «Mon véhicule : un réservoir d'idées», avec Nordine Lazeregue, *business developer*, Navya Tech; Stéphanie Vincent-Geslin, docteure en sociologie, université Paris-Descartes; Alexandre Droulers, directeur des projets nouvelles mobilités, Uber Europe de l'Ouest; Anne-Caroline Paucot, écrivaine.

15h30 : «Les rôles des Etats», avec Christian Mantei, directeur général d'Atout France; René Collin, ministre du tourisme de Wallonie; Jean-Pierre Pinheiro, directeur de l'Office du tourisme du Portugal; Peter Keller, président de l'Association internationale des experts scientifiques du tourisme.

Vendredi 8 septembre

10 heures : «Tourisme et développement des territoires», avec Gabrielle Gauthey, directrice des investissements et du développement local de la Caisse des dépôts.

12 heures : «Réchauffement climatique et conséquences», avec Samuel Morin, Météo-France - CNRS, directeur du Centre d'études de la neige; Philippe Vallette, directeur général de Nausicaa; Armelle Solilhac, directrice de Switch Consulting; Emmanuelle George-Marcelpoil, directrice recherche-développement des territoires montagnards à l'Irstea.

14h45 : «Tourisme et plates-formes collaboratives», avec Emmanuel Marill, directeur général d'Airbnb France; Cédric Szabo, directeur de l'Association des maires ruraux de France; Claudy Lebreton, ancien président de l'Assemblée des départements de France; Youval Eched, délégué général des Maires ruraux de Corse.

15h45 : «Quel algorithme pour le futur de notre tourisme?», avec Amy Zalman, ex-présidente de World Future Society. **16h05 :** «Quelles planètes pour quels tourisms du futur?», avec Michael Lopez-Alegria, ancien astronaute de la NASA et ex-commandant en chef de la Station spatiale internationale.

Programme complet : Lesentretiensdevixouze.com

Les plates-formes de réservation bousculent les anciens modèles

Les acteurs historiques tentent de riposter aux ambitions des nouveaux entrants comme Airbnb, Expedia ou Priceline

Elles ne possèdent ni chambres d'hôtel, ni avions, ni trains, ni voitures mais font la loi dans l'industrie mondiale du voyage. Depuis deux décennies, des plates-formes de réservation hyper-puissantes telles qu'Expedia ou Priceline, propriétaire de Booking et de Kayak, bousculent des acteurs traditionnels qui avaient accompagné la massification du tourisme depuis les années 1950.

De plus en plus, les modèles inspirés du collaboratif «complèteront, sans les remplacer, ceux d'acteurs traditionnels, les obligeant à repenser leur offre et la façon de la commercialiser», estime Alain Dupeyras, responsable de l'unité tourisme à l'Organisation de coopération et développement économiques (OCDE).

En 2040, ce sont les «millennials» (nés entre 1980 et 1995) et la génération suivante des «Z» qui formeront en effet l'essentiel du bataillon des touristes. Ultra-connectés, ils privilégient l'économie de pair à pair, comme le montre le succès mondial d'Airbnb.

L'essor d'Airbnb

Lancée en 2008, la plate-forme se classe parmi les sites d'hébergement les plus visités, avec ses 3 millions d'appartements à louer entre particuliers. Et sa capitalisation boursière rivalise déjà avec celle de groupes hôteliers quasi centenaires : autour de 31 milliards de dollars, contre un peu plus de 38 milliards de dollars pour Marriott International, le numéro un mondial de l'hôtellerie. Une récente étude de

Mastercard prévoit que la croissance annuelle de la location d'appartements entre particuliers d'ici à 2025 atteindra en moyenne 31% par an, dans l'Union européenne, contre 4% pour l'hôtellerie traditionnelle.

Dans le transport, le covoiturage devrait progresser de 23%, contre seulement 2% pour les loueurs de véhicules traditionnels. Les nouvelles propositions inspirées de l'économie du partage se multiplieront, de l'organisation d'activité à la restauration (VizEat, qui permet de réserver un repas chez l'habitant), en passant par des formes insolites de transport (bateaux de plaisance, camping-cars) ou d'hébergement (Camp in My Garden, qui diffuse les offres de plein air entre particuliers).

Airbnb rêve lui-même d'incarner à l'avenir «une expérience hôtelière du voyage», explique son PDG, Brian Chesky. Outre la location d'appartements, le site propose depuis quelques mois à ses visiteurs des «lieux» et des «expériences» telles que la récolte de truffes. Il doit dévoiler en 2018 son outil de réservation de vols. A la manière des groupes hôteliers, il segmente aussi son offre, avec l'arrivée d'un nouvel «Airbnb premium». Booking développe lui aussi ses services et a enrichi son offre de location de maisons.

Le groupe AccorHotels fournit un bon exemple de la façon dont les acteurs historiques ripostent aux ambitions de ces plates-formes. Il a créé sa propre place de marché, ouverte aux hôteliers indépendants, qui se pose en alter-

native à Expedia et Booking. Il marche également sur les plates-bandes d'Airbnb depuis l'achat, en 2016, de Onefinestay, spécialiste de la location entre particuliers sur le haut de gamme, et s'est renforcé dans les services en mettant la main sur le leader mondial de la conciergerie d'entreprise, John Paul.

Une forme de partenariat

«On verra de plus en plus de stratégies d'intégration à la fois verticale et horizontale telles que celle-ci, afin de réintégrer la valeur ajoutée sur l'ensemble de la chaîne», juge Arnaud Thibésart, associé spécialiste du secteur de l'hôtellerie chez PwC France.

Faut-il y voir l'esquisse d'une convergence des modèles économiques entre les nouveaux en-

trants et les opérateurs traditionnels ou une bataille fratricide? Une forme de partenariat existe déjà. Car les pratiques des grandes plates-formes ont beau être décriées par de nombreux hôteliers, ceux-ci tirent une grosse partie de leurs ventes de canaux de distribution tels que Booking ou Expedia et, de plus en plus, Airbnb.

Pour Jean-Luc Bogros, associé de la start-up W-Inn qui travaille sur de nouveaux modèles dans le tourisme, «l'interopérabilité et la transparence des acteurs seront de plus en plus grandes, car c'est ce que souhaite le consommateur, et il comprendra encore moins dans quinze ans qu'aujourd'hui que les opérateurs du tourisme ne l'accompagnent pas dans ses expériences personnelles». ■

NADINE BAYLE