



# LE TOURISTE DE DEMAIN

TOURISME /  
MONTRÉAL

**CHAIRE**

**de tourisme  
Transat**

**ESG UQÀM**

*5e conférence annuelle sur les tendances touristiques  
Pierre Bellerose, Tourisme Montréal  
Paul Arseneault, chaire de tourisme Transat ESG UQAM*

# INTRODUCTION

---

- Changement du format de la conférence annuelle : feu roulant de mutations
- Davantage orientée autour du touriste, moins sur les intermédiaires et les outils
- Quatre grands mouvements:
  - Changement de l'ordre mondial
  - Démographie
  - Environnement
  - Technologie
- Tous quelque part prévisibles
  - N'ont pas tous un effet direct et immédiat



# CHANGEMENT DANS L'ORDRE MONDIAL

---



## 1.TENSIONS MONDIALES ET ENJEUX SÉCURITAIRES ●

---

- Repli commercial
  - Du référendum néerlandais d'avril au récent référendum italien, en passant par le Brexit et l'élection de Trump, s'égrène une série de scrutins qui donnent à la fois une réaction, mais aussi une certaine direction :
  - Remise en question des traités de libre-échange (ALÉNA/Accord de partenariat transpacifique et autres)
  - Incertitude à long terme de l'équilibre commercial mondial
  - Tensions commerciales en vue entre pays et grands blocs (EU-Chine-Russie-Mexique- autres)

# 1.TENSIONS MONDIALES ET ENJEUX SÉCURITAIRES ●

---



- Enjeux sécuritaires
  - Forte croissance du sentiment d'insécurité en Europe et au Moyen-Orient
  - Retour des frontières/visas/contrôles?
  - Le tourisme demeure une priorité élevée à l'échelle de Maslow - les gens vont continuer de voyager, mais ailleurs
  - Le tourisme domestique sera favorisé
  - Impact durable du terrorisme
  - Avantage pour le Canada comme destination touristique?



- Avant l'élection de Trump (...) la foi dans le progrès nous tenait encore lieu de boussole. C'est elle qui est aujourd'hui en question.

« *Progrès* », le mot est certes vague, mais il s'appuyait sur une réalité solide : le constat que, depuis l'après-guerre, la construction des États providences et la démocratisation de l'enseignement avaient inscrit dans un même sillon l'avancée des techniques, celui des conditions de vie et la libre détermination des peuples

-*Étienne Grass, auteur de Génération réenchantée* 6



## 2. DÉCLIN DE L'EMPIRE AMÉRICAIN •

---

- Protectionnisme et repli sur soi
- L'ère Trump
  - L'élection de Trump met au jour une démocratie désemparée
  - Trump est la conséquence d'un phénomène, pas la cause (un révélateur)
  - N'importe qui peut s'acheter une présidence
- Danger de désaffection de l'Amérique du Nord dans l'imaginaire touristique
  - Tensions avec la Chine et le Mexique auront un impact touristique réel
  - Menace d'imposer les visas à certains critères confessionnels
  - Obligation de se détacher de la marque «États-Unis» hors des É.-U., qui pourra être perçue négativement par les voyageurs potentiels

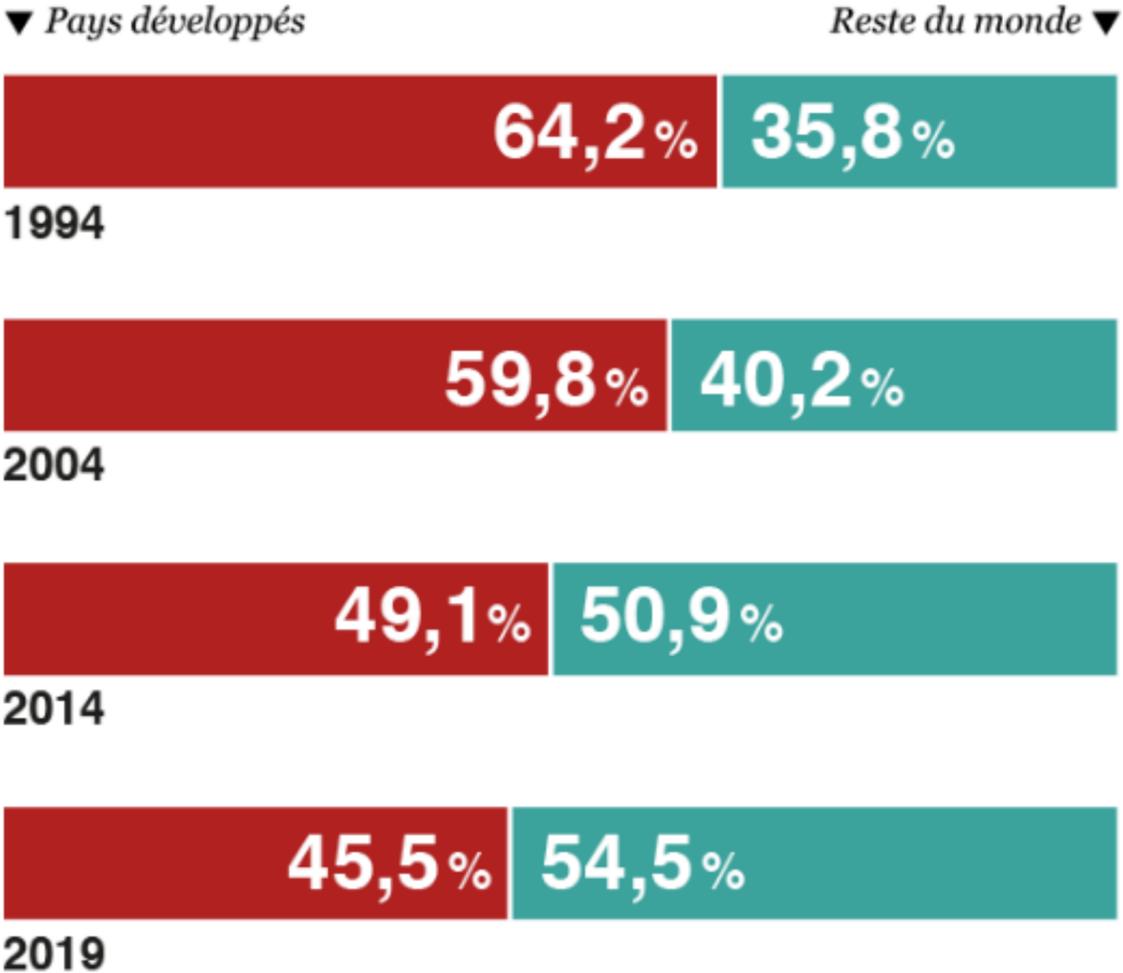
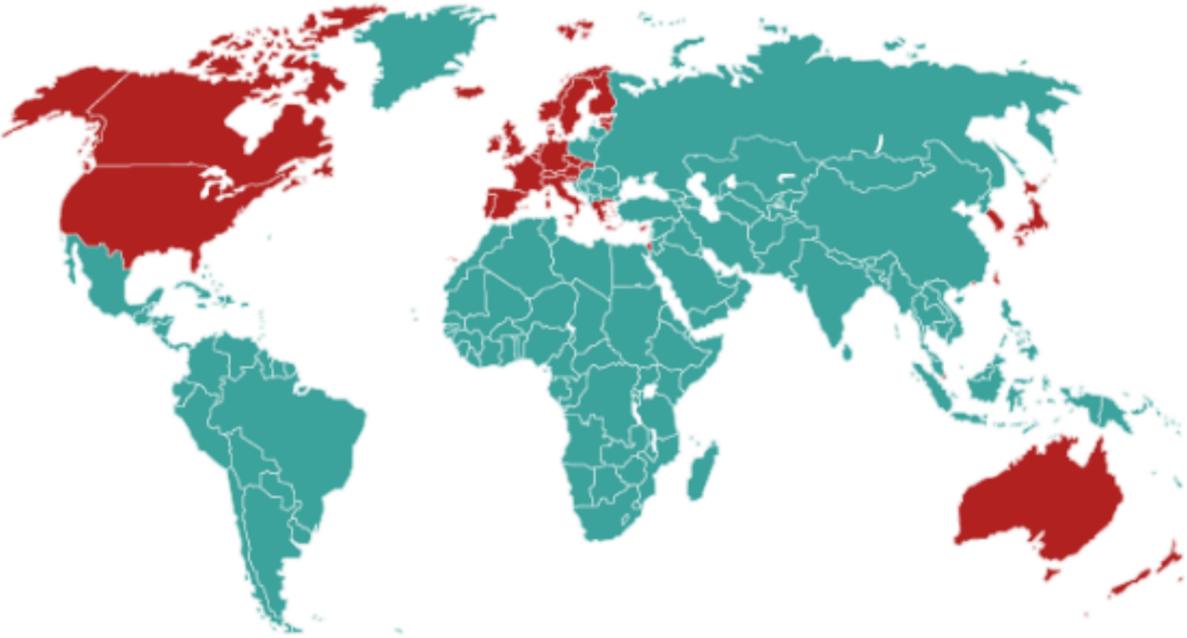


### 3. ALLIANCES NOUVELLES ET MULTIPLES ENTRE ÉTATS ET AFFAIBLISSEMENT DES BLOCS MONDIAUX ●

---

- Les alliances régionales s'affaiblissent
- Dilution des accords de libre-échange
- Dans 10 ans, aucun pays ne prédominera seul sur la scène internationale
- Pouvoir plus diffus et un nombre croissant d'États et d'acteurs intranationaux auront un rôle de gouvernance plus important
  - Puissance accrue des groupes privés, des villes et des OGD
  - Montée du marketing de destination et de l'attractivité territoriale horizontale

# La part dans le PIB mondial



## 4. LE POUVOIR AUX ÉCONOMIES ÉMERGENTES ●

- Selon la Banque mondiale, la Chine générera le tiers de la croissance mondiale d'ici 2025, davantage que n'importe quelle autre économie, et ce, malgré le ralentissement actuel de sa croissance.
- D'ici 2025, les économies émergentes auront une croissance 75 % plus rapide que les pays développés.
- PIB mondial des pays développés = 49 %



Les pays en développement devraient générer **57%** du PIB mondial d'ici 2030.



Les pays en développement regrouperont 440 villes parmi les plus rapides en terme de croissance, qui généreront **47%** du PIB mondial d'ici 2025.

## 4. LE POUVOIR AUX ÉCONOMIES ÉMERGENTES ●



- L'activité économique et la croissance sont en train de se déplacer vers l'Asie et l'Amérique latine
  - L'Inde est en train de connecter ses régions rurales à Internet, avec le soutien de Facebook et de Microsoft = immense potentiel pour le commerce en ligne
  - Amazon et Alibaba investissent massivement en Inde
- D'ici 2025, il y aura davantage de grandes entreprises (CA de 1 milliard \$ et plus) en Chine qu'aux États-Unis ou en Europe
- D'ici 2025, près de la moitié des grandes entreprises auront leur siège social dans les marchés émergents, selon le McKinsey Global Institute
- Conséquence de la hausse du pouvoir d'achat :
  - Singles' Day en Chine (11 novembre) plus important événement de magasinage en ligne au monde
  - En 2015, Alibaba a généré 5 milliards USD de ventes dans les 90 premières minutes, et 14 milliards USD en seulement 24 h
    - En 2016 : 17,8 milliards USD.



## 5. PERTE D'IMPORTANCE DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES ●

---



- Domination de l'Occident dans les organisations internationales – ex. Conseil de sécurité de l'ONU, Banque mondiale et Fonds monétaire international – seront probablement transformés
- L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et *The World Travel & Tourism Council* (WTTC) auront de moins en moins d'impact, et devront modifier leurs rôles et interventions
  - La réglementation et leur système de fonctionnement se modifieront
  - Le multilatéralisme ne sera plus le mécanisme obligatoire
- Autoréglementation accrue des acteurs touristiques sectoriels (aérien, croisières, hôtellerie, etc.)

## 6. RÈGNE DES GRANDS GROUPES ●

---

- Les entreprises privées prennent le contrôle du cyberspace qui causera une perte des valeurs publiques
- 92 % des réservations mondiales sur OTA auprès de trois groupes : Priceline (Booking.com), Expedia et Ctrip
- Le phénomène de concentration se poursuivra
- WeChat (la super-application chinoise), «all in one app»
  - Volonté de prendre le «contrôle» de l'individu

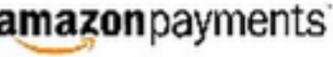




## 6. RÈGNE DES GRANDS GROUPES ●

---

- Des grands groupes technologiques redéfinissent notre mode de vie:
  - Rien d'acquis dans ces grands réseaux qui sont des marqueurs générationnels
  - Oligopoles absolus
- Google aura 20 ans en 2018
  - Capitalisation boursière de 500 milliards \$ US
- Course à l'innovation et croissance dans d'autres secteurs que le leur
  - Peuvent «disrupter» n'importe quel secteur:
    - Se substituent à certaines missions traditionnelles des gouvernements, des autres joueurs et des acteurs touristiques
- Transparence et fluidité absolue (transcendante!) pour le visiteur de 2030, au-delà de l'accueil, de la mobilité et de l'information

				
 TELECOM & IT	 Fiber	 Apple Sim	 WhatsApp	 Cloud Drive
 HEALTH	 Calico	 HealthKit	 Move	 Marketplace
 RETAIL	 Shopping express	 iBeacon	 Facebook "Buy" Button	 Grocery Delivery
 ENERGY & UTILITIES	 Smart home	 Solar Power	 Internet.org project	 Fulfillment by Amazon
 MEDIA & ENTERTAINMENT	 Play	 iTunes Radio	 Oculus	 Gamers Video platform
 FINANCIALS	 Wallet	 Apple Pay	 Friend-To-Friend Payment <sup>1</sup>	 Payments API
 MOBILITY, TRAVEL & LEISURE	 Car	 CarPlay	 Messenger + Uber integration <sup>1</sup>	 Media app for connected cars

<sup>1</sup> Rumoured to be launched soon

# 7. ÉLARGISSEMENT DES FLUX MONDIAUX ●

---

- Les flux mondiaux s'intensifient (commerce, capitaux, population, informations), mais à des rythmes différents selon les blocs économiques
- L'Asie est en passe de devenir la plus grande région commerciale. Les flux entre pays émergents s'intensifient (ex. : entre la Chine et l'Afrique)
- La technologie continue de participer à cette tendance
- Malgré le repli politique, la croissance démographique et l'arrivée des classes moyennes asiatiques feront croître le tourisme
  - Au cours des cinq dernières années, plus de 2500 routes ont été créées et 340 nouveaux aéroports verront le jour d'ici 2025
  - Grâce à ces connexions améliorées, voyager devient plus facile que jamais, à un moindre coût relatif





# NOUVEAUX ENJEUX DÉMOGRAPHIQUES

---



**Migrants internationaux  
en 2015, hausse de 41%  
comparé à 2010.  
Source: Nations Unies**

## 8. MIGRATIONS ●

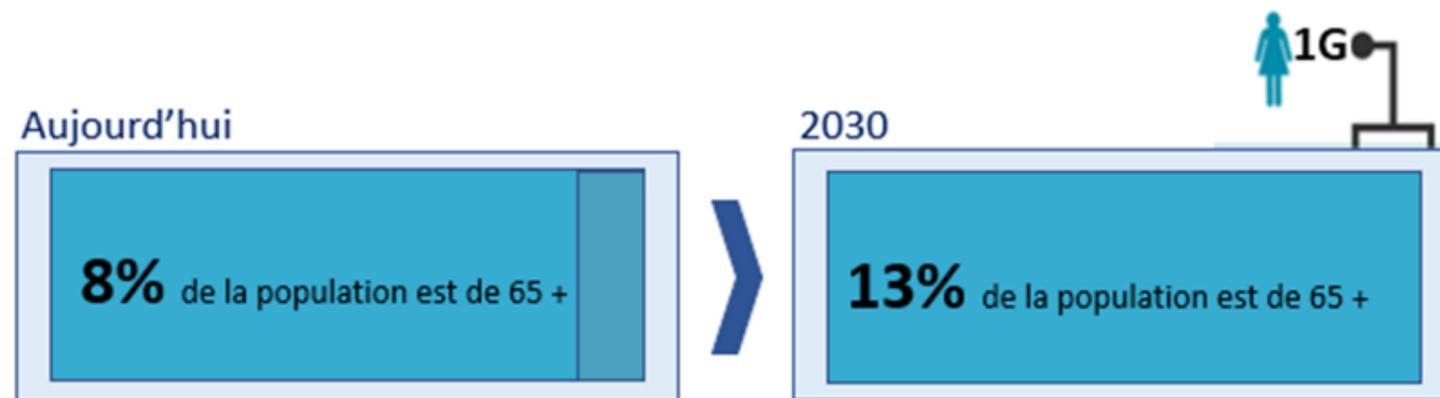
---

- Importance croissante de la migration internationale, qui est devenue partie intégrante de nos économies et de nos sociétés
  - Près de la moitié des migrants internationaux dans le monde sont nés en Asie
- Deviendra de plus en plus un enjeu transfrontalier
  - Demande pour une main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée stimulera la migration mondiale
  - Migrations se mondialiseront davantage, car les pays riches et les pays en développement souffrent de pénuries de main-d'œuvre
    - Impacts directs sur le tourisme
- Migration interne atteindra des niveaux plus élevés que la migration internationale en raison notamment de l'urbanisation rapide et des changements climatiques

## 9. VIEILLISSEMENT ET MUTATIONS DÉMOGRAPHIQUES MONDIAUX ●

---

### Population mondiale



Source: KPMG

- 2012: seuls le Japon et l'Allemagne avaient un âge médian de plus de 45 ans
- 2030: la plupart des pays européens, la Corée du Sud et Taiwan auront franchi cette catégorie d'âge
- Nombre de pays jeunes (âge médian de 25 ans ou moins) déclinera, passant de 80 aujourd'hui à 50 en 2030

## 9. VIEILLISSEMENT ET MUTATIONS DÉMOGRAPHIQUES MONDIAUX ●

---

- Conséquences :
  - La population active déclinera en taille, travaillera plus longtemps, et la proportion des travailleurs âgés augmentera
  - Âge de la retraite plus tardive = augmentation de l'âge moyen des voyageurs d'affaires
  - Nécessité d'adapter les services touristiques
  - Augmentation des vacances intergénérationnelles
  - Impacts importants au niveau des ressources humaines surtout dans l'industrie des services et du tourisme





## 10. PERSONNES SEULES ●

---

- Hausse de 32 % des personnes vivant seules, entre 2016 et 2030
  - Plus forte hausse parmi tous les types de ménage
  - + de 55 ans : 63 % des ménages de personnes seules en 2030 (US Census Bureau)
  - Baisse dans les autres catégories d'âge
- D'ici 2030, près de 40 % des foyers canadiens seront constitués de personnes seules
- Aux États-Unis, la moitié des femmes en âge d'avoir des enfants n'en ont pas (US Census data)

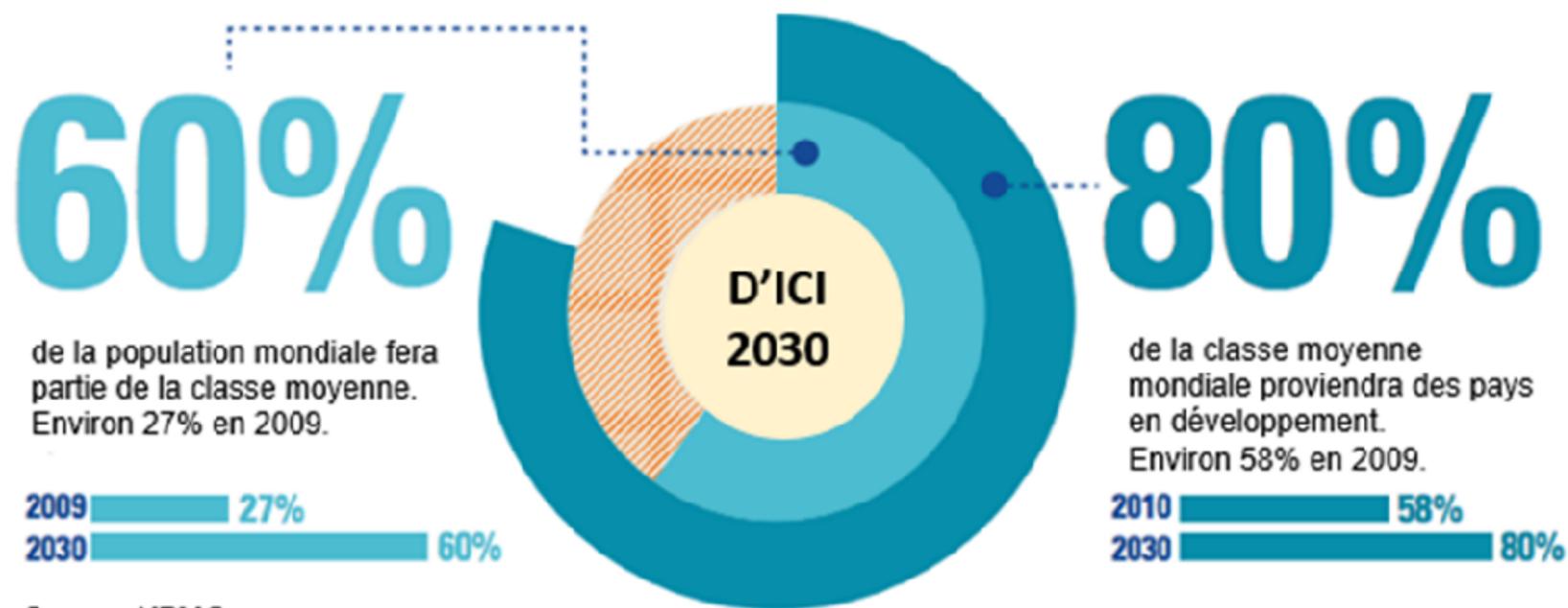


## 10. PERSONNES SEULES ●

---

- ▶ Nouveaux rôles familiaux et motifs de voyages
  - ▶ Les marketeurs ciblent de + en + les «*Savvy Aunties*», segment de clientèle en hausse
- ▶ Le voyage sera la nouvelle forme d'affirmation de l'individualité
  - ▶ Différentes socialisations à destination

## 11. MULTIPLICATION DE LA CLASSE MOYENNE ●



Source: KPMG

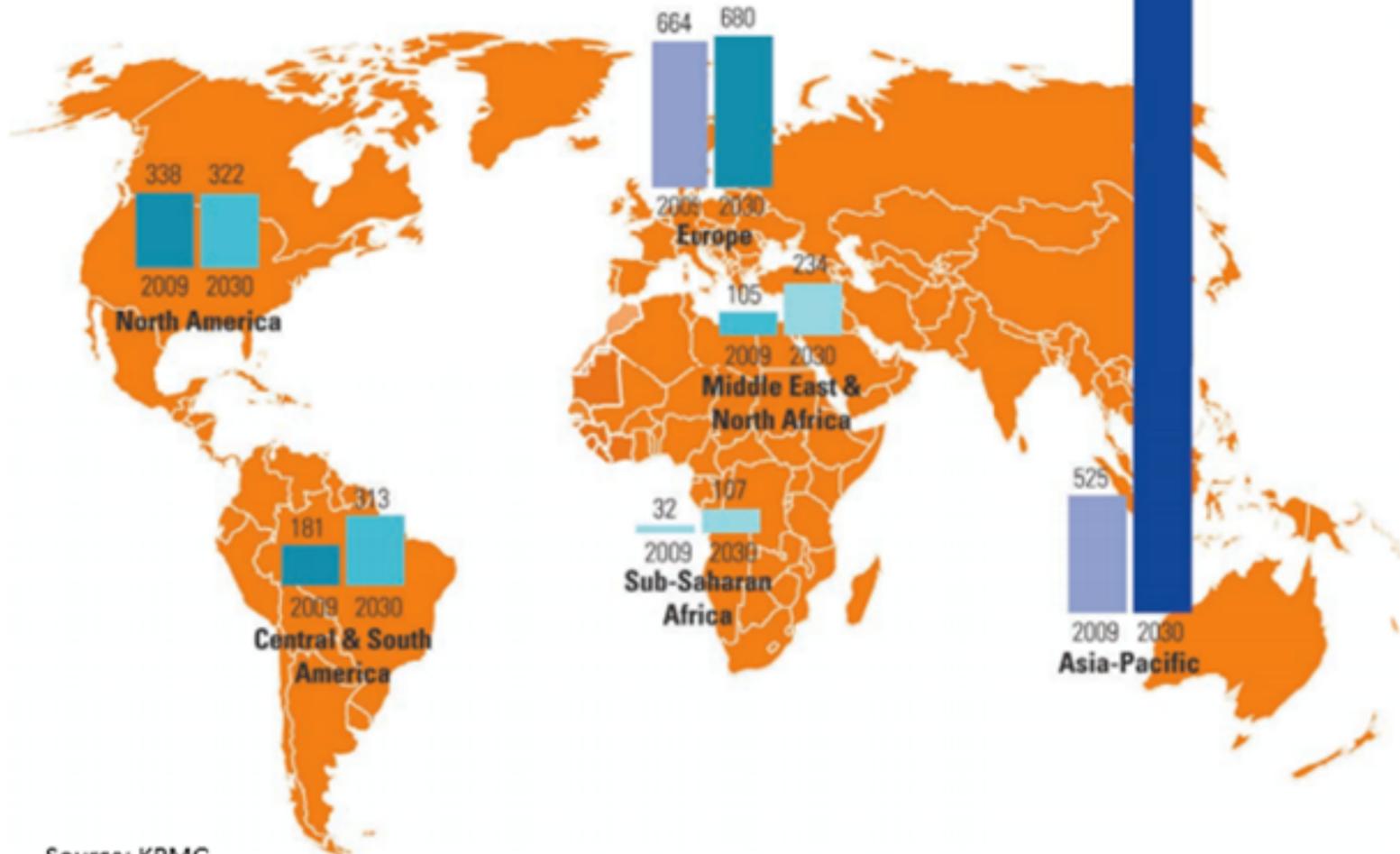
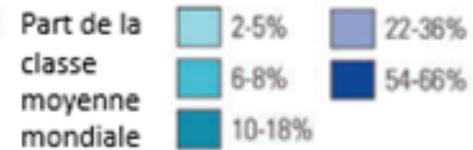
- Importante diminution de la pauvreté extrême d'ici 2030
- D'ici 2022, il y aura plus de personnes de la classe moyenne que de pauvres (Asie)
- La Chine devrait voir sa croissance économique ralentir d'ici 2020, empêchant sa population de sortir de la classe moyenne
- Visa estime que près de la moitié de tous les ménages à travers le monde seraient en mesure de se payer un voyage en 2025

# 11. MULTIPLICATION DE LA CLASSE MOYENNE :

## SURTOUT ASIATIQUE ●

### Multiplication de la classe moyenne en 2030

Taille de la classe moyenne mondiale en millions de personnes



Source: KPMG

- La Chine est devenue le 1er pays générateur en matière de dépenses touristiques à l'étranger en 2015 : 292 milliards USD, soit plus du double de celles des États-Unis (au 2e rang)
- Hausse de plus de 1240 % en 10 ans
- Conséquence : la part du tourisme dans la région Asie-Pacifique croîtra de manière exponentielle



China Stringer Network/Reuters

Gare de Zhengzhou le premier jour de la «Semaine d'or»,  
semaine de congé accordée par le gouvernement  
Près d'un demi-milliard de voyageurs se déplacent  
durant cette seule semaine

Les passagers inondent une gare le premier jour de la Fête  
chinoise de la mi-automne à Wuhan, dans la province de Hubei



Zhengzhou, Henan province/REUTERS/Stringer

## 12. L'HUMANITÉ S'URBANISE RADICALEMENT •

- La population urbaine devrait atteindre 4,9 milliards de personnes en 2030, ce qui représentera 60 % de la population mondiale (vs 50 % aujourd'hui)
- Le nombre de mégalofoles (+ de 10 millions d'habitants) sera de 37 en 2025 (vs 20 aujourd'hui)

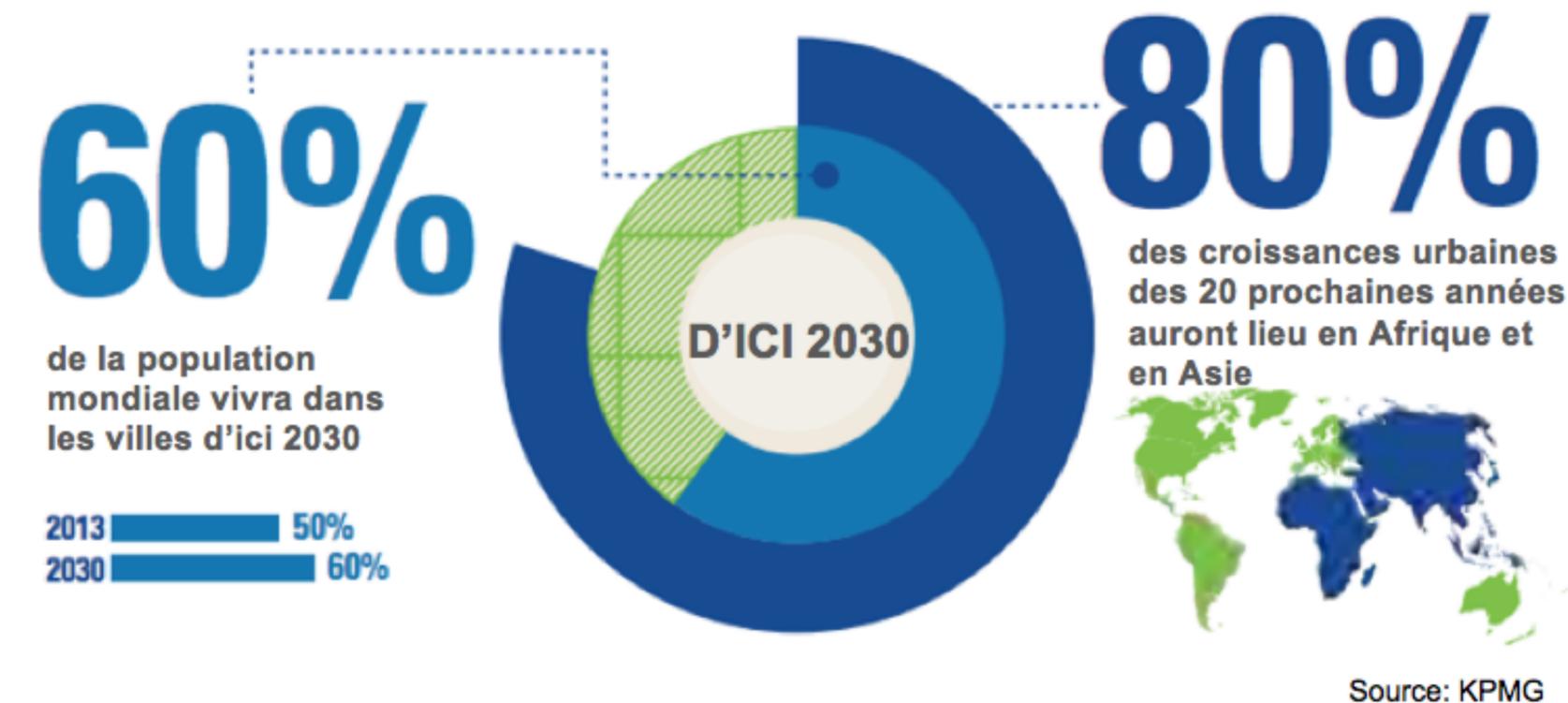
### LES PAYS S'URBANISENT DE PLUS EN PLUS

La population urbaine augmentera

de **65 millions** de personnes chaque année

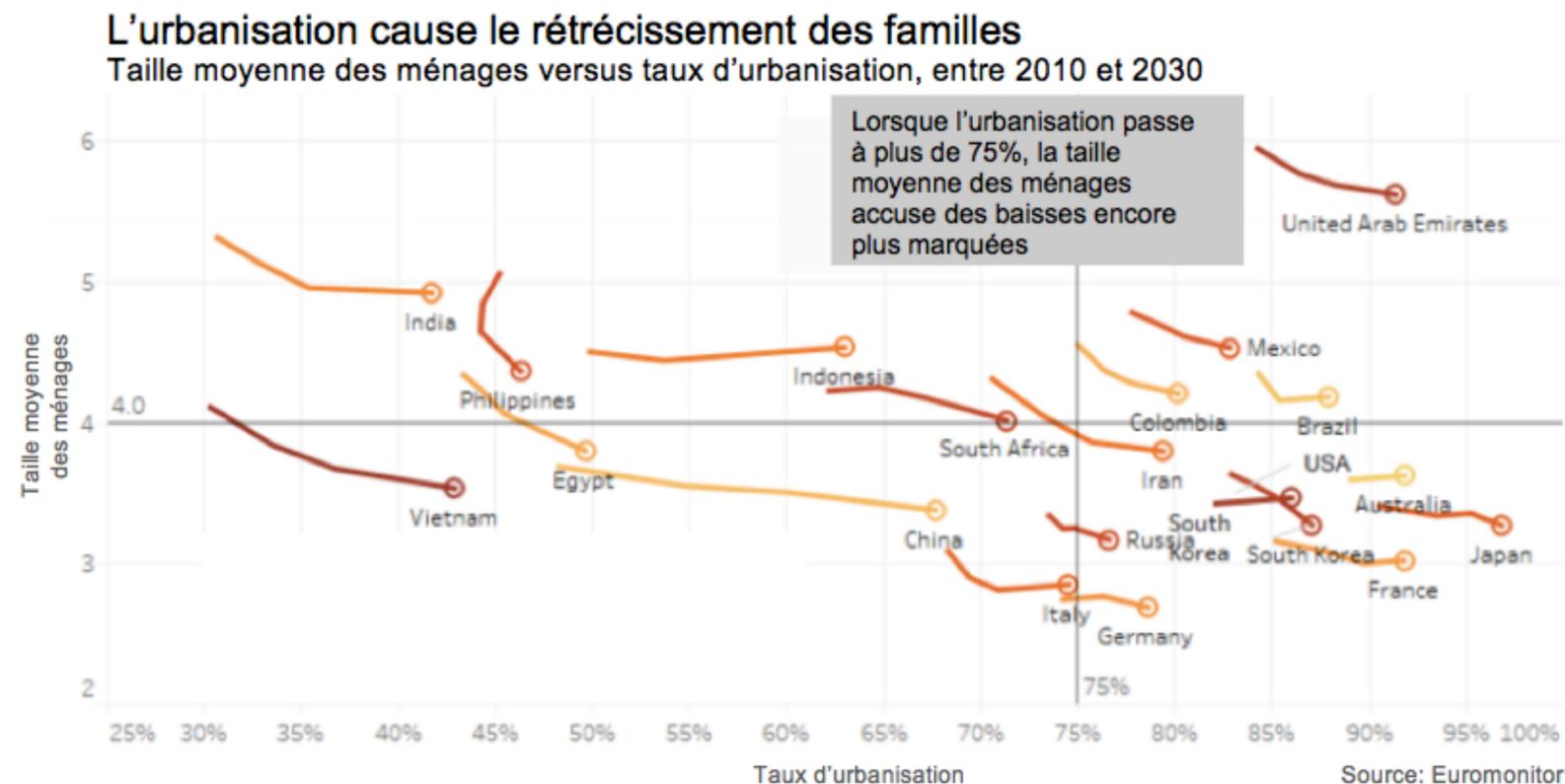


Source: McKinsey & Company <sup>26</sup>



# 12. L'HUMANITÉ S'URBANISE RADICALEMENT ●

- Selon Euromonitor, la taille des ménages diminuera
- Métissage/familles multiculturelles : la population parlera au moins 2 langues
- Smart Cities et destinations intelligentes
  - Nouvelles consommations touristiques urbaines
  - L'importance des villes comme milieu de vie et réceptacle de beauté
- Rendre la ville intelligible pour le visiteur avant de la rendre intelligente



## 13. FORTE ASPIRATION À L'AUTONOMISATION ET À L'ÉMANCIPATION DES INDIVIDUS ●

---



Source: KPMG

- Les technologies permettent l'émancipation des individus
- Dans les pays en voie de développement, les réseaux sociaux ont joué un grand rôle qui a permis aux individus d'émettre leur opinion, d'organiser des protestations, de façonner le discours et de mettre de la pression
- Extrême fragmentation des besoins, goûts, opinions
- De nouveaux marchés et de nouveaux segments de clientèles inconnus à ce jour apparaîtront, avec de nouvelles attentes et de nouveaux standards
- Accès désormais possible à ces mêmes marchés et segments

## 14. LES MILLÉNAUX AU POUVOIR ●

- Nés entre 1982 et 2000, ils composeront le groupe de travailleurs actifs le plus important en 2020
- Le poids démographique prendra de plus en plus d'importance
- La plus riche de toutes les générations depuis 1943
- Groupe hétéroclite qui rejette la hiérarchie
- Être propriétaire possède moins de valeur à leurs yeux



## 14. LES MILLÉNAUX AU POUVOIR ●

---

- Conséquences sur le tourisme :
  - Créent les nouveaux standards
  - Seront porteurs de nouvelles aspirations
  - Considèrent les voyages comme un droit et non une récompense
  - Recherchent du sens et de la valeur en voyage (lié au climat anxiogène)
  - Veulent voyager et non faire du tourisme
    - Popularité de lieux uniques
- Entrepreneurs co-nomades
- Fin du marketing touristique?
  - La confiance est importante



# ENVIRONNEMENT SOUS TENSION

---

# 15. RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE : DE LA THÉORIE À LA TRISTE RÉALITÉ ●

---

- Hausse du niveau de la mer
  - En Gaspésie, presque 70 % des côtes sont touchées par le phénomène de l'érosion, qui avance d'un pied par année en moyenne
  - D'ici 50 ans, uniquement pour la Gaspésie et les Îles de la Madeleine, les données compilées pour les infrastructures chiffrent les pertes à plus de 776 millions de dollars (Ouranos)
  - 50 % du littoral du Québec maritime composé de côtes en érosion, 43 % potentiellement à risque de submersion
  - Plus de 4 000 bâtiments — résidences principales et secondaires, bâtiments commerciaux et services publics — sont situés dans la zone à risque de submersion ou d'érosion projetée sur un horizon de 30 à 40 ans



# 15. RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE : DE LA THÉORIE À LA TRISTE RÉALITÉ ●

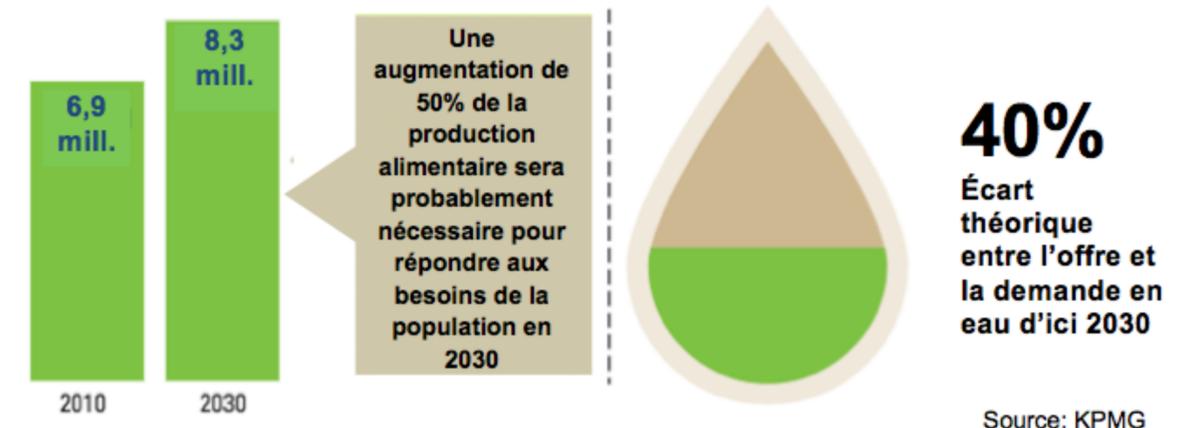
---



- Les effets prévisibles du réchauffement climatique affectent de plein fouet l'industrie touristique mondiale, et québécoise
- Modification des comportements de vacances, et des attentes élevées en matières touristiques (pas optimal de laisser les infrastructures touristiques en place après la fin de la saison)

# 16. ENJEUX ÉNERGÉTIQUES ET TENSIONS INTERNATIONALES •

- Ressources énergétiques en forte demande
  - D'ici 2030, l'Agence internationale de l'énergie prévoit une augmentation approximative de 40 % de la demande en énergie
- La production et la consommation mondiale, ainsi que les effets cumulatifs des changements climatiques, augmenteront davantage la pression sur les ressources naturelles, déjà limitées
  - Les futurs conflits seront causés par la quête du contrôle des sources d'énergie
- Le tourisme est un important consommateur d'énergie et de ressources
  - Augmentation des prix, repli des États pour protéger les sources d'énergie





À Zanzibar, les touristes consomment 16 fois plus d'eau que les populations locales qui n'utilisent en moyenne que 93,2 litres d'eau par personne et par jour contre 3 195 litres dans un hôtel 5 étoiles

Dans les chambres d'hôte, la consommation diminue, mais reste tout de même 7 fois plus importante que la moyenne, avec 686 litres par jour

*Tourism Concern*

*«Water Equity in Tourism – A Human Right, A Global Responsibility»*



## 17. RETOUR À LA NATURE ●

---

- Suite à la forte urbanisation, l'appel de la nature sera plus fort et plus difficile
  - Déficit nature déjà important
- L'environnement est un nouvel intérêt des clientèles, surtout dans les métropoles pour les classes aisées de la population
  - Tentation de reproduire des environnements naturels «synthétiques» en milieu urbain...
    - Apple store à Londres et une boutique éphémère de Google à NYC ont changé leur design pour un style moins froid et plus naturel (bois, nature)
    - *Rosemont Hotel and Residence* à Dubai et sa forêt tropicale
- L'accès aux espaces naturels protégés sera un luxe



## 18. L'ÈRE DE LA SENSIBILITÉ ET DES DÉFIS ÉTHIQUES ●

---

- Préoccupations grandissantes des touristes pour les causes sociales, humanitaires et environnementales
- Importance de la transparence des entreprises (ex. *Glassdoor*)
- L'environnement éthique et la santé sociale deviendront des données connues
- Passe d'un vœu pieux à un réel critère de choix
- Au-delà de l'écogeste, le local-geste. Importance d'avoir une stratégie locale.
- Économie circulaire (politique locale et zéro déchet)



## 18. L'ÈRE DE LA SENSIBILITÉ ET DES DÉFIS ÉTHIQUES ●

---

### Are you in Nepal?

We've activated our disaster response tool in Nepal—so if you're looking for a place to stay, you can connect with people in your area who're offering to host for free.



#### Host people in need.

Open your doors to those displaced by the earthquake.

List Your Space



#### Find a place to stay.

Connect with hosts who are sharing their homes for free.

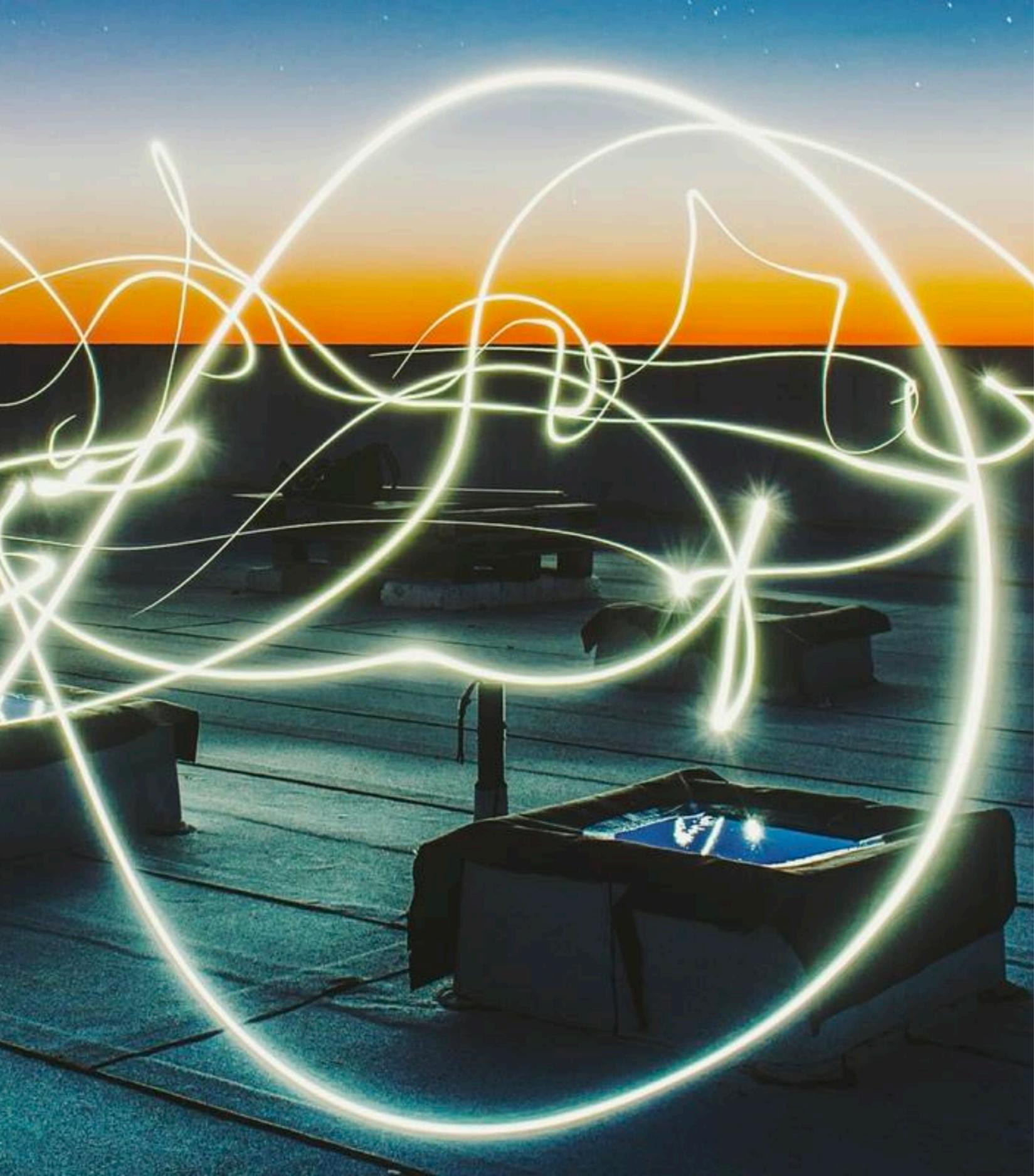
Find Lodging

- Importance accrue de la responsabilité sociale (ex. : TripAdvisor et Airbnb)
  - Le «bouton» responsabilité sociale comme critère sur les sites des OTA
- Apparitions de nouvelles certifications
- Les gens s'attendent à ce que les entreprises fassent preuve d'éthique
- Éthique de la gestion et de l'utilisation des renseignements nominatifs et non nominatifs
- Le manifeste de l'hôtel OKKO
  - Métier de Guest relation manager, en relation permanente avec la clientèle



# TECHNOLOGIES DISRUPTIVES

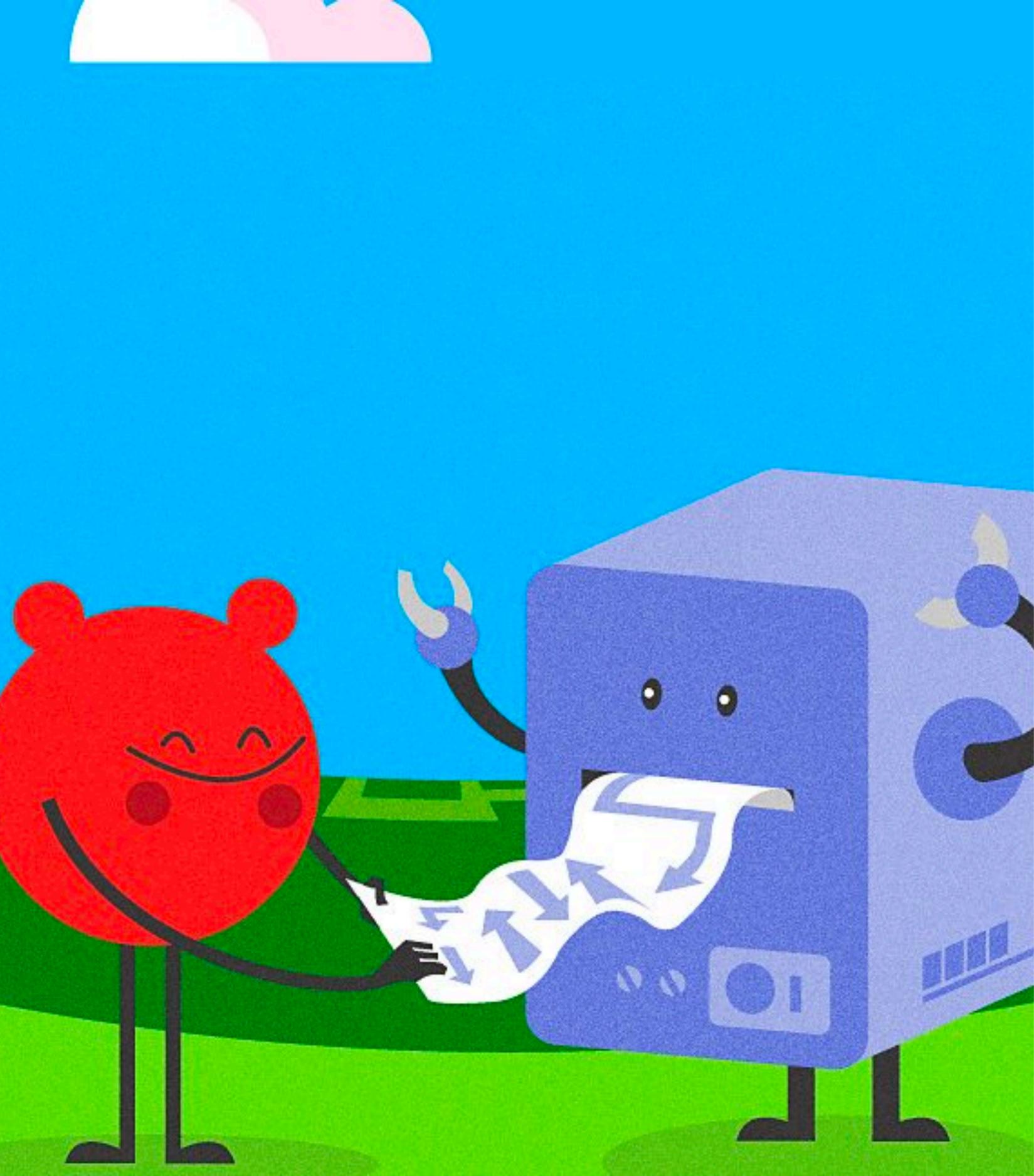
---



## 19. ALGORITHMES ●

---

- Suite à un traitement mathématique complexe, les algorithmes déterminent l'accès à l'information à travers des choix et des valeurs éditoriales induites par ses concepteurs
- Ce sont des modèles hybrides, mi-numériques, mi-humains.
- Amazon, Google, Facebook, Booking, etc.
  - Ils font tous énormément d'applications et de recherche dans ce secteur
- On prédit que dès 2023, le mix Algorithmes et *Big data* rendra caduque le recensement
- Enjeux futurs : non seulement de cibler les voyageurs potentiels selon des marchés, des segments ciblés et des comportements via les algorithmes, mais également de choisir les canaux en accord avec les valeurs de la marque
  - Apparition d'une segmentation éthique?



## 19. ALGORITHMES ●

---

- Application Hopper prédit, à l'aide d'un algorithme, les prix des billets d'avion pour la prochaine année et conseille le consommateur sur le moment idéal pour acheter maintenant ou attendre
- Le nouvel algorithme de classement de Tripadvisor
- L'avenir permettra des algorithmes de plus en plus «intelligents», mais suivra toujours le même objectif : prédire le mieux possible les comportements ou les besoins du voyageur à partir de ses déambulations, achats, visites de site web ou toutes autres traces physiques ou virtuelles de son séjour



## 20. ABANDON DE LA VIE PRIVÉE ●

---

- Avec la rapidité de transmission des images et des données numériques, plus personne n'est à l'abri du regard des autres
  - Avec les mégadonnées, notre vie privée devient de plus en plus difficile à protéger
  - Dérives possibles en termes de surveillance
- Accès illimité à l'information contre consentement aux cookies et aux pixels
- Enjeux touristiques de la qualité des services VS abandon de la vie privée



C'est par le croisement de grands ensembles de données qu'on finit par être en mesure d'identifier des individus

Des recherches ont montré qu'il est possible, grâce à des algorithmes hyperpuissants et au croisement d'immenses banques de données, de retrouver un certain nombre de données personnelles comme votre numéro d'assurance sociale, votre numéro de carte de crédit ou votre adresse

*Maxime Ouellet, professeur à l'École des médias de l'UQAM,  
cofondateur du Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien* 43

## 20. ABANDON DE LA VIE PRIVÉE ●

---

- Paradoxe du tourisme : l'industrie recherche les données, le visiteur cherchera à les protéger:
  - Nominatif VS non-nominatif
  - Laisser ses traces numériques dans le cycle du voyageur



# 21. INTERNET DES OBJETS RÉVOLUTIONNERA LE TOURISME ●

---

- L'Internet des objets pourrait changer nos vies aussi radicalement que l'Internet l'a fait
- Selon le Forum économique mondial :
  - Plusieurs objets pourraient être reliés en permanence à un réseau de communication
  - 10 % de la population portera des vêtements connectés d'ici 2022
- Mille milliards d'objets connectés en 2025
  - Utilisation des données pour un parcours numérique «sans coupures» grâce aux capteurs
  - Du bagage connecté au streaming en vol, Lufthansa développera un parcours digital continu depuis la maison jusqu'à l'arrivée (investissement de 500 M€)

## TECHNOLOGIES À SURVEILLER

Impact économique potentiel en 2025



**Internet mobile**

\$4 billions - \$11 billions



**Automatisation du travail**

\$5 billions - \$7 billions



**Internet des objets**

\$3 billions - \$6 billions



## 21. INTERNET DES OBJETS RÉVOLUTIONNERA LE TOURISME ●

---

- L'Internet des objets transformera l'accueil et l'expérience à destination
- L'avenir aux *beacons*? C'est un système de géolocalisation qui permet de reconnaître un téléphone intelligent dans une très petite zone (moins de 30 à 50 m).
  - Intégrer dans un circuit touristique
  - Donner l'information sur les *lounges* d'aéroports
  - Service VIP
  - Recevoir des offres promotionnelles (*push*) ou donner de l'information dans un musée
  - Bien s'orienter dans le réseau piétonnier intérieur de Montréal...



## 22. VOITURE AUTONOME ET MOBILITÉ ●

---

- La voiture autonome a le potentiel de disrupter le modèle de transport, d'améliorer la sécurité et diminuer les émissions de CO2
  - Selon le Forum économique mondial, les voitures autonomes représenteront 10 % du parc automobile aux États-Unis en 2026
  - Cabinet *IHS Automotive* prédit qu'en 2050 les voitures autonomes représenteront 100 % du parc mondial
- L'automatisation des transports assurera son optimisation
  - Les voitures pourront rouler plus vite, plus proche et en transportant plus de personnes par véhicule



## 22. VOITURE AUTONOME ET MOBILITÉ ●

- Démocratisation des «TaxiBots» (taxi-robot, véhicules autonomes sans chauffeur), divisant ainsi par dix le prix d'une course selon une étude de l'université de Columbia appliquée à la ville de New York
- 9 000 taxibots pourraient remplacer les 14 000 taxis jaunes de New York, pour un délai d'attente moyen de 36 secondes pour trouver un véhicule
- Taxibot pourrait prendre le pas sur la voiture particulière



## 23. RÉALITÉS VIRTUELLES ET SUPERPOSÉES ●

---

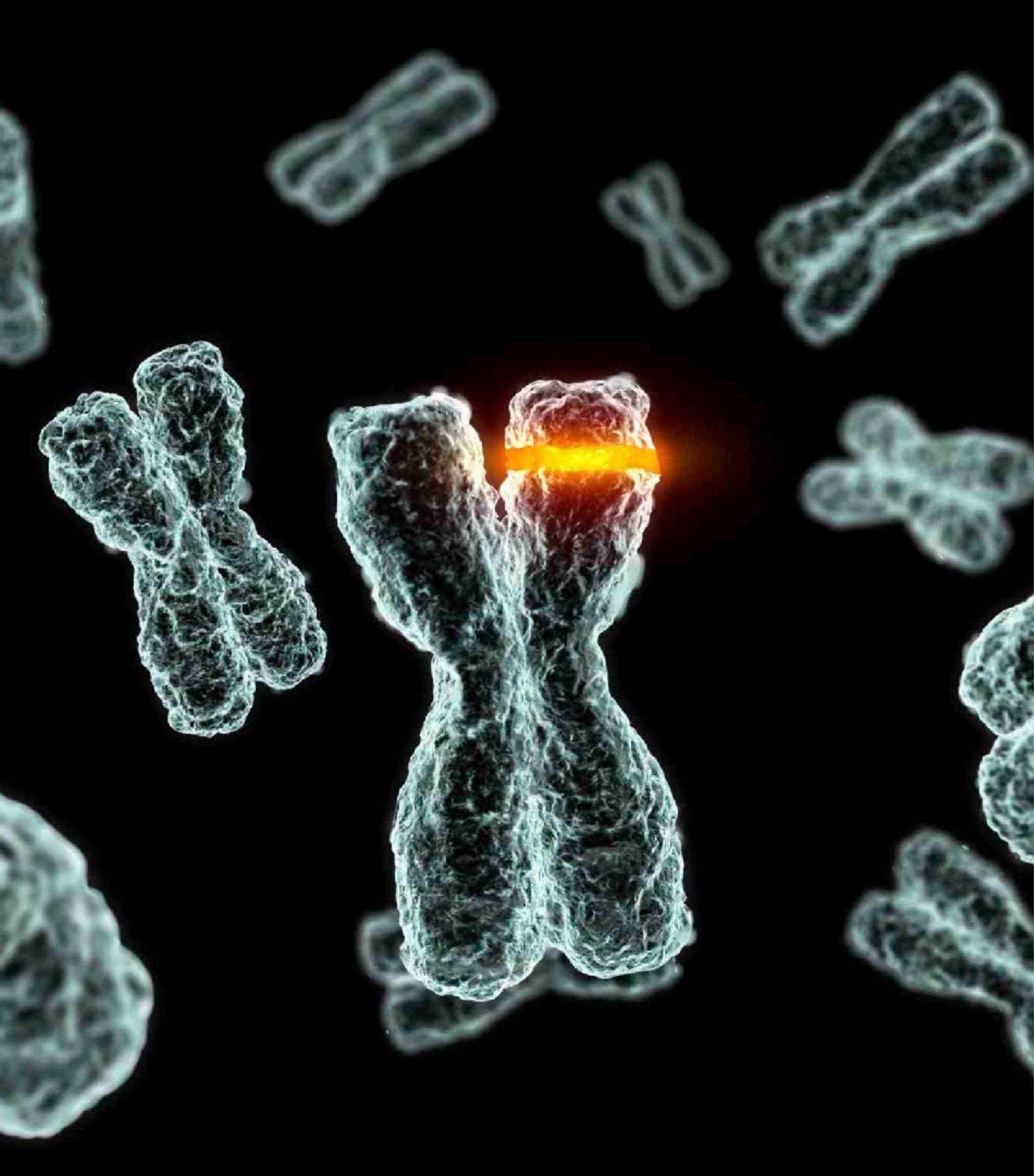
- On se libérera du casque!
- La réalité virtuelle jouera un rôle central dans les interactions avec les marques d'ici 2020
  - Plus des 3/4 des marques s'appuieront sur ces nouvelles technologies pour gérer leur expérience client au cours des prochaines années
- Alibaba développe le concept des VR Store, les achats se feront par simple hochement de tête

## 23. RÉALITÉS VIRTUELLES ET SUPERPOSÉES ●

---

- Pour que la RV se développe, il faudra que ça soit social, et non pas uniquement ludique ou une expérience individuelle
  - Interactions sociales dans le monde virtuel
- Les voyages virtuels modifieront-ils fondamentalement les voyages?





## 24. NOUVELLES MUTATIONS TOURISTIQUES •

---

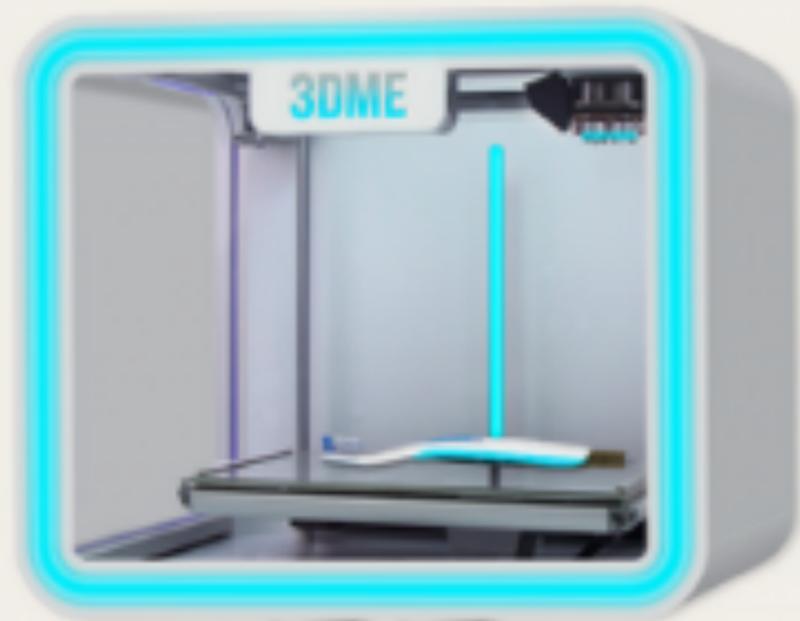
- Le «e-tourisme» devient un terme désuet : le e-tourisme est intégré partout
- Place du numérique
  - Ce qu'on recherche dans la technologie : ce qui fluidifie l'expérience, une valeur ajoutée et immédiate (*seamless*)
  - Amadeus investit 500 millions d'euros par an dans la technologie, «pour diminuer les irritants et réduire le stress du voyageur»
- Fin des acteurs institutionnels du tourisme comme intermédiaires?



## 24. NOUVELLES MUTATIONS TOURISTIQUES •

---

- Selon Amadeus, scénario de l'arrivée des agences de voyages mobiles pour accompagner le voyageur tout le long de son périple
- Le téléphone intelligent ne sera plus un canal de distribution complémentaire, mais bien l'unique
- Une seule application répondra à tous les besoins du voyageur (par exemple WeChat)
- Enjeu majeur de transformation des OGD au chapitre de l'information



**EN CONCLUSION :  
LE TOURISTE DE DEMAIN SERA...**





# LE TOURISTE DE DEMAIN

---

- Le touriste de demain et son nouveau rapport
  - Au temps : ce qui est mémorable est éphémère...
  - À l'autre : interactions sociales mondialisées
  - Au monde, à la communauté et à la société : citoyen autonome du monde
  - Au voyage : une activité courante et nécessaire



# LE TOURISTE DE DEMAIN

---

- Le touriste de demain sera :
  - Plus libre
  - Plus intolérant à l'inquiétude et au stress
  - Plus confiant en lui
  - Plus spontané
  - Plus proactif face aux questions éthiques
  - Parfaitement autonome
  - Entièrement numérique
  - Connus et mesurés dans toutes ses actions et préférences
  - Prévisible au-delà de sa propre conscience (scruté en permanence sous ses moindres coutures)

## ÉTUDES UTILISÉES

---

- Euromonitor. [The New Consumerism and its Impact on Food Forms](#)
- Forum économique mondial. [Technology Tipping Points and Societal Impact](#)
- GIEC. [Cinquième rapport sur les changements climatiques](#)
- J. Walter Thompson. [The future 100](#)
- KPMG. [Future State 2030: The global megatrends shaping governments](#)
- McKinsey Global Institute. [The four global forces breaking all the trends](#)
- National Intelligence Council. [Global Trends 2030 : AlternAtive Worlds](#)
- Ouranos. [Synthèse des connaissances sur les changements climatiques au Québec Édition 2015](#)

# REMERCIEMENTS

---



*Jean-Luc Boulin, MONA*



*Maïthé Levasseur, Chaire de tourisme Transat*



*Pierre Eloy, Agitateurs de destinations numériques*



*Myriam Corbeil, Tourisme Montréal*



*Laurent Queige, Welcome City Lab*



*Aude Lenoir, Chaire de tourisme Transat*



**MERCI!**

---

*Et à l'année prochaine?*