



Sommaire

Editorial	2
I. Veille sectorielle	3
A) Aérien international	3
B) Hôtellerie internationale	5
C) Autres secteurs.....	7
II. Marchés émetteurs et impacts économiques.....	7
A) Marchés émetteurs Amériques	9
B) Marchés émetteurs Europe	9
C) Marchés émetteurs Asie.....	11
D) Marchés émetteurs Océanie-Pacifique	12
III. Marchés concurrentiels.....	13
A) Marchés concurrentiels des destinations insulaires	13
B) Autres destinations concurrentielles	14
IV. Analyse : la communication digitale dans le tourisme	16
A) La communication digitale dans le tourisme avant la crise du Covid-19.....	16
B) Le changement des modes de consommation depuis la crise du Covid-19.....	17

Équipe de rédaction : Tiaina Ateo, Kelani Holozet Coutereel, Carmen Gudin, Kalanie Pointis, Heiana Reichart, Hinerava Tai
Étudiantes de la Licence professionnelle Métiers du tourisme et des loisirs parcours Management des organisations hôtelières et touristiques,
promotion 2020-2021, Université de la Polynésie française.

Responsable de publication : Sylvain Petit

Relecture : Hiriata Brotherson, Grégoire Calley, Vincent Dropsy, Yann Rival, Jean-Claude Oulé, Yann Otcenasek, Sylvain Petit, Laetitia Sin,
Boris Viallet

Édition : Hiriata Brotherson

Editorial

'Ia ora na,

Bienvenue dans ce numéro 18 de la veille documentaire organisée par le CETOP et intitulée « tourisme & résilience ».

Le mois de novembre s'est avéré très difficile pour toute la filière du tourisme et particulièrement celle de la Polynésie française. Le nouveau confinement décrété en France et surtout l'interdiction des français de voyager en Polynésie française, sauf pour des motifs impérieux, ont été des facteurs aggravants à la crise actuelle. Cette clientèle française, si précieuse en cette période instable, car elle était devenue la clientèle la plus importante depuis la réouverture des frontières, pourra revenir à partir du 15 décembre. Est-ce qu'il ne sera pas trop tard ? Alors que nous entrons dans la basse saison, cette période s'avère cruciale pour le futur du tourisme mondial. Les enjeux à venir (campagnes de vaccination dans le monde) vont conditionner les délais de reprise de la fréquentation touristique internationale.

Dans ce numéro, j'ai l'honneur et le plaisir de vous annoncer la création d'une rubrique supplémentaire pour une durée de trois numéros. Les étudiants de la licence professionnelle hôtellerie-tourisme travaillent sur des problématiques sous formes de revues de presse concernant les grands changements provoqués par la crise. Dans ce numéro, Kalanie Pointis et Kelani Holozet inaugurent cette rubrique, avec une analyse des technologies de la communication. Les évolutions provoquées par la pandémie dans ce domaine provoquent de grands changements mais aussi des questions sur le tourisme de demain. Le format de ce numéro est particulièrement dense, ce qui est dû à l'actualité chargée et à notre nouvelle périodicité mensuelle. Nous essayons du mieux que possible de garder notre esprit de synthèse.

Pour terminer, je profite de cette introduction pour vous inciter à lire le diagnostic touristique de la Polynésie française, réalisé en partie par les étudiants de la promotion 2019-2020 de la licence professionnelle. Nous avons eu la chance que ce projet soit piloté par un expert de renommée internationale sur la question des diagnostics de destination : François de Grandpré de l'Université de Québec à Trois-Rivières. Son expertise et la mobilisation de toute l'équipe du projet et du CETOP ont permis d'aboutir à des résultats particulièrement intéressants et qui ouvrent de nouvelles perspectives de réflexions et de recherche sur le tourisme en Polynésie française. Même si cette étude a été affectée par la pandémie actuelle, elle fournit des sources de réflexions pour la reprise et pour les années à venir. Les résultats de ce projet ont été présentés lors de la conférence (doublée d'un système de webinaire) du 13 novembre dernier, à l'université. Tous les résultats et vidéos sont consultables à cette adresse :

<http://www.cetop.upf.pf/fr/diagnostic-touristique-de-la-polynesie-francaise-mtr-2020>

Fa'aitoito à tous !

Un grand Maururu pour vos encouragements et vos conseils. Bonne lecture et rendez-vous en janvier 2021 ! D'ici là, prenez soin de vous et passez de bonnes fêtes de fin d'année.

Sylvain Petit

I. Veille sectorielle

A) Aérien international

- **American Airlines réduit de 50% son nombre de vols¹**

Face à la pandémie de la Covid-19 et à la faible demande touristique, la compagnie aérienne American Airlines décide d'annuler environ 100 000 vols en décembre 2020 et cela malgré les fêtes de Noël qui représentent actuellement un pic important dans la fréquentation aérienne. Cette décision est basée sur une adaptation précise de la demande de sa clientèle, avec un ajustement de 5% pour les fêtes. Les trafics dans les aéroports américains sont aujourd'hui à 36 % de ce qu'il était l'année dernière en 2019. Ainsi, le programme de l'offre d'American Airlines reste réduit.

- **Finnair propose une assurance gratuite anti-Covid²**

La compagnie aérienne finlandaise Finnair a réduit ses vols pour la saison d'hiver de 2020. Pour continuer à remplir ses avions, elle propose une assurance gratuite pour tous les passagers au départ de la Finlande. Cependant, les billets d'avions doivent être uniquement réservés via les canaux de vente Finnair ou via l'application mobile. L'offre « Finnair Corona Cover » est une assurance de protection qui permettra aux clients malades du coronavirus de se faire rembourser tous les frais médicaux et de quarantaine dans la destination, du test de coronavirus et également du vol retour vers la Finlande si le vol d'origine est manqué. Cette nouvelle assurance complète l'assurance voyage des passagers pour une plus grande tranquillité.

- **Ryanair : pas de remboursement en novembre³**

Suite à de mauvais résultats financiers dû à la pandémie, la compagnie aérienne irlandaise a annoncé qu'elle ne prévoyait aucun remboursement en novembre. Ryanair a subi une perte nette de 197 millions d'euros pour le premier semestre de 2020 et prévoit un deuxième semestre désastreux avec le confinement au Royaume Uni. Cela explique pourquoi la compagnie low-cost ne pourra pas assurer de remboursement pour le moment.

- **Le Canada propose une aide aux compagnies aériennes sous conditions⁴**

Le Canada a confirmé son accord concernant une aide financière aux compagnies aériennes touchées par la pandémie à une condition, que ces compagnies remboursent tous les billets d'avion annulés. Le gouvernement a mis en place « un train de mesures d'aide destinées aux transporteurs aériens, aux aéroports et au secteur aérospatial canadiens ». Parmi ces mesures, il a été mis en place des prêts et d'autres types de soutien afin de garantir des résultats importants. La condition de remboursement des billets a été mûrement réfléchi après que les voyageurs qui avaient déjà fait des réservations de voyage ont reçu des crédits pour les voyages qu'ils n'ont pas pu faire au lieu de remboursements. Selon le ministre, ils se sont retrouvés « dans une position où ils avaient donné des milliers de dollars en prêt sans intérêt » aux transporteurs aériens. Dorénavant, toutes les aides proposées par le gouvernement du Canada seront données avec des conditions strictes dans le but de protéger les canadiens et l'intérêt public.

- **L'OACI suit de près la crise sanitaire⁵**

L'Organisation de l'Aviation Civile Internationale a mis en ligne sa base de données portant sur les pertes engendrées par la COVID-19. Ainsi, il est possible de voir, mois par mois :

¹ <https://www.air-journal.fr/2020-11-05-american-airlines-reduit-de-moitie-son-offre-en-decembre-5223715.html>

² <https://www.air-journal.fr/2020-11-05-une-assurance-anti-covid-gratuite-pour-finnair-5223717.html>

³ <https://www.air-journal.fr/2020-11-04-ryanair-pas-de-remboursement-en-novembre-5223690.html>

⁴ <https://www.air-journal.fr/2020-11-09-canada-une-aide-seulement-si-les-vols-annules-sont-rembourses-5223822.html>

⁵ <https://www.icao.int/sustainability/Pages/COVID-19-Air-Traffic-Dashboard.aspx>

- Les impacts opérationnels : nombre de vols, sièges offerts pour les vols de passagers et de fret.
- Les impacts économiques : revenus des transporteurs aériens, des aéroports.
- L'utilisation des avions : utilisation des aéronefs, les aéronefs au sol (par catégorie d'aéronefs).
- Trafic des paires de pays : niveau des vols au niveau de la paire pays sur une base hebdomadaire.

Voici un aperçu des pertes, par région des aéroports :



• L'OACI a publié ses dernières estimations sur l'aviation civile⁶

Le 18 novembre 2020, l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale a publié son dernier rapport portant sur les effets de la COVID-19 sur l'aviation. L'OACI a présenté les impacts dans le monde de la COVID-19 sur l'aérien, le tourisme, le commerce et l'économie en 2020 :

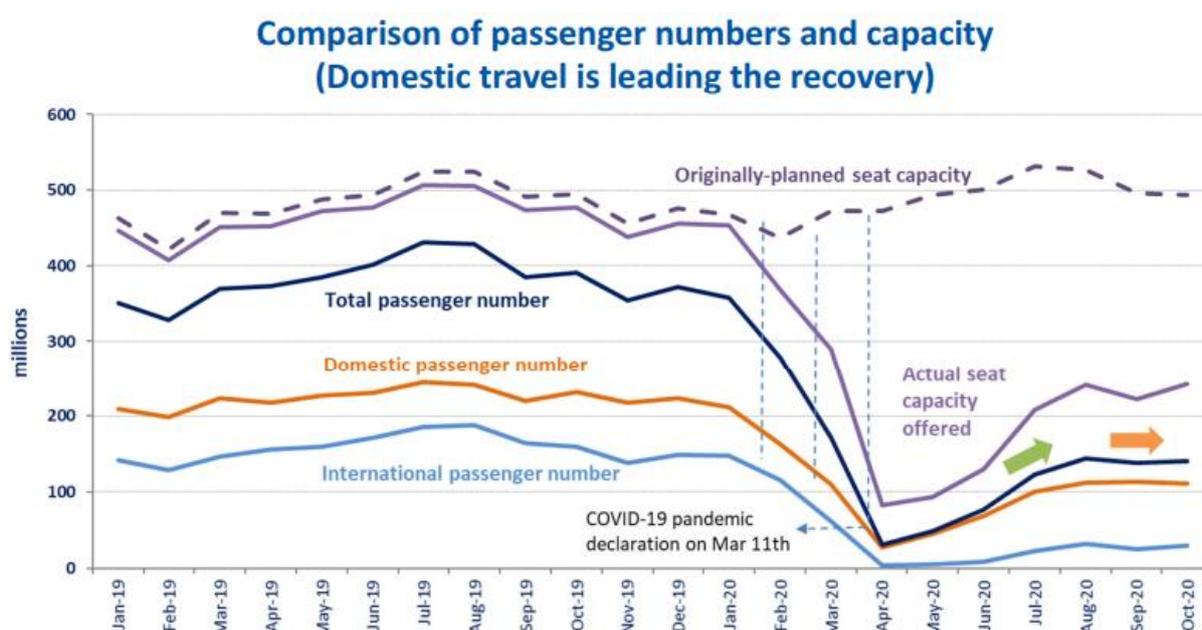
- **Le trafic aérien de passagers** : Une réduction globale du nombre de passagers aériens (tant internationaux que nationaux) d'environ 59 % à 60 % en 2020 par rapport à 2019 (OACI).
- **Les aéroports** : Une perte estimée à environ 60 % du trafic passagers, soit plus de 104,5 milliards de dollars de recettes aéroportuaires perdue en 2020 par rapport à 2019 (Airport Council International).
- **Les compagnies aériennes** : Baisse de 54,7 % du nombre de passagers-kilomètres payants (RPK) en 2020 par rapport à 2019 (IATA).
- **Le tourisme** : Une baisse des recettes du tourisme international allant de 910 à 1 170 milliards de dollars en 2020, par rapport aux 1 500 milliards de dollars générés en 2019, 100 % des destinations mondiales étant soumises à des restrictions de voyage (OMT).
- **Le commerce** : Une baisse du volume des échanges mondiaux de marchandises de 9,2 % en 2020 par rapport à 2019 (OMC).
- **L'économie mondiale** : Une contraction du PIB mondial de -4,4 % à -5,2 % en 2020, bien pire que lors de la crise financière de 2008-09 (par le FMI et la Banque mondiale).
- **Les emplois** : Le nombre total d'emplois soutenus (directement et indirectement) par le secteur du transport aérien devrait tomber à 42,8 millions en 2020, soit une réduction de

⁶ https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf

51 % par rapport à 2019. De plus, l'IATA estime que le nombre total d'emplois dans les compagnies aériennes (uniquement) tombera à 1,9 million en 2020 (2,89 millions en 2019) et s'améliorera légèrement en 2021.

- **Gouvernements** : Certains gouvernements ont également accordé des subventions salariales (46 milliards de dollars) pour préserver les emplois. À la fin du mois de novembre, les aides gouvernementales s'élevaient à un total de 173 milliards de dollars.

Pour l'année 2020, l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale a suivi de près l'évolution du nombre de passagers, internationaux et domestiques dans le monde. Ils concluent que les marchés domestiques mènent la reprise :



Source : OACI – *Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation : Economic Impact analysis*

B) Hôtellerie internationale

- **Covid-19 : L'hôtellerie française replonge dans une situation catastrophique⁷**

Depuis que le deuxième confinement a débuté fin octobre 2020, l'hexagone subit de nouveau une baisse de la fréquentation touristique. De ce fait, un professionnel sur deux compte fermer son établissement par manque de clients. Le directeur général de BWH Hotel Group affirme à ce jour que 75 hôtels sont fermés en France, dont le célèbre Hôtel de Crillon ainsi que le groupe d'établissements Paris Inn. Les réservations des chambres d'hôtels sont en baisse constante et les hôteliers s'inquiètent car la situation actuelle est définie comme « catastrophe » pour tous. À la fin du mois de septembre, la recette par chambre disponible a reculé de 70 %.

⁷ <https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/covid-la-descente-aux-enfers-se-prolonge-pour-lhotellerie-1261354>

- **The Hotel Of Tomorrow Project : des innovations nées de la crise du Covid19⁸**

Contrairement au premier confinement, les hôtels ont la possibilité de rester ouvert à condition d'avoir des clients. Cette crise sanitaire semble intensifier les innovations pour certains dans le but de continuer à attirer du monde. Le groupe de réflexion mondial appelé The Hotel of Tomorrow Project est composé de fabricants, exploitants et propriétaires d'hôtels comme le Four Seasons, Hilton, IHG et Marriott. Un des premiers concepts d'innovation est le « Outside In, Inside Out » qui consiste à multiplier à l'intérieur des hôtels (halls, chambres, restaurants) des décors extérieurs avec du végétal afin que les clients soient connectés avec la nature. En attendant ces innovations, une grande majorité des hôteliers renforcent le côté digital de leur établissement ce qui lui permet d'être au cœur de toutes stratégies de marketing. Des menus de restaurants à plusieurs services, presque tout devient digitalisé et les hôtels deviennent des « hôtels connectés ».

- **La sécurité devenu une priorité pour les voyageurs⁹**

Le second confinement contraint les voyages des français alors que le tourisme a repris son activité dans certaines parties du globe. Et les voyageurs souhaitent être rassurés par les acteurs du tourisme. Il a été prouvé par une étude de Booking.com que 67% des voyageurs français s'attendent à ce que les mesures de sécurité mises en place soient clairement indiquées préalablement aux clients ainsi que des rappels relatifs à l'hygiène et au nettoyage avec des affiches. Pour répondre à cette demande croissante des voyageurs concernant une meilleure information au sujet des équipements relatifs à la santé et à la sécurité, Booking.com s'assure que les établissements en partenariat indiquent les mesures mises en place pour permettre aux touristes de réserver en toute sérénité leur prochain voyage lorsque cela sera de nouveau possible.

- **Le dilemme des étudiants en recherche de stage dans le milieu hôtelier¹⁰**

Sixième employeur de France avec 960 000 actifs, l'hôtellerie-restauration a souvent du mal à trouver suffisamment de jeunes pour répondre au besoin du secteur. Toutefois, la pandémie de la Covid-19 a changé la donne. Le tourisme connaît actuellement une chute considérable (-54%) des offres d'emploi dont les cafés, hôtels et restaurants représentent 70% des salariés (un tiers a moins de 30 ans). La deuxième vague entraînant la fermeture des établissements touristiques est loin d'arranger les choses. Bruno de Monte, directeur de Ferrandi, grande école parisienne du secteur, reconnaît que c'est une grande première de retrouver des étudiants sans stage ou sans alternance lors d'une rentrée scolaire. Cela oblige donc les étudiants à s'ouvrir à d'autres types d'hôtellerie que les hôtels étoilés et de grandes chaînes qui leur apporteraient les connaissances et savoir-faire qu'ils désirent.

⁸ <https://lifestyle.boursorama.com/conso/des-innovations-dans-lhotellerie-nees-de-la-crise-de-la-covid-19/>

⁹ <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communique-de-presse/14469-article/etude-booking-com-coronavirus-la-securite-constitue-desormais-la-priorite-des-voyageurs>

¹⁰ https://www.lemonde.fr/campus/article/2020/11/08/dans-l-hotellerie-etudiants-et-ecoles-en-quete-de-chemins-de-traverse_6058975_4401467.html

C) Autres secteurs

- **Pas de croisière aux États-Unis pour le reste de l'année 2020¹¹**

Toutes les compagnies de croisières arrêtent leurs opérations aux États-Unis jusqu'au 31 décembre 2020 et cette date peut se prolonger. Les navires doivent dorénavant répondre à des nouvelles conditions de navigation et mettre en place plusieurs mesures de protection pour lutter contre l'épidémie. Ces nouvelles conditions et mesures sont imposées par le CDC (Centre de Contrôle et de Prévention des maladies). La CLIA, association internationale des compagnies de croisières, représente 95% de la capacité mondiale des croisières dans l'Océanie. À ce jour, l'association déclare que tous les membres se préparent à la mise en œuvre de ces nouvelles mesures¹².

- **Respire, le tourisme de demain.**

Des professionnels du tourisme ont profité d'une « pause imposée » par la Covid-19 pour réfléchir à l'avenir du tourisme et à plusieurs alternatives afin de repartir sur de nouvelles bases. Il en a été de réfléchir aux grands enjeux qui concernent le secteur et de trouver des pistes qui permettront de poser les bases du tourisme de l'après-Covid. L'association comptait 7 personnes la 1^{ère} semaine, puis 500 au bout d'un mois. De nombreux sujets sont abordés dans ce livre blanc comme la tourismophobie, les nouvelles mobilités, l'empreinte carbone, les formations et emplois. Pour chacun de ces sujets un état des lieux détaillé est établi avec les préconisations des professionnels. Un chapitre est consacré à l'agence de voyage de demain en proposant des solutions comme la création d'une marque « agence de voyage » qui permettrait de valoriser le professionnalisme du secteur. L'objectif de ce livre est de repenser le tourisme de demain de façon durable, respectueux de l'environnement et des populations mais aussi inclusif (adaptation aux handicaps).

II. Marchés émetteurs et impacts économiques

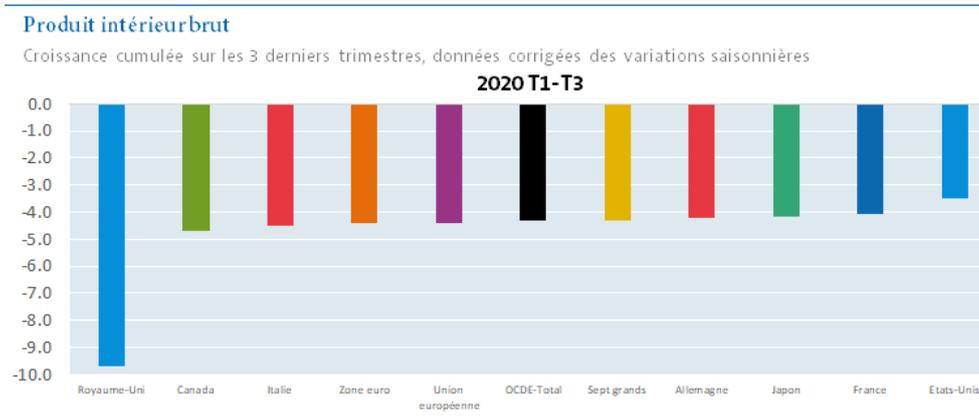
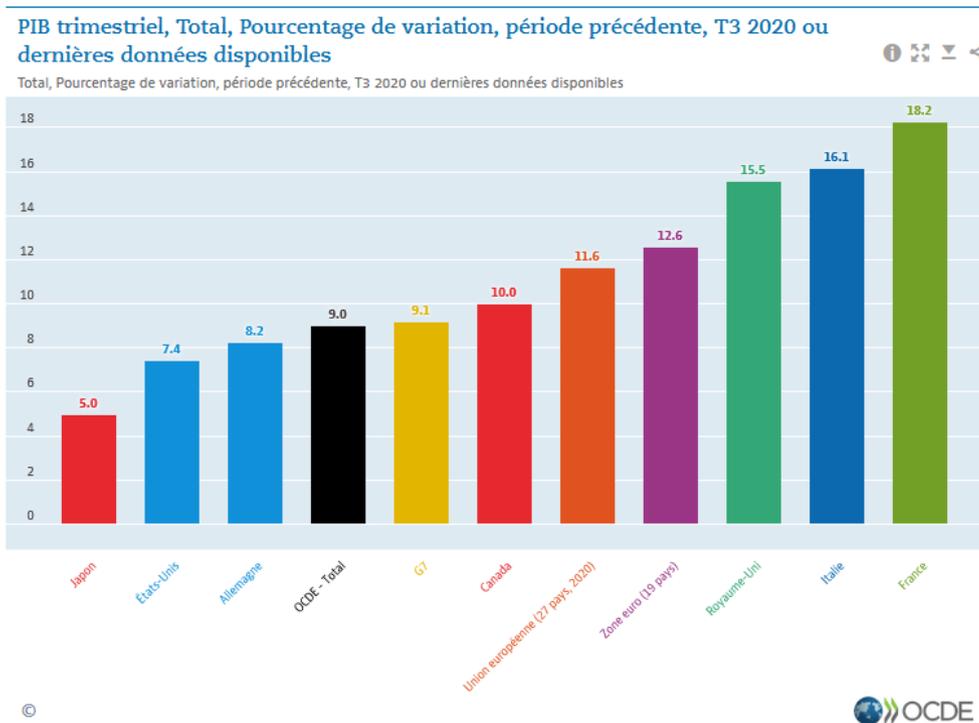
- **Rebond du PIB des pays de l'OCDE¹³**

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE, composé de 37 membres parmi les pays les plus riches, mais dont la Chine ne fait pas partie), a annoncé un rebond de 9% du PIB au 3^{ème} trimestre, après une chute de 9,8% au second trimestre et 1,8% au premier trimestre. Ainsi, le niveau du PIB reste inférieur de 4,3% au niveau d'avant-crise, avant le dernier trimestre de 2020 qui sera affecté par la seconde vague de la COVID-19. Les pays les plus durement touchés au second trimestre sont ceux qui ont enregistré une expansion spectaculaire de leur PIB, en particulier pour la France (+18,2%), l'Italie (+16,1%) et le Royaume-Uni (+15,5%). L'OCDE prévoit également une récession du PIB mondial de 4,5% sur l'année 2020 avec un potentiel rebond de 5% pour l'année 2021.

¹¹ <https://www.veilleinfotourisme.fr/international/pays-de-d-a-m/etats-unis/aucune-croisiere-aux-etats-unis-pour-le-reste-de-2020>

¹² <https://www.lechotouristique.com/article/respire-publique-son-livre-blanc-pour-imaginer-le-tourisme-de-demain>

¹³ <https://www.ladiplomatie.fr/2020/11/20/locde-annonce-un-rebond-de-9-du-pib-au-3eme-trimestre-2020/>



- **Espoirs pour un vaccin contre la COVID-19** ¹⁴

L’espoir de trouver et distribuer rapidement un vaccin contre la COVID-19 grandit, avec les récentes annonces de l’alliance Pfizer-BioNTech, de la société américaine Moderna, du laboratoire britannique AstraZeneca, des expérimentations massives en Chine ou des recherches en Russie. Selon l’OMS, 48 potentiels vaccins sont sujets à des essais cliniques, dont onze en phase 3. Un début de vaccination fin décembre ou début janvier est désormais envisageable pour les sujets les plus à risque de contracter le coronavirus. Cependant, une grande défiance existe actuellement contre les vaccins, et le Président Macron a d’ailleurs annoncé que la vaccination ne sera pas obligatoire. ¹⁵

- **La Bourse déconnectée de l’épidémie** ¹⁶

La Bourse bat records alors que la pandémie a provoqué la pire crise de l’économie mondiale depuis près d’un siècle. Il est difficile de dire si cela est dû à une bulle spéculative générée par

¹⁴ https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/11/10/calendrier-essais-cliniques-financements-ce-que-l-on-sait-de-la-course-au-vaccin-contre-le-covid-19_6059204_3244.html

¹⁵ <https://www.lesechos.fr/politique-societe/emmanuel-macron-president/vaccin-contre-le-covid-emmanuel-macron-veut-un-choc-de-confiance-1268396>

¹⁶ <https://www.rtl.fr/actu/economie-consommation/coronavirus-pour-la-bourse-l-epidemie-est-terminee-dit-francois-lenglet-7800929331>

une abondance de liquidités non dépensées ou si cela reflète un optimisme engendré par l'arrivée de vaccins et la fin de l'épidémie mondiale, ainsi qu'une nouvelle économie, caractérisée par l'émergence de nouvelles technologies. Par exemple, la valeur boursière de Tesla, le fabricant californien de voitures électriques, a dépassé les 500 milliards de dollars, soit 25 fois plus que Peugeot Citroën et près de 50 fois plus que la valeur de Renault, et va entrer dans l'indice S&P 500 (en fait, dans le top 10), après quatre trimestres de profits consécutifs en pleine crise économique mondiale.¹⁷

A) Marchés émetteurs Amériques

- **États-Unis : élection de Joe Biden à la présidence, mais suspens au Sénat**¹⁸

Les élections présidentielles américaines ont été remportées, après quelques jours de suspens et de nombreux recours infructueux de l'actuel président Donald Trump, par le candidat démocrate Joe Biden (ancien vice-président de Barack Obama) et sa colistière Kamala Harris. Les grands électeurs devraient confirmer officiellement ce résultat (306 voix pour Biden vs. 232 voix pour Trump) le 14 décembre 2020. Les démocrates ont gardé leur majorité absolue à la Chambre des représentants, malgré un léger recul, mais il reste une élection de deux sénateurs en Géorgie le 5 janvier 2021 (second tour), avant de savoir quel parti détiendra la majorité au Sénat. En cas de victoire des démocrates à ces deux postes, la majorité leur reviendrait ; par contre si un deux sièges était gagné par les républicains, ils garderaient le contrôle du Sénat et pourraient bloquer de nombreuses lois proposées par les démocrates, en particulier un nouveau plan de relance massif, qui est actuellement bloqué par des négociations au point mort entre les deux partis. L'enjeu est donc crucial pour la nouvelle présidence.

B) Marchés émetteurs Europe

- **Allègement du confinement en France ?**¹⁹

Une deuxième vague épidémique a obligé le gouvernement français à re-confiner le pays tout entier le 30 octobre dernier.²⁰ Un allègement du confinement est prévu en plusieurs étapes : réouverture de certains commerces et activités à partir du 28 novembre ; déconfinement à partir du 15 décembre sous réserve d'une baisse suffisante du nombre de nouvelles contaminations quotidiennes (5 000) et du nombre de personnes en réanimation (entre 2 500 et 3 000), avec couvre-feu sauf pour les soirées des 24 et 31 décembre ; déconfinement quasi-total à compter du 20 janvier sous réserve d'un nombre de nouvelles contaminations quotidiennes inférieur à 5 000, et reprise des cours à l'université quinze jours plus tard (mesure fortement contestée, car trop tardive selon une majorité d'enseignants).²¹ Les stations de ski resteront fermées jusqu'au mois de janvier.

¹⁷ <https://www.capital.fr/autos/tesla-senvole-en-bourse-le-geant-de-lauto-dans-lindice-phare-de-wall-street-1386072>

¹⁸ https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/11/10/calendrier-essais-cliniques-financements-ce-que-l-on-sait-de-la-course-au-vaccin-contre-le-covid-19_6059204_3244.html

¹⁹ <https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus>

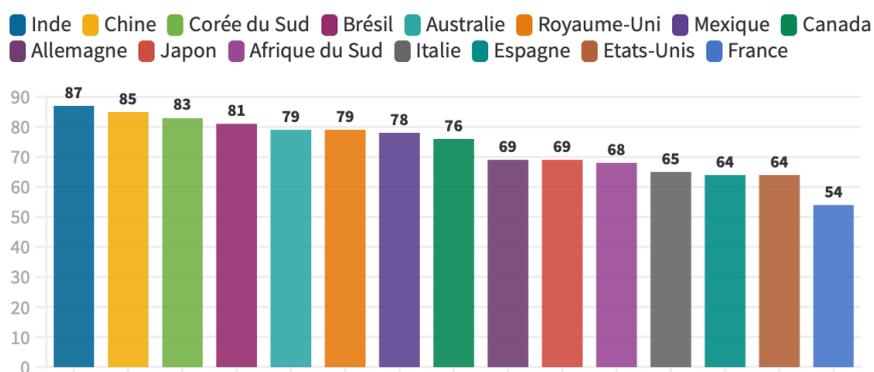
²⁰ https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/10/28/reconfinement-ecoles-travail-deplacements-ce-qui-est-autorise-ou-interdit_6057712_4355770.html

²¹ <https://www.service-public.fr/particuliers/actualites/A14469>

- **Une lueur d'espoir pour l'Italie ?** ²²

L'Italie, un des pays de l'Europe le plus touché par la pandémie mondiale du Covid-19, commencera fin janvier une campagne de vaccination. Le vaccin bénéficiera en premier lieu aux personnes les plus vulnérables et exposées à la pandémie. Cependant, selon les résultats d'un sondage effectué le 05 novembre 2020 sur 15 pays, il y a une certaine méfiance venant de la population italienne concernant ce vaccin. En effet, uniquement 65% de la population accepte de se faire vacciner. Un taux moins important que ceux des 15 autres pays testés.

Pourcentage de personnes enclines à se faire vacciner contre la Covid-19



Source: Ipsos, Global Advisor • Parution : 5 novembre. 18,526 personnes entre 16-74 ans interrogées en ligne dans 15 pays
Crédit : Axelle Bouschon, Victor Bachtik



- **Espagne : la lumière au bout du tunnel ?** ²³

Une campagne de vaccination importante va être mise en place dans le pays dans les semaines à venir. L'Espagne n'a pas connu un confinement durant la deuxième vague, cependant un couvre-feu nocturne est en vigueur sur tout le pays ainsi que les déplacements sous attestation avec motifs justifiés. Ces mesures ont permis aujourd'hui à l'Espagne de voir ses efforts aboutir positivement car l'incidence du virus diminue pour l'ensemble du pays a annoncé le ministère de la santé.

- **Allemagne : un million de personnes infectées** ²⁴

L'Allemagne a enregistré un million de personnes infectées, après avoir été touchée par une seconde vague bien moins maîtrisée que la première vague. Un confinement partiel mis en place depuis le 02 novembre afin de limiter au mieux la propagation du virus, néanmoins sans la fermeture des commerces, est prolongé jusqu'à début janvier.

²² <https://france3-regions.francetvinfo.fr/corse/covid19-italie-entamera-fin-janvier-campagne-vaccination-precedent-1897432.html>

²³ https://www.lepoint.fr/monde/l-espagne-annonce-un-grand-plan-de-vaccination-anti-covid-et-reprend-espoir-20-11-2020-2402001_24.php

²⁴ <https://www.france24.com/fr/europe/20201127-covid-19-l-allemande-franchit-la-barre-du-million-de-personnes-infect%C3%A9es>

C) Marchés émetteurs Asie

- **La Chine, bientôt première puissance économique ?** ²⁵

Suite à sa bonne gestion de la crise sanitaire, et d'un rebond économique plus prompt qu'aux États-Unis, la Chine pourrait devenir la première puissance économique mondiale, en termes de PIB, plus rapidement que prévu. D'ailleurs, le PIB en Parité de Pouvoir d'Achat (PPA) de la Chine a déjà dépassé celui des États-Unis en 2014, grâce à son taux de croissance exceptionnellement élevé depuis 1980.

- **Signature d'un Partenariat Régional Économique Global en Asie-Pacifique** ²⁶

Le 15 novembre 2020, 15 pays d'Asie-Pacifique dont la Chine, le Japon, la Corée du Sud, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, ont signé un Partenariat Régional Économique Global (*Regional Comprehensive Economic Partnership* = RCEP), qui constitue le plus vaste accord de libre-échange au monde entre 15 pays d'Asie-Pacifique, dont la Chine. Cet accord permet de réduire les droits de douane entre les pays signataires, et de démontrer la force de décision et l'intégration économique de l'Asie face au protectionnisme américain sous l'administration Trump. Ce partenariat concentre plus de 30% du PIB mondial, sans la contribution de l'Inde, des États-Unis ou encore de l'Europe, qui eux se sont alliés au projet Indopacifique qui vise à contrer l'expansion chinoise.

- **Une récession économique mondiale, sauf pour la Chine** ²⁷

Tandis que presque tous les pays dans le monde subiront une récession en 2020 à cause de l'épidémie de COVID-19, la Chine sera le seul pays qui sortira de cette année avec une économie revenue à la normale, avec une croissance prévue de son PIB de 1,9%. Naturellement, ce taux de croissance est très inférieur à celui de 2019 (6%), mais la baisse de croissance est moindre que pour les autres pays en cette période de crise économique internationale, à cause d'une crise sanitaire mieux maîtrisée.

- **Asie : un tourisme domestique prometteur** ²⁸

Selon une étude menée par la Banque asiatique de développement, la moitié des économies asiatiques ont un fort potentiel sur leur tourisme domestique, pouvant aider à combler le vide des touristes internationaux. En effet, en Chine, durant la « Golden week »²⁹ le tourisme domestique s'est rapidement redressé atteignant 80% du nombre total des visites domestiques de 2019. Bien évidemment, afin de stimuler la demande et redynamiser le secteur, des offres promotionnelles conséquentes ont été proposées.

- **Japon et Corée du Sud : la troisième vague** ³⁰

Les deux pays ont décidé de durcir leurs politiques sanitaires et de suspendre tous les programmes de soutien liés au tourisme. L'apparition d'une troisième vague de Covid-19 sera sans doute plus difficile à surmonter que les précédentes. Le Japon a enregistré près de 2 500

²⁵ <https://www.capital.fr/economie-politique/leconomie-de-la-chine-bientot-au-centre-du-monde-les-etats-unis-sous-pression-1386255>

²⁶ <https://theconversation.com/la-chine-au-coeur-de-la-plus-grande-zone-de-libre-echange-de-la-planete-150313>

²⁷ <https://www.la-croix.com/Economie/Covid-19-monde-recession-Chine-seule-echappe-2020-11-22-1201125976>

²⁸ https://www.tourmag.com/Le-tourisme-asiatique-se-debrouillera-tres-bien-sans-nous_a106039.html

²⁹ Semaine d'or associée à deux semaines annuelles de congés accordées par le gouvernement

³⁰ <https://www.lesechos.fr/monde/asia-pacifique/touches-par-la-troisieme-vague-dinfections-tokyo-et-seoul-doivent-revoir-leurs-politiques-1267187>

nouveaux cas avec 2 000 morts, tandis que la Corée du Sud en est à 400 avec 505 morts depuis le début de l'année. Ce lourd bilan représente 3 fois plus que la moyenne établie au début de l'année, ce qui est assez dramatique pour ces pays asiatiques.

D) Marchés émetteurs Océanie-Pacifique

- **Polynésie française : Pas de reconfinement mais un couvre-feu** ³¹

Afin d'éviter un effondrement de l'économie, déjà durement touchée par une chute du tourisme, la Polynésie française n'a pas souhaité un reconfinement similaire à la métropole, mais un couvre-feu mis en place depuis le 24 octobre,³² qui a été renouvelé le 13 novembre pour encore un mois.³³ Cependant, les touristes métropolitains, qui constituaient la majorité des visiteurs depuis la réouverture des frontières en juillet, ne peuvent plus venir au fenua, en raison du confinement en hexagone. Il est à noter que plusieurs dizaines de milliers de tests antigéniques sont désormais disponibles dans les dispensaires et infirmeries locales. Il semble également que la propagation du coronavirus baisse après avoir connu un pic en semaine 44.³⁴

- **Australie : Un pas vers la sortie d'un confinement causé par un mensonge** ³⁵

Un confinement de 6 jours a été déclenché en Australie-Méridionale, afin de briser la chaîne de contamination potentielle suite aux propos mensongères d'un pizzaïolo. Il aurait divulgué de fausses informations concernant les causes de sa contamination, ce qui a obligé 2 millions de personnes à se reconfiner. Des recherches approfondies ont alors été lancées afin de tracer son parcours, ce qui permettra de prédire ou pas les personnes potentiellement contaminées. Un retour à la normale est alors prévu dans les jours à venir.

- **Nouvelle Zélande : venir en aide aux États-Unis ?** ³⁶

La Nouvelle-Zélande a quasiment éliminé la présence du coronavirus en ne comptabilisant que 52 cas actifs au 22 novembre. Lors de la seconde vague, elle n'avait enregistré que 2030 cas confirmés et 25 décès pour une population de 5 millions d'habitants, en partie grâce à la première ministre Jacinda Ardern. Elle propose aujourd'hui au Président élu des États-Unis, Joe Biden, de le mettre en contact avec les services de soins néo-zélandais afin de mettre en pratique le protocole établi par la Nouvelle-Zélande qui a permis de lutter efficacement contre ce virus.

³¹ <https://www.ouest-france.fr/sante/virus/coronavirus/covid-19-la-polynesie-refuse-toujours-le-confinement-7051065>

³² <https://www.presidence.pf/mise-en-place-du-couvre-feu-a-compter-du-samedi-24-octobre-au-soir/>

³³ <https://www.presidence.pf/point-sur-les-mesures-sanitaires-en-polynesie-francaise-2/>

³⁴ <https://www.service-public.pf/dsp/>

³⁵ https://www.huffingtonpost.fr/entry/covid-19-en-australie-2-millions-de-personnes-reconfinées-a-cause-du-mensonge-dun-pizzaïolo_fr_5fb8082ac5b67493dd364455

³⁶ <https://www.forbes.com/sites/isabeltogoh/2020/11/23/new-zealand-with-its-covid-19-outbreak-under-control-is-in-talks-with-biden-as-us-exceeds-12-million-cases/?sh=3091fef51ed4>

III. Marchés concurrentiels

A) Marchés concurrentiels des destinations insulaires

- **La Nouvelle-Calédonie prolonge la restriction du trafic aérien jusqu'au 31 juillet 2021.**³⁷

Le gouvernement a décidé, mardi 10 novembre, de prolonger la restriction du trafic aérien jusqu'au 31 juillet 2021.

Désormais, le trafic aérien est limité avec une liaison par semaine depuis la France via Tokyo pour les urgences familiales, médicales et professionnelles ainsi qu'une autre liaison via Sydney pour les évacuations sanitaires. De plus, 6 vols de fret ont été programmés avant Noël pour ravitailler la destination en marchandises (médicaments et fournitures soins, fret postal, denrées alimentaires etc.).

- **République Dominicaine : nouveau formulaire d'entrée et de sortie du pays.**³⁸

La République Dominicaine a annoncé qu'un nouveau formulaire d'entrée et de sortie sera désormais disponible en version numérique dès le 29 novembre 2020. La nouveauté avec ce formulaire, c'est qu'il pourra rassembler les informations du voyageur concernant la carte internationale d'embarquement et de débarquement ainsi que le formulaire de déclaration en douane et la déclaration sanitaire du voyageur. La coopération entre les différentes entités gouvernementales est à l'origine de ce projet, afin de faciliter le traitement des données en temps réel par le gouvernement. De plus, le formulaire d'entrée et de sortie en version papier sera effectif jusqu'au 1^{er} janvier 2021 pour les voyageurs.

- **Canaries: test Covid obligatoire pour accéder aux hébergements touristiques.**³⁹

Désormais, à partir du 14 novembre 2020, les touristes âgés de plus de 6 ans devront fournir un test Covid négatif dans un délai maximum de 72 heures avant leur arrivée dans leur logement. Les hébergements touristiques auront la responsabilité de vérifier la conformité du test et seront dans l'obligation de refuser le touriste ne présentant pas de test Covid. L'hôtelier communiquera des lieux où les tests diagnostiques pourront être réalisés sur place.

- **Guadeloupe: Le deuxième confinement plombe le trafic aérien de la destination.**⁴⁰

Le trafic aérien est affecté par les restrictions de voyage et s'effondre à cause du confinement annoncé pour le 30 octobre. Il n'est plus qu'à 29% de son niveau de 2019 et enregistre un taux de remplissage bien inférieur à 50%. Cette chute est notamment due à un taux de remplissage moindre et à la réduction de programmes de vols des compagnies. Les professionnels du tourisme, inquiets, espèrent un allègement des restrictions de déplacements car la saison hivernale se rapproche.

³⁷<https://www.lechotouristique.com/article/la-nouvelle-caledonie-prolonge-la-restriction-du-traffic-aerien-jusquau-31-juillet>

³⁸https://www.tourmag.com/Republique-Dominicaine-nouveau-formulaire-electronique-d-entree-et-de-sortie-du-pays_a106134.html

³⁹<https://www.lechotouristique.com/article/canaries-un-test-covid-obligatoire-pour-acceder-aux-hebergements-touristiques>

⁴⁰<https://www.lechotouristique.com/article/le-deuxieme-confinement-plombe-le-traffic-aerien-en-guadeloupe>

- **Maldives : un complexe hôtelier lance un forfait illimité à l'année**⁴¹

Le complexe hôtelier d'Anantara Veli propose un accès illimité à un bungalow sur pilotis pour deux personnes, le transport, les petits déjeuners, des réductions sur certaines prestations, et des cours de cuisine locale, durant toute l'année 2021 pour le tarif de 30 000 \$. Cet hôtel est inaccessible pour les mineurs. Les Maldives lancent ce projet afin d'attirer un maximum de touristes en pleine pandémie de coronavirus car son économie repose fortement sur son activité touristique.

B) Autres destinations concurrentielles

- **Thaïlande : la liste des éléments nécessaires pour obtenir le visa est actualisée.**⁴²

La Thaïlande actualise ses conditions pour l'obtention d'un visa tourisme. En effet, un relevé de compte datant d'au moins 30 jours devra être fourni, avec un montant de 2000€ minimum, une photocopie du livret de famille est demandée si le relevé de compte bancaire n'est pas au nom du demandeur, les bulletins de salaires des trois derniers mois, un justificatif de retraite ou une attestation de scolarisation seront aussi réclamés, ainsi qu'une confirmation de réservation hôtelière pour la quarantaine.

- **La Guyane est prête à accueillir les touristes.**⁴³

Le comité du tourisme guyanais prépare la reprise du tourisme et peut compter sur la population locale. En effet, une campagne de 5 séries vidéos intitulée "Je redécouvre ma Guyane" mettant en valeur les territoires a été mise en place dans le but de redynamiser le tourisme local et par la même occasion, fournir aux touristes plus de visibilité à l'étranger, puisque ses vidéos sont publiées sur les réseaux sociaux. Les voyageurs désirant découvrir la destination devront fournir un test PCR négatif datant de moins de 72 avant l'embarquement et une déclaration sur l'honneur attestant qu'ils sont négatifs. Les gestes barrières sont obligatoires.

- **Royaume Uni : fermé aux voyageurs revenant du Danemark**⁴⁴

Tous les voyageurs en provenance du Danemark, exceptés les résidents, ne pourront entrer au Royaume-Uni. En effet, une mutation du Coronavirus se fait connaître à travers l'élevage de visons. L'accès au territoire danois est donc restreint vis-à-vis des personnes non-résidentes. Les touristes en provenance de France métropolitaine se verront refusés d'accès au Danemark.

- **Espagne : la présentation d'un test négatif et des mesures assouplies.**⁴⁵

Tous les ressortissants Français désirant se rendre en Espagne devront désormais présenter un test PCR négatif datant de moins de 72 heures.

De plus, afin d'assouplir ses mesures prises face à la crise sanitaire, la région catalane rouvre les bars, restaurants et cinéma avec un taux de remplissage de 50% au maximum. Cependant,

⁴¹ <https://www.ouest-france.fr/monde/maldives/aux-maldives-un-complexe-hotelier-lance-un-forfait-illimite-pour-profiter-toute-l-annee-7053254>

⁴² <https://www.lechotouristique.com/article/la-thaïlande-actualise-la-liste-des-elements-necessaires-pour-obtenir-le-visa>

⁴³ https://www.tourmag.com/La-Guyane-est-prete-a-accueillir-les-touristes_a106130.html

⁴⁴ <https://www.lechotouristique.com/article/covid-19-le-royaume-uni-ferme-aux-voyageurs-revenant-du-danemark>

⁴⁵ https://www.tourmag.com/Espagne-les-Francais-devront-presenter-un-test-PCR-negatif-pour-franchir-la-frontiere_a106081.html
<https://www.lechotouristique.com/article/en-catalogne-les-bars-restaurants-et-cinemas-vont-rouvrir>

le couvre-feu et le bouclage partiel resteront en vigueur. Ces mesures interdisent l'entrée et la sortie de la région sans motif justifié.

- **Pérou: le Machu Picchu a rouvert ses portes au tourisme.**⁴⁶

Une grande cérémonie présentant les différentes expressions culturelles péruviennes a été célébrée pour la réouverture aux touristes du site le Machu Picchu. Cependant, compte tenu de la situation sanitaire, la capacité d'accueil du site est fixée à 30% de sa capacité, seulement 675 touristes sont accueillis quotidiennement sur le site.

- **La Tunisie fait le point sur les nouvelles conditions d'entrée pour les voyageurs.**⁴⁷

L'Office du tourisme a annoncé de nouvelles mesures sanitaires qui seront désormais appliquées et obligatoires à tous les voyageurs. Un test RT-PCR, n'excédant pas les 72 heures devra être présenté avant l'embarquement. Un confinement à l'arrivée à domicile ou dans un hôtel spécialement dédié devra être effectué. Cependant, pour les voyageurs décidant de se confiner à domicile, les services de santé se réserve le droit de procéder à des inspections afin de contrôler ces derniers au respect des conditions de confinement. Dans le cas où ces conditions ne sont pas respectées, ils poursuivront leur confinement à l'hôtel à leur frais. Les voyageurs dont la durée de séjour est inférieure à 5 jours seront exemptés de confinement.

- **Chili : Les frontières rouvrent avec un protocole sanitaire original.**⁴⁸

Le Chili a rouvert ses frontières aériennes le 10 novembre 2020. Les voyageurs qui désirent s'y rendre doivent faire un test PCR négatif datant au maximum de 72h et fournir une attestation sur l'honneur qu'ils devront présenter avant le vol. Le gouvernement demande également aux touristes de participer à un suivi de leur santé avec traçabilité géographique pendant 14 jours grâce à une application. Les gestes barrières sont obligatoires.

⁴⁶ https://www.tourmag.com/Perou-le-Machu-Picchu-a-rouvert-ses-portes-au-tourisme-dimanche_a105906.html

⁴⁷ <https://www.lechotouristique.com/article/tunisie-lontt-fait-le-point-sur-les-nouvelles-conditions-dentree>

⁴⁸ https://www.tourmag.com/Les-frontieres-du-Chili-rouvrent-avec-un-protocole-sanitaire-original_a106032.html

IV. Analyse : la communication digitale dans le tourisme

Revue de presse rédigée par Kalanie Pointis et Kelani Holozet, étudiantes en licence professionnelle des organisations hôtelières et touristiques de Polynésie française.

Communiquer rapidement, efficacement et à distance a toujours été une problématique pour l'Homme depuis l'Antiquité. Mais depuis quelques décennies, la télécommunication a connu une avancée incroyable, favorisant cette communication rapide, efficace et à distance. De l'invention du téléphone fixe, en passant par les réseaux de communication entre téléscripteurs pour les supports écrits, les nouvelles technologies ont permis de faire avancer à grand pas cette problématique. Le secteur du tourisme est un secteur qui nécessite une communication constante et rapide. L'utilisation des réseaux sociaux et d'Internet lui permet de promouvoir de manière instantanée et flexible les destinations et les activités.

A) La communication digitale dans le tourisme avant la crise du Covid-19.

Depuis plusieurs années, les nouvelles technologies prennent de plus en plus d'ampleur dans la société, notamment dans le tourisme. Ces technologies ont transformé la société en un monde ultra-connecté qui ne cesse d'évoluer. Dorénavant, il paraît donc très important d'apprendre à manier le canal de communication avec habileté et intelligence. Aujourd'hui, une personne sur deux utilise Internet. Que ce soit au sein d'un tour opérateur ou d'une agence de voyage, la communication touristique est un enjeu majeur et réel dans ce secteur. La communication et le tourisme sont pourtant deux domaines à la base séparés. La rencontre de ces deux secteurs entraîne une « communication touristique » : la constitution d'opinions, l'organisation des sociétés, l'étude des messages médiatiques. Depuis plusieurs années, les sciences de l'information et de la communication produisent des travaux sur les médias et sur la circulation de l'information sous forme numérique. L'expression est très courante et est comprise comme une partie du marketing touristique. Cette expression est aussi en grande partie basée sur des images et vidéos faciles à comprendre pour tous les publics ciblés. De ce fait, des stratégies sont mises en place visant des cibles de clientèles précises via des canaux de télécommunications numériques.

La télécommunication entraîne une profonde transformation qui impacte le tourisme. Il existe de nouvelles pratiques, de la concurrence entre les destinations nationales comme internationales, des nouveaux types de flux et nouveaux supports de communication : supports imprimés, l'évènementiel, le digital. Le rôle de la communication au sein d'une entreprise touristique est de concevoir des vidéos, des communiqués de presses, des affiches. Le but est d'attirer la clientèle virtuellement et de leur communiquer, avec la plus grande précision, les informations sur les produits commercialisés. Chaque produit touristique nécessite des actions de communications spécifiques. De plus, l'image de marque d'une société est cruciale et est dorénavant gérée et amplifiée via les réseaux sociaux. La

communication touristique demande aux sociétés de s'adapter aux nouveaux usages, aux nouveaux concurrents et aux nouveaux territoires.

Avant la crise du Covid-19, la stratégie de communication était majoritairement ciblée sur le produit à mettre en avant. En effet, elle était fixée telle que « penser le tourisme » en termes de capacités hôtelières, de production de catalogues et de type d'acheminement renforçant les critiques. Le marketing pour une activité touristique se doit d'être associé à une approche sociale, le client ainsi que sa demande doivent être au cœur des stratégies. La communication touristique est un exemple pertinent de communication interculturelle. La communication interculturelle est l'étude de la communication interpersonnelle entre individus de cultures différentes. Cependant ce domaine reste assez inexploré : les liens entre les importations de pratiques culinaires et le développement du tourisme dans les pays occidentaux sont à analyser et les obstacles de la culture et de la langue sont encore à étudier.⁴⁹

L'utilisateur, qui peut être un touriste ou un professionnel, passe en moyenne 6 heures par jour sur internet. De plus, environ 3 milliards de personnes utilisent les réseaux sociaux. De ce fait, toutes les entreprises touristiques placent le digital et le numérique au cœur de leurs stratégies marketing afin de mieux cibler leurs clientèles. Les réservations d'hôtels sont les principales catégories de services/produits achetés sur Internet. Le design des sites Internet touristiques doit être « responsive » c'est à dire attrayant, rapide, facile d'utilisation afin que les clients puissent réserver avec simplicité une chambre d'hôtel ou une activité et parfois profiter d'un code de réduction temporaire, très intéressant.⁵⁰

B) Le changement des modes de consommation depuis la crise du Covid-19.

La pandémie du Covid-19 a engendré un changement de consommation globale. Des entreprises aux consommateurs, une adaptation du produit et de l'accessibilité a dû se faire afin de limiter les pertes. Tout comme certains métiers qui ont pu se poursuivre à distance grâce au télétravail, le tourisme a dû amplifier son utilisation du « tout numérique » le confinement dû au Covid-19 obligeant la limitation des déplacements a donc déclenché l'accélération du e-marketing qui s'est propagé dans le monde entier à une vitesse incroyable.

Twilio, une entreprise américaine spécialisée dans la communication unifiée via une plateforme « cloud » a réalisé une étude qui a pu démontrer que la crise du Covid-19 aurait accélérée de 6 à 7 ans la stratégie de communication digitale des entreprises françaises. Plus de la moitié des dirigeants interrogés (54%) affirment que la Covid-19 aurait propulsé les communications omnicanales au premier plan. La communication omnicanale est un procédé qui désigne le fait que tous les canaux de contact et de vente possibles entre une entreprise et sa clientèle sont utilisés. Les résultats de cette enquête mondiale ont révélé l'impact de la pandémie sur la transformation numérique des entreprises et leurs stratégies d'engagement

⁴⁹<https://journals.openedition.org/tourisme/171>

⁵⁰<https://4rtourisme.fr/en-quoi-le-digital-est-il-aujourd'hui-incontournable/>

envers leurs clients. Basée sur un panel de plus de 2.500 décideurs dans le monde entier dont 300 en France, cette étude a permis d'évaluer l'effet durable de l'engagement des entreprises et l'impact concret sur la transformation et la communication numérique. Plus de 97% des dirigeants de sociétés estiment que la Covid-19 a précipité la transformation numérique de leur entreprise.

Afin de toucher un maximum de personnes, les entreprises cherchent de nouvelles façons d'impliquer leurs clients. Actuellement, près de 92% d'entre elles pensent que la transformation des communications numériques est essentielle pour pouvoir s'adapter et relever les défis commerciaux internationaux.

En France, près d'une entreprise sur trois a annoncé avoir augmenté son budget consacré à la transformation numérique de manière considérable. Certains freins à la transformation digitale ont été constatés tel que le manque de budget (39%), l'obtention de l'approbation de la direction (38%), l'absence de stratégies claires (37%), le manque de temps (37%) ou le manque de supports (37%). À travers le monde, 92% des décideurs interrogés ont annoncé que leur entreprise serait très ou assez susceptible d'élargir leurs canaux de communication numériques proportionnellement à l'évolution de la situation de crise sanitaire actuelle.⁵¹

Nous pouvons prendre l'exemple de l'application de visioconférence Zoom, petite startup américaine créée en 2011 et qui a explosé ses chiffres depuis le confinement. Cette application s'est révélée très utile en période de confinement car elle a permis à de nombreuses entreprises et écoles de pouvoir continuer à travailler à distance. Il est aujourd'hui l'outil le plus utilisé par les entreprises dans le monde. Son évolution soudaine laisse fortement imaginer que le télétravail se développera au cours des prochaines années. Il est évident que les dirigeants de cette entreprise sont très attentifs aux besoins des utilisateurs et cherchent à améliorer leur application quasiment en temps réel, pour garder leur part de marché dans ce secteur novateur.⁵²

L'entreprise est aujourd'hui devenue une machine à générer de l'argent. Son bénéfice net par action est de 92 centimes de dollars et le chiffre d'affaires a atteint les \$663,5 millions de dollars.

Cependant, le succès de Zoom masque certains risques pour le tourisme d'affaires. De plus en plus, les employés se rencontrent grâce à l'application, ce qui réduit les déplacements professionnels et affaiblit le secteur du tourisme d'affaires. Les rencontres se digitalisent, le monde devient ultra-connecté et les congrès et conférences pouvant se réaliser via Zoom deviennent dorénavant quasiment inexistantes physiquement.⁵³ Par ailleurs, le voyage virtuel devient également un secteur innovant dans le tourisme de demain.

Un partenariat entre le Ministère du tourisme indien et la start-up technologique de voyage Outsite VR a été mis en place afin de permettre des voyages virtuels. Cela consiste à faire voyager les clients virtuellement à travers des sites patrimoniaux populaires, des monuments

⁵¹<https://comarketing-news.fr/transformation-numerique-le-covid-a-fait-faire-un-bond-de-6-ans-aux-entreprises/>

⁵²<https://start.lesechos.fr/innovations-startups/tech-futur/les-chiffres-delirants-de-zoom-lappli-de-visioconference-qui-cartonne-1189077#:~:text=Zoom%20Video%20Communications%2C%20plus%20connue,con%C3%A7oit%20des%20logiciels%20de%20visioconf%C3%A9rence>

⁵³<https://www.agencecofin.com/finance/0109-79721-zoom-au-dela-du-succes-un-risque-pour-le-tourisme-d-affaires>

historiques et des attractions touristiques à l'aide d'un ordinateur, d'un smartphone ou d'un casque de réalité virtuelle.⁵⁴

Tout comme en Chine, cette idée de voyager à travers un écran intéresse de plus en plus de monde. Un programme de tourisme virtuel a été développé par le Musée du Palais Impérial et l'entreprise IBM afin de créer un palais virtuel en 3D pour les touristes souhaitant s'y rendre. Lors de cette visite, les touristes peuvent librement choisir leur avatar : princesse, garde impérial ou bien serveur de la famille royale. De plus, des guides virtuels sont présents pour assurer la visite des sites. Il est possible de prendre une photo en un clic pour en faire un souvenir. Bien qu'un grand nombre d'internautes adoptent ce nouveau type de voyage, aucun ne pense que le tourisme virtuel ne saurait remplacer le tourisme réel car il en reste un mode complémentaire du tourisme traditionnel.⁵⁵

Veille documentaire Tourisme & Résilience

Publiée le 30 novembre 2020

Centre d'Études du Tourisme en Océanie-Pacifique
Université de la Polynésie française

B.P. 6570, 98702 Faa'a, Tahiti Polynésie française

Téléphone : + 689 40 803 867 | mail : cetop@upf.pf

Site web: <http://cetop.upf.pf>

Facebook: <http://www.facebook.com/cetop.upf>

Twitter: @CetopUpf

⁵⁴ <https://www.veilleinfotourisme.fr/entreprises-et-clienteles/incubateurs-et-innovation/le-voyage-virtuel-une-tendance-bien-reelle>

⁵⁵ <http://french.peopledaily.com.cn/Tourisme/6650891.html>