

PRESS RELEASE



Paris, le 3 décembre 2019

Voyage à l'international et tourisme : des transformations sur le plan mondial attendues d'ici 2040

Selon un nouveau rapport publié par Allianz Partners, d'ici 2040, le contrôle des passeports et cartes d'embarquement s'appuiera sur la reconnaissance faciale tandis que le voyage virtuel deviendra la norme.

D'ici 2040, le voyage à l'international sera plus rapide, plus facile et plus écologique qu'auparavant, et l'expérience voyageurs sera encore plus riche. En effet, selon les prévisions, le nombre de passagers empruntant les transports aériens aura doublé, la reconnaissance faciale facilitera le contrôle des passeports et cartes d'embarquement tandis que les expériences virtuelles (voyage, séjour dans des chambres d'hôtel et visite de musées) se généraliseront. Ces projections présentées dans un nouveau rapport d'Allianz Partners permettront au Groupe de mieux anticiper les futurs besoins de ses clients dans le secteur du voyage. Allianz Partners, l'un des leaders mondiaux B2B2C dans le domaine des solutions d'assistance et d'assurance, propose une protection et une couverture dans le monde entier ainsi que des services d'assurance voyage dédiés sous la marque Allianz Travel.

Le rapport « [The Future Travel Experience](#) » a été publié aujourd'hui dans le cadre de la série futurologique « *The World in 2040* ». Réalisée par Ray Hammond, futurologue de renommée internationale, cette série présente les tendances et évolutions qui pourraient transformer le tourisme et l'expérience voyageurs au cours des 20 prochaines années.

Le rapport identifie les principales tendances qui, ensemble, révolutionneront l'univers du voyage d'ici 2040 :

La réalité virtuelle et augmentée

- La technologie multisensorielle de la réalité virtuelle permettra de planifier une future escapade : le voyageur pourra se rendre dans des chambres d'hôtel virtuelles, assister à des spectacles de rue à l'occasion d'un carnaval, visiter des musées ou découvrir des restaurants... confortablement installé dans le fauteuil de son salon. Selon les estimations, cette tendance devrait renforcer l'attrait des voyages réels et non constituer un frein.

L'enregistrement instantané grâce aux nouvelles technologies

- La reconnaissance faciale est déjà utilisée à titre expérimental dans les aéroports, et d'ici 20 ans, les systèmes informatiques capables d'identifier un visage de manière fiable seront utilisés à grande échelle pour faciliter l'enregistrement des passagers.

Les assistants logiciels dans l'hôtellerie

- Tandis que certains hôtels de luxe continueront de privilégier un accueil humain, de nombreux établissements d'affaire et d'entrée de gamme automatiseront les formalités d'enregistrement, des assistants logiciels se chargeront de guider les clients jusqu'à leur chambre. Les bagagistes seront même parfois remplacés par des robots.

Des trains ultra-rapides

- Les voyages internationaux en train seront optimisés et donc plus efficaces dans de nombreuses régions du monde. En effet, les déplacements ferroviaires nationaux et internationaux seront gérés par les réseaux informatiques et l'Internet des Objets (IoT). Par conséquent, les trains pourront rouler plus vite et à une fréquence plus élevée. Leur vitesse augmentera également sur la plupart des réseaux ferroviaires : les trains à grande vitesse dépasseront généralement les 201 km/h.

Impression 3D de vêtements sur site

- En 2040, les clients pourront adresser leurs mensurations à l'hôtel avant leur arrivée. Ils récupéreront sur place leurs vêtements lourds ou encombrants (imperméables et chaussures, par exemple) imprimés en 3D, ce qui permettra de réduire le volume des bagages à transporter. Étant donné le faible coût de ce mode de production, les voyageurs auront tendance à ne pas rentrer chez eux avec ces vêtements mais à les faire recycler localement.

Des croisières durables

- Les navires de croisière seront nettement plus respectueux de l'environnement que les actuels paquebots. Ils seront propulsés au gaz naturel liquéfié (GNL), un carburant fossile léger qui n'émet pratiquement aucun gaz à effet de serre. Les croisières feront ainsi partie des catégories de voyage les plus respectueuses de l'environnement. La gamme des destinations proposées ne cessera de s'étendre, avec l'Asie en tête de liste.

L'espace, une destination régulière

- En 2040, certains voyageurs auront peut-être déjà fait le tour des destinations à visiter sur notre planète. D'ici là, il est probable que les touristes pourront admirer la Terre depuis l'espace à bord de vols réguliers à destination et au départ de la Lune.

Évoquant les transformations que devrait connaître l'univers du voyage à l'horizon 2040, Ray Hammond a déclaré : « *L'univers du voyage tel que nous le connaissons aujourd'hui connaîtra une transformation profonde au cours des 20 prochaines années. Selon les prévisions, le nombre de voyageurs empruntant les transports aériens devrait doubler d'ici là et le secteur du voyage devrait être soumis à une pression sans cesse plus forte de la part des passagers, qui souhaitent se déplacer plus rapidement et plus facilement. En 2040, les assistants logiciels personnels seront suffisamment sophistiqués pour aider les touristes à réserver leurs voyages en ligne et gérer des itinéraires complexes à destinations multiples afin de répondre aux attentes des voyageurs. Le voyage sera davantage thématique – cure de rajeunissement, aventure, accomplissement de soi, apprentissage de nouvelles compétences – et ne se limitera plus à la simple visite de destinations à cocher sur une liste. »*

Joe Mason, Directeur du Marketing de la division Voyage chez Allianz Partners, s'est exprimé sur l'impact du rapport pour le monde de l'entreprise et a déclaré : « *Le rapport "Future Travel Experience" permet à Allianz Partners de prévoir les tendances et évolutions du secteur du voyage et ainsi de se projeter pour redéfinir l'assurance voyage. Ces changements nécessiteront de proposer de nouveaux produits et services innovants, mais aussi de créer de la valeur pour nos partenaires et clients. Nous avons déjà amorcé un changement de cap en passant de l'assurance voyage à la protection voyage, qui privilégie une prise en charge plus proactive par rapport à l'approche réactive. Dans ce cadre, nos clients bénéficieront de solutions mobiles plus sophistiquées, de conseils de sécurité plus ciblés, d'un service clients plus réactif, et Allianz Partners veillera à leur bien-être tout au long de leurs voyages.*

S'il est vrai que certains aspects du voyage seront moins stressants en 2040, il n'empêche que les voyageurs resteront exposés à certains risques qu'ils connaissent déjà et à d'autres qu'ils n'ont encore jamais rencontrés jusque-là. Il continuera d'y avoir des annulations imprévues, des retards et des situations d'urgence à l'étranger. Par conséquent, les voyageurs auront toujours besoin de services de protection et d'assistance voyage pour partir l'esprit tranquille. »

Le rapport complet « *Future Travel Experience* » est disponible sur demande auprès de l'agence de relations presse Wellcom. Ray Hammond expose ses prédictions relatives aux futures tendances du voyage dans cette vidéo : <https://youtu.be/G90jV-jRmZA>

Pour en savoir plus sur Allianz Travel, rendez-vous sur <https://www.allianz-partners.fr/nos-marques/allianz-travel.html>

Notes aux éditeurs :

« Super-Smart Living » fait partie de la série « *The World in 2040* » du groupe Allianz Partners. La série comprend un certain nombre de rapports qui seront publiés au cours des mois à venir et qui portent sur ce que sera le monde en 2040, dans le contexte des domaines de compétence spécifiques du Groupe : la santé internationale, l'assistance, l'assurance automobile et l'assurance voyage.

Le contenu de la série est entièrement basé sur les points de vue et les opinions du futurologue Ray Hammond, à partir de son expérience dans la prédiction des possibles évolutions futures. Le contenu ne reflète pas nécessairement les points de vue d'Allianz Partners ou d'Allianz Care, mais a été commandé dans le cadre de l'engagement pris par le Groupe d'envisager l'avenir de manière proactive. Les observations et les résultats serviront à faire naître des idées, des débats et des discussions sur l'avenir du point de vue de l'entreprise. Cela permettra au Groupe d'anticiper les besoins des clients dans les années à venir, et d'avoir un temps d'avance quant à la compréhension des tendances et des innovations qui auront un impact sur chacun des métiers et sur l'évolution du Groupe dans le futur.

La série « *The World in 2040* » est disponible ici : https://www.allianz-partners.com/en_US/press-and-media/reports/the-world-in-2040.html.

À propos du futurologue Ray Hammond :

Ray Hammond a près de 40 ans d'expérience dans la rédaction et la discussion des tendances qui façonneront l'avenir. Il s'est vu décerner la médaille d'or des Nations Unies pour services rendus à la futurologie en 2010. La longue liste de prévisions précises de Ray est unique en Europe et il vit dans le futur qu'il a décrit pour la première fois il y a près de 40 ans. Ray propose désormais des discours, des conférences et des ateliers pour les entreprises, les gouvernements et les universités du monde entier. Il a donné des conférences à l'Oxford-Martin School de l'Université d'Oxford, à la CASS Business School et à l'Université de Lund. Ray est également membre de la Royal Society of Arts (FRSA).

A propos d'Allianz Partners

Allianz Partners est l'un des leaders mondiaux B2B2C dans les domaines de l'assistance, l'assurance voyage, la santé à l'international, et l'assurance automobile. Centrés sur les besoins clients, nos experts repensent les services assurantiels en proposant des produits et solutions de demain, high tech, high touch qui vont bien au-delà la traditionnelle assurance. Nos solutions sont parfaitement embarquées dans les offres de nos partenaires ou vendues directement, et sont commercialisées sous quatre marques : Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive et Allianz Travel.

Allianz Partners est l'un des leaders mondiaux B2B2C, dans les domaines de l'assistance, de l'assurance voyage, la santé à l'international et l'assurance automobile. Le groupe compte plus de 21 500 salariés dans 76 pays, parlant 70 langues et traitant 65 millions de dossiers chaque année, protégeant clients et salariés dans le monde entier.

Pour en savoir plus : <https://www.allianz-partners.fr/>

Réseaux sociaux



Nous suivre sur [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners)



Nous suivre sur [Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)



Nous suivre sur [/allianzpartners](https://www.youtube.com/channel/UC...)



Nous suivre sur [@allianzpartners](https://www.instagram.com/allianzpartners)

Contact presse

Maïssa Berjaoui / Inès Servanton: 01 46 34 60 60 – allianzpartners@wellcom.fr