



■ Les vacances d'été à l'étranger restent un grand point d'interrogation. © AFP

“La mentalité des touristes va changer”

VILLÉGIATURE

Hervé Ollagnier, CEO de Continents Insolites, décrypte les voyages de l'après-coronavirus.

Les avions cloués au sol, les hôtels portes closes, les frontières fermées, la (future) liberté de circulation en forme de point d'interrogation. Le tableau du tourisme, même si des lueurs d'espoir commencent à pointer, oscille entre gris clair et gris foncé. Pour nos vacances d'été à l'étranger, cela commence doucement à sentir le roussi, même si certains pays (Portugal, Grèce, Croatie...) tentent de sauver leur saison. La crise liée au Covid-19 secoue le monde du tourisme comme un cocotier. Il va y avoir de la casse dans un secteur ultra-concurrentiel mais peut-être est-ce le bon moment pour revenir à une façon de voyager plus raisonnée, plus locale.

Hervé Ollagnier est un pro du tourisme. CEO de Continents Insolites, présent en Belgique, en France et au Luxembourg, il a beaucoup parcouru le monde (avec un coup de cœur pour l'Inde et le Népal). Avant l'arrivée inattendue de ce virus dévastateur, il avait déjà perçu les

prémices d'un changement de mentalité des voyageurs, de leurs nouvelles envies. Des phénomènes qui vont, dit-il, s'amplifier.

“Les voyages étaient trop devenus un produit de consommation comme un autre.”

Monsieur Ollagnier, la crise frappe de plein fouet le secteur du tourisme. N'est-ce pas une crise existentielle ?

“Elle est révélatrice de phénomènes qui émergeaient déjà et qui apparaissent au grand jour. L'environnement et sa préservation, des thèmes balbutiants qui vont désormais intervenir au cœur de la réflexion. Le local aussi. Faut-il vraiment aller au bout du monde pour rechercher la découverte et le sens ? Depuis dix ans, le voyage s'est fortement banalisé au point de devenir un produit de consommation comme un autre. Peut-être, du moins j'ose l'espérer, allons-nous revenir vers l'essence même du voyage, à

savoir la transmission, le partage et la recherche de sens.”

Comment voyez-vous la reprise ?

“Elle sera, quelle que soit la date, calme. Pas avant le 1^{er} septembre pour une reprise light. L'année 2021 risque d'être encore fortement impactée. Peut-être qu'en 2022, la normale sera de retour. Peut-être. Si l'on jette un œil sur la Chine qui est sortie du confinement, le comportement des touristes est limpide : voyage dans leur pays, pas d'Europe ni d'États-Unis et leurs frontières fermées pour certaines nationalités.”

Le secteur ne risque-t-il pas de vivre faillite sur faillite ?

“Il y aura de la casse et des trous dans le marché. Le tourisme est un secteur très lié à sa trésorerie et où beaucoup d'opérateurs sont sur la corde raide (TO, hôtels, compagnies aériennes...)”

Êtes-vous d'accord avec le non-remboursement de billets d'avion par les compagnies aériennes ?

“Je trouve cette mesure plutôt fair-play par rapport au secteur et elle ne handicape pas les clients. Ils peuvent utiliser leur avoir durant une longue pé-

riode et si, à l'issue de celle-ci, ils n'ont pas pu en profiter, ils sont remboursés. C'est une forme de prêt de solidarité.”

Les médias parlent beaucoup de retour à un tourisme local. Cette crise marque-t-elle la fin du tourisme de masse ?



■ Hervé Ollagnier.

© CONTINENTS INSOLITES

“N'allons pas trop vite mais le mouvement était enclenché et pourrait s'étendre. Pour l'instant, le local est une réaction à court terme. Le public craint pour sa santé en allant à l'étranger et se réfugie dans les hébergements familiaux et proches. Le tourisme de masse n'est pas mort mais ce sont les touristes qui ont la réponse. À l'état de niche, les structures plus petites, plus familiales et les expériences exclusives vont gagner des parts de marché. Il ne faut pas penser que du jour au lendemain les mentalités vont changer du tout au tout mais elles vont continuer à évoluer. Vers un tourisme plus raisonné, pour des séjours plus longs en lieu et place d'un saut de puce en avion durant un week-end.”

Jean-Marc Ghéraillé

“Le contact humain a prouvé sa plus-value”

Même si elles annoncent toutes des coupes drastiques dans l'emploi, les compagnies aériennes low cost comme Ryanair ne vont pas disparaître. Au fil des années, elles ont permis à des gens de la classe moyenne de pouvoir voyager.

“J'en suis conscient, explique Hervé Ollagnier. Néanmoins, Ryanair est frappé de plein fouet et ne profite pas, comme les compagnies nationales, d'aides d'un État. Michael O'Leary sait compter. Il va sans doute sacrifier les lignes les moins rentables mais ne va jamais abandonner un Bruxelles-Athènes ou un Bruxelles-Prague. Il existe une réelle opportunité pour le train, pour autant que les prix soient compétitifs.”

Les croisières dans des paquebots avec 5 000 passagers, c'est fini.

“La capacité va diminuer vers des navires de plus petite taille. Idem pour les avions. Air France a déjà enclenché le braquet en optant pour des appareils plus petits.”

L'industrie du tourisme n'a-t-elle pas exagéré au fil des années ?

“Le secteur s'est très, peut-être trop rapidement, développé. Avec un marché qui a eu tendance à être surévalué. Cette crise va probablement permettre un retour à plus d'équilibre.”

Quelles leçons pouvez-vous quand même tirer de cette crise ?

“S'il y a une vertu à ce que nous vivons, c'est sans doute le retour aux valeurs essentielles du voyage, à davantage de réflexion. Au cœur de cette crise, les clients ont aussi pu apprécier la réelle valeur ajoutée des agences physiques. Le digital avait débarrqué en force mais sans aucune plus-value. Le contact humain et l'assurance du service constituent autant d'atouts.”

J.-M.Gh.

