



### **La réalité à travers la fiction**

Ces derniers mois, la réalité virtuelle s'est immiscée dans plusieurs films de science-fiction, esquissant un futur du Tourisme reposant sur la réalité virtuelle. C'est le cas notamment de « Valerian et la Cité des mille planètes » sorti durant l'été 2017. Réalisé par Luc Besson, le film retrace les aventures de Valérian et Laureline, deux agents spatio-temporels chargés de maintenir l'ordre dans les territoires humains. L'une des premières scènes du film est intéressante pour le secteur du Voyage car elle esquisse ce que pourrait être le Tourisme de demain grâce à la réalité virtuelle. Dans cette scène, des touristes se rendent en bus dans un complexe nommé « Big Market » au beau milieu du désert. Après un rappel des consignes de sécurité, chaque touriste s'équipe de lunettes de réalité virtuelle. Tout un monde s'ouvre alors à eux : une ville au million de boutiques où l'on peut se promener, interagir avec l'environnement et les créatures qui s'y trouvent et réaliser ses achats. Pour rapporter chez eux leurs souvenirs visualisés en 3D dans ce monde virtuel, il suffit de les faire passer un portail dimensionnel lors de leur sortie. Avec cette scène, on imagine bien le potentiel de la réalité virtuelle poussée à son paroxysme dans un contexte touristique. Demain, si tant est que la technologie est au point, complétée par d'autres dispositifs sensoriels (l'haptique, les odeurs de synthèse), il sera possible de créer des villes, des paysages ou tout autre environnement issue de l'imaginaire. Pour cela, il suffira de se rendre dans un espace assez vaste pour éviter les collisions entre utilisateurs.



Dans « Ready Player One », on ne voit pas de touristes à proprement parler. Mais il est facile de comprendre que les voyageurs de 2044 ne quittent pas leur canapé. Dans le film, le héros Wade Watts fuit un monde aux accents apocalyptiques en se réfugiant dans l'Oasis, un univers totalement virtuel dans lequel il est possible de vivre une double vie plus attrayante. S'il est possible de se rendre sur la planète Doom pour se défouler, d'autres portails mènent sur des contrées plus verdoyantes et reposantes, sorte de destinations touristiques virtuelles. Plus les « habitants » de l'Oasis possèdent de crédits, plus ils peuvent faire en sorte que l'expérience virtuelle se rapproche du réel en s'offrant une combinaison haptique qui permet de retranscrire le toucher. Pour se déplacer, nul risque de collision avec son voisin, les utilisateurs sont équipés de tapis roulant à 360° comme il en existe déjà aujourd'hui dans le secteur des jeux vidéo.

A moins long terme et dans une réalité plus ancrée, Carrefour Voyages a réfléchi à une autre application de la réalité virtuelle lors du hackathon organisé par Orchestra en mai dernier. A l'issue de 48h de réflexions et de développement, l'équipe a imaginé la « Capsule Dream », un espace équipé d'un fauteuil et d'un casque de VR. L'objectif : inspirer les futurs voyageurs en agence en les immergeant grâce à des vidéos et des sons. Une idée qui lui a fait remporter le 1er prix. Sans doute l'application la plus probable pour le secteur du Tourisme à court terme.

Les réalités virtuelle, augmentée et mixte ont donc toutes les trois leur place dans les secteurs du Tourisme et de la Culture, mais chacune a un usage bien spécifique. La réalité virtuelle pour inspirer les voyageurs avant de partir ou pour reconstituer des œuvres d'art, la réalité augmentée pour ajouter une couche d'informations durant les déambulations des touristes et la réalité mixte pour former et accompagner les employés dans un contexte plus industriel. Une chose est sûre, le potentiel de ces trois technologies n'a pas encore été dûment exploité. Pour qu'elles changent la face du monde du Tourisme et de la Culture, il faudra attendre un peu.