

La chaire Recherche en Intelligence Artificielle et Industrie du Tourisme en formation fondée par Hélène Yildiz organise un colloque international Management du Tourisme Entre résilience, durabilité et Intelligence Artificielle (IA)

**Entre résilience, durabilité et Intelligence Artificielle (IA) :**  
**Quels enjeux pour les acteurs du secteur du tourisme en zone transfrontalière ?**  
**8 décembre 2023**  
**à la Schungfabrik, 14, rue Pierre Schiltz, L-3786 Tétange**

A l'initiative de l'équipe de la chaire Recherche en Intelligence Artificielle et Industrie du Tourisme, un groupe scientifique interdisciplinaire de la Grande Région issu de différents laboratoires de recherche (CEREFIGE, C<sup>2</sup>DH-ULuxembourg, Université de la Sarre-CJFA, HTW Saar, ISIAM, IGEAT-ULB, Lepur et LAPLEC-ULiège, LISER, LIST, LOTERR, UniGR-CBS,...) s'est réuni pour organiser un colloque international consacré à la thématique du tourisme : **Tourisme transfrontalier entre résilience, durabilité et Intelligence Artificielle.**

Riche d'un patrimoine naturel et culturel diversifié tout en profitant de la proximité de grands réservoirs de populations de l'Europe du Nord-Ouest (Allemagne, Belgique, France et Luxembourg), ces territoires qui accueillent un grand nombre de touristes, représentent un moteur économique important (Lamour et Decoville, 2014). Cependant, l'industrie du tourisme traverse actuellement des changements profonds en raison de différentes crises (sanitaire, énergétique, climatique etc...) qui ont largement perturbé le modèle économique et social conduisant à de profondes mutations du secteur de tourisme (Hussin et al., 2021).

Afin de cerner ces transformations majeures et d'en comprendre le sens, ce colloque ambitionne de fournir les clefs d'analyses et de préconisations de solutions prospectives à travers deux principales problématiques :

**Le premier axe met en relief** les questions liées à la durabilité de l'industrie du tourisme. En effet, ce secteur, remet en question le tourisme de masse et privilégie le tourisme de proximité en abandonnant parfois certaines zones touristiques (friches touristiques) au profit d'autres. Plusieurs pistes de réflexion peuvent être retenues ici :

- Le nombre croissant de touristes urbains entraîne une augmentation de l'exploitation des ressources naturelles qui a des conséquences socio-culturelles et exerce une pression sur les infrastructures, les modes de transport et d'autres installations ; cela pousse les acteurs à privilégier le tourisme de proximité. Plusieurs questionnements se posent alors :
  - o Quelle logistique privilégier pour ce type de tourisme de proximité ?
  - o Quel lien entre la mobilité du futur et le tourisme dans l'espace transfrontalier ?
  - o Quel type de mobilité privilégier pour le transport des touristes ?
- Avec la transformation du secteur du tourisme, des friches touristiques sont apparues depuis ces dernières années. Ce processus habituel est concomitant à l'évolution de ce secteur économique en constante mutation. Parallèlement à la transformation des pratiques, à l'évolution des touristes et de leurs besoins, les aménagements qui leur sont destinés ont dû changer, s'adapter et se renouveler. Ainsi, certains produits et infrastructures touristiques ont perdu leur fonction, pour diverses raisons et notamment par suite d'une perte d'adéquation avec la demande. Ils sortent alors du champ touristique et deviennent des friches touristiques. Peu voire pas du tout

investigué, ce processus de sortie du tourisme qui concerne tant des stations touristiques dans leur ensemble que des infrastructures ponctuelles (hébergements, attractions...) mérite d'être pris en compte. Souvent présent au sein d'un territoire qui continue à être fréquenté par des touristes, sa compréhension présente des enjeux multiples et particulièrement celui du devenir des territoires qui y sont confrontés. En exemple les questions qui peuvent être posées dans ce cadre :

- Quels sont les facteurs influant sur le développement des friches touristiques ?
  - Outre les stations de ski, les stations balnéaires, quels autres espaces sont aussi ou vont être confrontés au problème des friches touristiques (vallée, ville, espace rural...)?
  - Quels sont les enjeux et les défis liés à la gestion et à la reconversion des friches touristiques ?
  - Quelles sont les bonnes pratiques et les initiatives innovantes pour réhabiliter les friches touristiques ?
  - Les friches touristiques sont-elles perçues comme problématiques par les professionnels du tourisme, les touristes, la population locale ?
- Les territoires pour se développer mettent en œuvre des innovations managériales qui alimentent désormais un courant de recherche particulièrement actif notamment en matière de marketing territorial, de *branding* territorial et de géomarketing. Cet atelier a pour objet de discuter de la contribution du tourisme à l'attractivité du territoire à travers le prisme de différents champs disciplinaires tels que le Management, la Géographie, la Sociologie et plus généralement de l'ensemble des Sciences Humaines. Quelques exemples de questionnement autour de cet atelier :
- Quel rôle joue l'attractivité des territoires dans ces secteurs ?
  - Comment un territoire crée une marque afin d'attirer le touriste ?
  - Le développement d'une identité régionale est-il une solution pour renforcer son attractivité territoriale ?
- En parallèle d'autres territoires transfrontaliers choisissent plutôt de coopérer et génèrent ainsi des systèmes de partenariat, convention autour d'un projet commun. Se posent alors des questions suivantes :
- Les solutions juridiques développées dans la Grande Région au service du tourisme consommateur ?
  - Quel traitement apporté juridiquement aux réclamations des touristes ?
  - Quelles solutions juridiques offertes dans la Grande Région au service des acteurs professionnels du tourisme ? (moratoire, crédit, subvention etc.)  
Comment les acteurs institutionnels (CRT, CDT, Conseils départementaux, régionaux) se mobilisent-ils pour relancer la dynamique touristique dans les secteurs géographiques les plus touchés ?

**Dans le second axe, la résilience** passe aussi par le phénomène de digitalisation. En effet, de plus en plus d'institutions culturelles proposent à leur public des expériences digitales. Celles-ci sont de natures diverses.

- Elles peuvent être interactives et prendre la forme de réalité augmentée ou de réalité virtuelle ou encore avoir une fonction didactique voire ludique. Elles ont vocation à cibler un public familial, ou un public empêché. Cette voie de transformation offre un axe de recherche important qui interroge sur plusieurs aspects :
  - Quels sont les impacts de ces nouveaux processus sur le tourisme ?
  - Renforcent-ils l'offre préexistante ou au contraire éloignent-ils le public des sites et institutions physiques traditionnels ?
  - Comment peut-on faire usage du numérique pour une interaction plus engagée et immersive du public avec le patrimoine culturel et touristique ?

- Cette digitalisation parfois à marche forcée, peut-être aussi sources de revenu. D'un « business model » qui se déploie autour du métavers et l'intelligence artificielle.
  - De nouveaux modes de communications plus efficaces et plus personnalisés pour rassurer les consommateurs doivent-ils être mis en place ?
  - Le metaverse : nouvel eldorado du secteur du tourisme ?
  - Destination 3D en VR pour inciter à réserver ?
- Dans cette quatrième révolution industrielle (Culot et al, 2020 ; Murphy et al, 2021), l'émergence de l'intelligence artificielle (IA) semble offrir de belles opportunités de croissance pour l'ensemble des acteurs de la filière du tourisme. Ces nouveaux systèmes numériques de traitement des données transforment la chaîne de valeur des entreprises de l'hôtellerie (Jiang et Wen, 2020,) et plus largement du tourisme (Doborjeh et al, 2021 ;). Dans ce contexte, l'impact de cette nouvelle technologique sur l'organisation et la performance des entreprises fait émerger certaines questions :
- L'IA va-t-elle redessiner le paysage du secteur du tourisme ?
  - L'IA est-elle une réelle opportunité pour les entreprises de la filière du tourisme ?
  - L'IA permet-elle de rendre plus durable la filière du tourisme ?
  - Comment concilier IA, éthique et performance à long terme des entreprises du secteur du tourisme afin de générer un avantage concurrentiel pérenne ?
  - Comment l'IA bouleverse la création et la proposition de valeur des entreprises du secteur du tourisme, envers leurs clients ?
  - Quelle est la place de l'IA et des robots intelligents dans la filière du tourisme ?
  - L'IA est-elle synonyme de tourisme de luxe à travers de nouvelles expériences virtuelles ?
  - L'IA est-elle l'apanage des grandes entreprises du tourisme ? Ou peut-elle améliorer également la performance des petites entreprises de cette filière ?

Ce colloque programmé sur une journée se déclinera sous forme de séances plénières ouvertes, d'ateliers, de tables rondes et de sessions parallèles. Sont attendues toutes contributions autour de ces deux grands axes de questionnements ou des axes connexes relatifs à l'étude des problématiques liées au tourisme seront les bienvenues.

Les communications feront l'objet d'un chapitre d'ouvrage coordonné.

Pour les propositions de contributions :

- Soumission des résumés de 500 mots : deadline 15 Octobre 2023
- Retours aux auteurs : 15 novembre 2023
- Date limite des inscriptions au colloque : 29 Novembre 2023
- Date du colloque : 8 Décembre 2023
- Remise de la version intégrale de l'article (20.000 signes espaces compris maximum, bibliographie, schémas, figures, tableaux compris) : le 30 Janvier 2024
- Retour aux auteurs : 28 février 2024
- Réception des articles modifiés : 15 avril 2024
- Publication Ouvrage collectif : Septembre 2024

Envoi des intentions directement sur la plateforme : <https://manthore.sciencesconf.org/>

Ou à [sara.tahali@univ-lorraine.fr](mailto:sara.tahali@univ-lorraine.fr)

RIA & MIT