

## Biographie de Bruno Lavagna

Fondateur de 'Be.Exclusive'

*Auteur Géopolitique du luxe (2021 en français, 2023 en anglais)*

*Co-Auteur de Géopolitique du Tourisme avec Marie-Laure Desmet*



# Géopolitique du tourisme

40 fiches illustrées pour comprendre le monde

par **Marie-Laure Desmet et Bruno Lavagna**

Collection « Géopolitique » IRIS & Eyrolles, dirigée par Pascal Boniface

publication en français **11 juin 2026**

Tour à tour outil diplomatique, instrument du soft power et moyen d'influence, le tourisme contribue au rayonnement international des grandes puissances.

**Focus** par zone, **défis, leviers d'action, enjeux** : derrière la vitrine de rêve, un retour, en **40 fiches** documentées, sur l'héritage historique, la puissance économique et le poids politique de la planète tourisme.



Diplômé de l'ESCP Europe (1987), quadrilingue (français, anglais italien et allemand) directeur-fondateur de Be.Exclusive (2004), **Bruno Lavagna** est **expert international du luxe** (métiers d'art, yachting, mode et accessoires, parfums et cosmétiques, hôtels et restauration, gastronomie, horlogerie et joaillerie...) et **consultant en géostratégie du luxe**.

Il intervient essentiellement en **Europe**, à **Monaco** au *Master of Science in Luxury Management* à l'International University of Monaco (**IUM**), en **France** (**IFM**, ESSEC Business School, **Campus Alain Ducasse**, SKEMA Business School, **EDHEC Business School**, NEOMA Business School, **AUDENCIA Business School**, Université **Lyon 3 Jean Moulin** Institut international de la Francophonie, Université **Panthéon Sorbonne**,

Université de **Paris-Dauphine PSL**, **Sciences Po Paris Executive Education**), en **Suisse** (**EHL**, **Glion Institute**, **ISG Luxury Geneva**, Reluxury Barnes Geneve, **Cartier**) et en **Italie** (**Bocconi**), et aussi en tant que conférencier (**Mobilier National-Rencontres des Gobelins**, Société des Géographie, **Cercle Richelieu - Senghor de Paris**, **Francophonie sportive**, ICR -Institut du Capitalisme Responsable) à Bruxelles avec L'Eventail- **Puilaetco Quintet Bank**), au **Royaume-Uni** avec Edeniste neuroscientific fragrances chez **Harrods London**).

Il a développé un carnet d'adresses internationales (**Europe, Moyen-Orient - Asie**) autour de la *diplomatie économique, culturelle, sportive, environnementale et humanitaire*, notamment avec les **ambassades de la Principauté de Monaco** (Unesco, Europe, Russie, États-Unis, Chine, Inde, Japon, Australie...) et également certaines ambassades de France et d'Italie.

Membre du Comité d'orientation stratégique **Les Deux Magots** en 2006, il accompagne la famille propriétaire depuis 2006 dans son développement international (Tokyo, Riyad, Sao Paolo) et **Comptoirs les Deux Magots**.

Enfin, il publie régulièrement ces réflexions sur l'état du luxe au **Journal du Luxe**, **Conflits Magazine** ou **Luxus Magazine**. **Radio Classique** le consulte de façon assidue.

# [Table des matières : Géopolitique du Tourisme]

## Partie I - Les 10 principaux éclairages

- Fiche 1- Le voyage, une pratique vieille comme le monde
- Fiche 2- Les classes moyennes, levier d'industrialisation
- Fiche 3- L'ouverture des frontières et la sécurité comme prérequis
- Fiche 4- L'aérien, accélérateur de la conquête du monde
- Fiche 5- Une importance économique croissante
- Fiche 6- Les pays riches, principaux voyageurs et principales destinations
- Fiche 7- Une forte implication des acteurs publics
- Fiche 8- Les agences de voyage en ligne, puissants acteurs internationaux
- Fiche 9- La face sombre du tourisme
- Fiche 10- La France, 1<sup>ère</sup> destination mondiale ?

## Partie II - Les multiples facettes du tourisme

- Fiche 11- L'or blanc, neige et activités d'hiver
- Fiche 12- L'or bleu, océan et activités balnéaires
- Fiche 13- L'or des villes, culture et patrimoine
- Fiche 14- L'or vert, nature et activités de plein air
- Fiche 15- Le tourisme d'affaires, clé de voûte à valeur ajoutée
- Fiche 16- Les croisières à la conquête du monde
- Fiche 17- La gastronomie, goût du voyage
- Fiche 18- Le patrimoine, course à la reconnaissance mondiale
- Fiche 19- Le divertissement, plus que des loisirs
- Fiche 20- Les grands événements, vitrines pas si éphémères

## Partie III - Les 10 principaux leviers de croissance

- Fiche 21- Les groupes privés, acteurs incontournables
- Fiche 22- Tourisme responsable, prérequis pour l'avenir
- Fiche 23- Le numérique et l'intelligence artificielle, pour exister sur la carte du monde
- Fiche 24- Haut de gamme, luxe et ultra-luxe, l'avant-garde du tourisme
- Fiche 25- Les expériences, créatrices de valeurs économiques
- Fiche 26- Les investissements, l'attractivité future
- Fiche 27- Les réseaux sociaux, un pouvoir sans limite
- Fiche 28- Le Moyen-Orient : nouvel eldorado
- Fiche 29- Le tourisme, toujours de nouveaux horizons
- Fiche 30- Le tourisme de proximités : un enjeu renouvelé

## Partie IV - Les 10 principaux défis

- Fiche 31- Le climat, chamboule-tout du secteur
- Fiche 32- Nouvel ordre mondial : les effets sur le tourisme
- Fiche 33- Le surtourisme, nouvelle ligne rouge
- Fiche 34- La décarbonation, impossible équation
- Fiche 35- La démographie, indispensable segmentation
- Fiche 36- Le recrutement, futur plafond de verre
- Fiche 37- La cybersécurité, base de la confiance
- Fiche 38- Le prix, plus qu'une variable d'ajustement
- Fiche 39- Les populations locales, acteurs en puissance
- Fiche 40- L'innovation, intégration des enjeux planétaires