

Consommation et modes de vie

N° 244 • ISSN 0295-9976 • Octobre 2011

Isabelle Van de Walle

Le « tourisme durable » : l'idée d'un voyage idéal

La notion de tourisme durable a émergé dans le prolongement du Sommet de Rio de 1992, avec pour objectif de réduire l'impact du tourisme sur l'environnement, tout en favorisant le respect des intérêts économiques et culturels des populations locales.

Loin des définitions officielles, le CRÉDOC s'est demandé ce que recouvrait, pour les touristes eux-mêmes, la notion de tourisme durable et quelles étaient les possibilités, pour eux, d'adopter des pratiques durables au cours de leurs voyages. Le tourisme à l'étranger retient ici seul notre attention : il exacerbe les questions posées en termes de protection de l'environnement et de changement climatique, mais également d'équité et de redistribution des richesses entre pays du Nord et pays du Sud. Une enquête de nature qualitative a été menée par le CRÉDOC auprès de touristes sous la forme d'entretiens collectifs. Pour mettre en regard leurs propositions avec l'offre des voyagistes, nous avons parallèlement analysé les sites Internet des plus grands offreurs.

Les résultats de l'enquête présentent les attentes des touristes sous les trois dimensions environnementale, socioculturelle et économique. Le tourisme durable répond aux aspirations des amateurs de pérégrinations lointaines qui y voient la possibilité de voyager autrement, plus en accord avec leurs désirs de découverte et leurs préoccupations morales. Toutefois, la mise en pratique des principes que les touristes attribuent au tourisme durable se heurte à leurs attentes en termes à la fois de dépaysement, de confort et de sécurité. De plus, l'offre touristique durable des grands voyagistes manque de lisibilité et n'est pas encore structurée autour de propositions à la hauteur de la demande exprimée.

> Le rejet du séjour en club au nom de la durabilité

Les touristes interrogés par le CRÉDOC définissent le tourisme durable à partir de leur propre expérience. Celle-ci les conduit, tout d'abord, à rejeter les offres les plus classiques. Le « séjour en club-formule tout compris » leur apparaît comme l'archétype d'un tourisme ne respectant pas les principes du tourisme durable. Quel que soit le pays de destination, les touristes y voient un modèle de consommation standardisé et sans surprise : « *les grands hôtels se ressemblent tous ; au Mexique ou en Tunisie, il n'y a pas de grande différence* ». Surtout, tout leur semble marqué par la surabondance et le trop-plein : la nourriture, la boisson, la piscine, les animations, le nombre de touristes.

S'ajoute un sentiment d'enfermement entre touristes, à l'écart de la réalité locale et des habitants. La concentration spatiale de l'activité touristique est dénoncée pour ses effets sur l'environnement, mais aussi pour la dégradation ressentie des relations avec les populations locales. « *Faussées* » et réduites à de simples échanges marchands, elles virent vite à une confrontation mal vécue par le touriste rêvant d'authenticité et de relations « *vraies* ».

Enfin, le modèle économique associé au tourisme de masse est critiqué parce qu'il ne contribue pas, ou pas assez, au développement des pays d'accueil : des capitaux étrangers tireraient des bénéfices très importants contre un investissement préalable trop faible et des embauches locales en nombre trop réduit pour avoir un impact significatif sur le niveau de vie des populations.

A contrario, les représentations associées au tourisme durable privilégient la modération de la consommation, la diffusion dans l'espace des équipements touristiques, l'échange avec les populations locales et le développement économique du pays d'accueil.

LES GRANDS PRINCIPES DU TOURISME DURABLE

Les représentations des touristes à l'égard du tourisme durable

	Tourisme conventionnel	Tourisme durable
Rapport à la consommation	Modèle occidental, standardisé Surconsommation, gâchis	Consommation modérée
Rapport à l'espace	Concentration spatiale Enfermement entre touristes	Diffusion dans l'espace Ouverture sur la population locale
Relations avec les populations locales	Faussées, réduites à des échanges marchands	« Authentiques », « vraies »
Retombées pour l'économie locale	Limitées	Fortes

Source : CRÉDOC 2011

> Ne plus partir pour des destinations lointaines ?

Pour les touristes interrogés, la définition d'un voyage durable à l'étranger inclut sa préparation, avec le rejet des catalogues papier « *luxueux* » au profit d'Internet, mais également le choix de modes de déplacement peu polluants. Pour réduire le coût environnemental de leurs voyages à l'étranger, les touristes suggèrent d'abandonner l'avion au profit du train, du bus, du bateau, mais aussi, de façon humoristique, de la marche à pied ou du chameau, pour souligner le caractère chimérique de telles options. De tels moyens de transports rendraient les voyages à l'étranger trop longs, trop fatigants, inadaptés à notre mode de vie, si ce n'est à nos références culturelles : « *ce n'est plus un voyage, c'est un calvaire* ». Une autre solution serait de renoncer au voyage. Mais un tel renoncement s'oppose au « *droit au voyage* », au dépaysement et à l'ouverture sur le monde, que revendiquent nos amateurs de pérégrinations lointaines. Au final, les touristes préfèrent suggérer à la recherche aéronautique « *des avions moins polluants* » ou même « *solaires* », et aux compagnies aériennes, des vols directs sans escale, la réduction du poids autorisé des bagages et le paiement volontaire d'éco-taxes.

Une fois rendus à destination, les touristes proposent de se déplacer à pied. Toutefois, leur désir de découverte pousse à la visite de lieux éloignés les uns des autres. L'accent est alors mis sur les transports collectifs locaux qui combinent *a priori* tout environnemental, connaissance

des réalités locales et échanges avec les populations.

> « Hôtel écologique », échange de logements et hébergement chez l'habitant

En matière d'hébergement, les touristes interrogés par le CRÉDOC suggèrent d'abord de réduire les consommations à caractère environnemental dans les hôtels classiques. Leur proposition de pratiques de tri des serviettes de toilette n'est guère originale. D'autres sont plus audacieuses : recours aux énergies renouvelables, en particulier solaire, dans les pays du Sud ; exclusion des golfs, réduction de la superficie des piscines et recyclage de leurs eaux pour les destinations souffrant d'un déficit chronique en eau, proscription de la climatisation. La nécessité d'une nouvelle conception architecturale et d'un recours à des matériaux plus écologiques est également évoquée.

Mais l'hébergement ne peut pas se contenter de respecter des critères environnementaux : il doit également répondre à des canons sociaux et économiques. À l'opposé du « *grand* » et du « *luxueux* », le petit et l'économique sont associés à l'idée de durabilité. Les petits hôtels locaux et les pensions de famille sont évoqués parce qu'ils permettent de « *s'intégrer dans le pays* », de « *faire travailler une famille* » ou encore d'éviter les gâchis de nourriture. De façon plus radicale, les touristes s'interrogent sur la pertinence de l'offre hôtelière. Les auberges de jeunesse sont appréciées en raison de leur usage collectif. La formule des

échanges de logements est associée au tourisme durable : elle est économique pour le touriste, et ne suscite pas d'échange marchand.

L'hébergement chez l'habitant retient particulièrement l'attention des touristes. Pour eux, il permet une immersion dans la culture locale, répond à leur désir d'échange avec l'étranger et limite la construction de structures hôtelières avec ses effets négatifs sur la préservation des paysages et des richesses naturelles. Surtout, l'hébergement chez l'habitant repose sur un autre modèle économique. Pour le touriste, la formule est bon marché, et le paiement de la prestation revient directement à la population locale, sans intermédiaire, dans le cadre de circuits courts. Dans une vision idéalisée des échanges, la durabilité allie ainsi limitation des dépenses des touristes et maximalisation des retombées pour les populations locales. L'échange garde un caractère marchand, mais son ampleur est réduite. À la limite, l'objet final de la transaction n'est pas vraiment le profit, du moins pas « *le profit maximal* » : il s'agit d'une sorte de troc entre particuliers, dans le cadre d'un échange marchand réinventé.

> Acheter les « produits locaux » des circuits courts

Le lieu de production des denrées alimentaires consommées au cours des voyages suscite tout l'intérêt des touristes interrogés. L'image négative associée aux produits importés est liée au coût énergétique de leur transport par avion. Elle renvoie également à la diffusion d'un modèle de consommation international. Ce modèle joue une fonction rassurante de repère pour nombre de touristes. Mais il ne permet pas de connaître les cultures culinaires des pays visités et n'a qu'un faible impact sur leur économie. À l'inverse, pour les touristes enquêtés, la consommation de denrées locales, produites et transformées sur place, favoriserait le développement de l'emploi dans l'agriculture et l'agroalimentaire, et assurerait, selon un schéma que les touristes associent au commerce équitable, une juste rémunération des producteurs. Les enquêtés prônent

QUELLES ALTERNATIVES À L'AVION ?

Les représentations des touristes à l'égard du tourisme durable

	Tourisme conventionnel	Tourisme durable
Déplacement vers la destination touristique	Avion	- Touristes : renoncement aux voyages lointains, en particulier de courte durée, usage du train pour l'Europe, paiement volontaire d'éco-taxes - Recherche aéronautique : avions moins polluants ou solaires - Compagnies aériennes : vols directs, réduction du poids des bagages...
Déplacements sur place	Transports motorisés individuels : voiture particulière, de location...	Transports collectifs locaux

Source : CRÉDOC 2011

HÉBERGEMENT : ENTRE ÉCOLOGIE ET RETOMBÉES LOCALES

Les représentations des touristes à l'égard du tourisme durable

	Tourisme conventionnel	Tourisme durable
Hébergement	« Grands hôtels luxueux »	« Hôtels écologiques » avec réduction des consommations à caractère environnemental : tri des serviettes, exclusion des golfs, réduction de la taille des piscines, proscription de la climatisation, recours aux énergies renouvelables, conception architecturale et utilisation de matériaux écologiques - Pour allier les dimensions environnementale, socioculturelle et économique : - petits hôtels locaux et pensions de famille - auberges de jeunesse - échange de logements - et, surtout, hébergement chez l'habitant

Source : CRÉDOC 2011

également la fréquentation de « *petits restaurants locaux* » : au contraire des « *grands complexes hôteliers* », ils sont censés utiliser des produits locaux, tout en permettant à la fois la connaissance des cultures culinaires « *typiques* » et la diffusion des retombées économiques du tourisme.

La préférence accordée au « *local* » et au « *petit* » s'applique également à l'achat des souvenirs. Là encore, les produits locaux sont valorisés parce qu'ils permettent de découvrir une nouvelle dimension du patrimoine culturel : les savoir-faire techniques et artisanaux. Mais, pour nos touristes, il s'agit également d'éviter les boutiques des grands hôtels, ainsi que les achats organisés par les tour-opérateurs dans des centres commerciaux. L'achat direct auprès d'artisans installés dans les villages, sans intermédiaire, est

préconisé afin de permettre une *juste* rémunération de leur travail.

Pour les animations enfin, les produits classiques proposés par les hôtels et clubs, dont la piscine et le golf constituent l'archétype, font l'objet de critiques, car le plus souvent formatés, occidentalisés, dénués de tout intérêt culturel. Les enquêtés leur préfèrent la découverte de sites et de paysages permettant de connaître les pays visités. L'hypothèse d'une participation à des projets humanitaires est également avancée. Surtout, l'idée de valoriser le local réapparaît, avec la proposition d'un accompagnement du touriste par l'habitant, celui-ci devenant le guide rêvé pour entrevoir, de l'intérieur, la réalité et la richesse du pays.

> Un voyage rêvé, mais des obstacles...

Ainsi, les amateurs de voyages à l'étranger voient dans le tourisme

durable l'occasion de redonner du sens à leurs déplacements lointains, d'allier écologie et découverte de l'autre, morale et exotisme, dans un voyage idéal. Toutefois, nombre d'obstacles s'opposent à l'adoption de pratiques durables : nos voyageurs se trouvent vite au cœur de contradictions qui imposent des limites à l'exercice.

Le principe même d'un voyage lointain en avion, notamment pour un séjour de courte durée, est contraire aux exigences environnementales liées au développement durable. De plus, dans certaines destinations, les transports collectifs locaux se révèlent très polluants. Certains touristes les utilisent déjà. D'autres s'y refusent : ces transports imposent des contraintes temporelles, mais également une immersion parmi les populations locales qu'ils redoutent, même s'ils y aspirent. De même, l'hébergement chez l'habitant ou dans des petits hôtels fréquentés par la clientèle locale ne satisfait pas toujours leurs exigences de sécurité et de confort, notamment d'hygiène et d'intimité, combien marquées par leur propre culture. L'hôtel international peut apparaître ainsi, et en partie pour les mêmes touristes, à la fois comme une prison, empêchant les « *vrais* » échanges avec les populations locales, et comme un rempart contre l'inconnu, l'étrangeté, le dangereux. La valorisation des produits et des producteurs locaux n'est elle-même pas sans difficultés. L'artisanat local, qu'il conviendrait de soutenir, a parfois disparu au gré de la mondialisation. Dans certains pays, les restaurants « *typiques* » manquent à l'appel. Rêvant de dépayse- ● ● ●

QU'EST CE QUE LE TOURISME DURABLE ?

D'après la définition officielle des Nations Unies proposée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), « le tourisme durable doit exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement (...) ; respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leurs atouts culturels bâti et vivant et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles ; assurer une activité économique viable sur le long terme, offrant (...) des avantages socio-économiques équitablement répartis (...), et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté ». Il n'existe pas à proprement parler de statistiques mesurant l'importance des tourisms alternatifs (« tourisme durable », « écotourisme », « tourisme équitable », « solidaire » ou « responsable »).

RESTAURATION, ACTIVITÉS ET SOUVENIRS : PRIVILÉGIER LE « PETIT » ET LE « LOCAL »

Les représentations des touristes à l'égard du tourisme durable

	Tourisme conventionnel	Tourisme durable
Restauration	Produits alimentaires importés Restaurants des grands hôtels proposant un mode de consommation alimentaire occidentale	Aliments produits et transformés localement Petits restaurants locaux
Achat de souvenirs	Achat dans les boutiques des grands hôtels et dans les centres commerciaux	Achat de produits locaux auprès de petits artisans locaux
Activités	Animations occidentalisées dont piscine et golf	Découverte de sites et de paysages par des modes de déplacement doux Participation à des projets humanitaires Prise en charge des animations par les populations locales

Source : CRÉDOC 2011

ment, le touriste à l'étranger projette ses propres représentations de ce qui est authentique, et la confrontation avec la réalité peut le désorienter. Comment ne pas être déçu lorsqu'au cours d'une soirée japonaise « typique », la bière servie se révèle être non pas japonaise, mais... hollandaise? Quel est désormais le « vrai Istanbul » : celui du Grand Bazar et de Sainte-Sophie, recommandés par les guides pour les touristes en quête de culture et d'authenticité, ou celui des bars modernes fréquentés par la jeunesse istanbuliote?

> Des grands offreurs encore timides

Désorientés, les aspirants au tourisme durable souhaiteraient pouvoir se tourner vers les voyagistes. Mais les offres de tourisme durable leur apparaissent peu visibles. Le repérage d'informations sur les sites de vente en ligne des grands tour-opérateurs nécessite d'être déjà intéressé par la durabilité : l'achat d'un produit touristique durable sera le fruit d'une recherche ciblée par un consommateur averti ou... d'un heureux hasard. Tourisme durable, éthique et/ou responsable, la diversité des termes utilisés par les offreurs n'est pas sans brouiller l'image renvoyée aux clients potentiels, d'autant que les trois dimensions du tourisme durable, – environnementale, socioculturelle et économique –, ne sont pas toujours présentées, et encore moins également traitées dans la conception des offres.

La dimension environnementale apparaît d'emblée comme la plus travaillée.

Néanmoins, seule une part des hôtels proposés, très limitée pour certains offreurs, respecte des critères environnementaux contraignants. Nombre d'offres et de séjours privilégient le respect de la nature, la découverte du patrimoine culturel ou encore « la rencontre avec les populations locales ». La création d'emplois locaux, la mise en œuvre d'une politique de gestion des ressources humaines « responsable », d'une politique d'achats sélective assurant une rémunération équitable des producteurs locaux sont mises en avant par les offreurs les plus investis dans la démarche. Toutefois, les données chiffrées manquent pour que le client potentiel puisse apprécier, de manière même approximative, l'impact de son séjour sur l'économie locale. La comparaison des labels affichés par les voyagistes les plus actifs, et des multiples critères pris en compte, relève, pour le client, d'un véritable travail d'expert.

Parmi les grands opérateurs, l'idée de durabilité ne s'affirme ainsi que de façon progressive, et n'est pas reprise par tous. Mais une partie d'entre eux y voient la possibilité d'améliorer la qualité de leurs offres et de s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs. Cela montre qu'il y a une réelle évolution des valeurs associées au tourisme. À la condition que les offres acquièrent une plus grande visibilité, mais également un prix de marché jugé accessible, certains touristes se tourneront vers les opérateurs leur offrant la possibilité, notamment dans le cadre de circuits culturels, d'être accueillis dans des hôtels mettant en œuvre une politique de management

environnemental; d'autres privilégieront ceux leur permettant d'aller à la rencontre des populations locales en ayant la conviction de participer à leur développement économique et social.

Toutefois, certaines questions essentielles, soulevées par les touristes, restent encore sans réponse, celles notamment liées au coût environnemental des transports aériens, à la concentration spatiale des infrastructures touristiques, à la surfréquentation de certains sites patrimoniaux, ainsi qu'à la réalité concrète de la redistribution de la rente touristique entre pays du Nord et pays du Sud. Un nouveau modèle touristique reste encore à inventer. ■

L'ENQUÊTE DU CRÉDOC SUR LE TOURISME DURABLE

Pour étudier la manière dont les touristes appréhendent le tourisme durable, nous avons travaillé sous forme d'entretiens collectifs. Les participants de ces entretiens appartiennent aux classes moyennes. Résidant en région parisienne, ils occupent un emploi de profession intermédiaire ou de cadre, dans le secteur privé ou la fonction publique, ou encore de profession indépendante. Tous sont partis en vacances à l'étranger durant les douze derniers mois. Voyageurs plus ou moins réguliers, ils ont le plus souvent expérimenté plusieurs formules de tourisme à l'étranger : séjour en club, circuit en groupe, voyage itinérant avec achat d'un vol sec... Aucun d'eux n'a effectué de séjours à l'étranger dans le cadre d'une offre de tourisme « durable » ou alternatif.

Pour l'offre, nous avons analysé les sites Internet des dix plus grands offreurs touristiques selon leur chiffre d'affaires en France. Cette méthode s'explique par l'importance prise par la toile en tant qu'outil privilégié par les touristes pour organiser, si ce n'est acheter, leurs voyages.

Pour en savoir plus

- > Cette note de synthèse est tirée de deux rapports d'analyse : Van de Walle I., Borzakian M., 2009, « Le tourisme durable à l'étranger ou la possibilité d'un autre voyage », *Cahier de recherche du CREDOC*, n°269. Van de Walle I., Reynaud C., 2010, « Le tourisme durable à l'étranger : regards croisés de l'OMT, des touristes et de quelques grands offreurs », *Cahier de recherche du CREDOC*, n°278, disponibles sur www.credoc.fr

Voir aussi

- > Céron J.-P., Dubois G., 2002, « Les enjeux oubliés du tourisme durable », *Cahier Espaces*, n°192.
- > Cousin S., Réau B., 2009, *Sociologie du tourisme*, Paris, Editions La Découverte.
- > Laurent-Beira Alain, 2003, *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*, ministère des Affaires étrangères, Direction de la stratégie, de la programmation et de l'évaluation.
- > Urbain J.-D., 2008, *Le Voyage était presque parfait*, Paris, Payot.