



**LE TOURISME DURABLE A L'ETRANGER
OU LA POSSIBILITE D'UN AUTRE VOYAGE**

Isabelle VANDEWALLE, Manouk BORZAKIAN

Avec la collaboration de François GOURDIKIAN

CAHIER DE RECHERCHE N° 269

DECEMBRE 2009

Département « Evaluation des Politiques Publiques »

dirigé par Bruno Maresca

Cette recherche a bénéficié d'un financement au titre de la subvention recherche attribuée au CREDOC.

SYNTHESE

L'avènement d'un tourisme international de masse a fait naître une série de questions relatives à son impact sur les ressources naturelles, les éco-systèmes et les populations visitées, et au besoin de gouvernance du secteur touristique. Dans le prolongement des travaux du Sommet de la Terre de Rio de 1992, la notion de tourisme durable émerge avec pour objectif de réduire l'impact du tourisme sur l'environnement, mais également de favoriser le respect des intérêts économiques et culturels des populations locales. La Conférence Mondiale sur le Tourisme de Lanzarote de 1995 débouche sur la rédaction de la Charte du tourisme durable. Reprenant les propositions de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), la définition officielle des Nations-Unies considère que les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du tourisme.

L'objet de ce travail qui concerne la seule thématique du tourisme à l'étranger, est de cerner ce que recouvre, pour les touristes, la notion de tourisme durable. Quelle est la définition donnée par des touristes qui ne sont ni pratiquants, ni militants du tourisme durable ? En quoi celle-ci recoupe ou non la définition institutionnelle sur laquelle s'appuient les politiques publiques ? La recherche se propose également d'investir les possibilités d'adoption de pratiques touristiques durables. Dans une approche qui place les acteurs sociaux au cœur de la réflexion, il s'agit d'interroger les compétences stratégiques des touristes et leur capacité à effectuer des choix et de se demander, in fine, dans quelle mesure leurs pratiques sont susceptibles de changer et pourquoi.

Un premier point quantitatif montre la croissance des séjours touristiques des Français à l'étranger. Le poids des destinations européennes reste dominant. L'Afrique, l'Asie, l'Amérique et l'Océanie cumulent désormais près de 30% des séjours à l'étranger. La part des destinations les plus lointaines demeure faible, mais certains pays, comme la Chine, connaissent une croissance remarquable. Derrière cette évolution globale, se cachent de profondes inégalités. Le taux de départ à l'étranger est clairement corrélé au lieu de résidence et à la catégorie socioprofessionnelle, de façon moindre à l'âge, et on note une flagrante polarisation des séjours à l'étranger dans les groupes sociaux aisés. Le tourisme à l'étranger est devenu un phénomène de masse, mais sa démocratisation reste encore limitée. Cette dernière caractéristique n'est pas sans répercussion sur la répartition du coût environnemental du tourisme. Les destinations hors France, Europe et Maghreb, qui représentent pourtant 2% de la totalité des séjours, France et étranger cumulés, sont à l'origine de 43% des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) dues aux déplacements touristiques. Au final, 10% des touristes contribuent, seuls, au deux tiers des émissions de GES.

La présentation des principales étapes de l'histoire du tourisme à l'étranger amorce l'étude de la demande touristique et des motivations à l'origine des départs. « The tour » des jeunes anglais parcourant l'Europe occidentale qui apparaît vers 1700, s'inscrit dans une logique de distinction qui permet aux aristocrates de se différencier des riches entrepreneurs. Un mouvement de démocratisation s'amorce au tournant du XX^{ème} siècle, mais il faudra attendre les trente Glorieuses pour assister à une véritable rupture. Les années soixante marquent le triomphe du loisir-marchandise tandis que les « quatre S » - sea, sun, sand, sex – d'un touriste hédoniste supplantent progressivement les « trois D » - délasserment, divertissement, développement de

la personnalité – dont se réclamaient les militants du tourisme social. Depuis, les motivations touristiques des Français n'ont pas forcément beaucoup évolué au cours des vingt dernières années et privilégient le repos et le soleil. Mais la lecture de la bibliographie montre également que le tourisme à l'étranger continue pour partie à s'affirmer comme un mode de distinction sociale pour les individus les plus riches et les plus diplômés, prolongeant « the tour » anglais. Dès lors, on peut se demander si le tourisme durable pourrait s'inscrire lui aussi dans une logique de distinction réservée à une élite qui y trouverait une nouvelle opportunité pour se différencier de la masse des touristes, ou s'il est susceptible de correspondre à un renouvellement des motivations touristiques.

L'enquête exploratoire menée auprès de touristes amateurs de voyages à l'étranger montre que ceux-ci ne sont pas spontanément sensibilisés au tourisme durable. La question du tourisme durable va toutefois les intéresser : elle fait écho aux déceptions et aux contradictions auxquelles les voyageurs se trouvent confrontés au cours de leurs séjours à l'étranger. Le tourisme durable leur apparaît comme la possibilité de voyager dans des conditions nouvelles, alliant écologie et découverte de l'autre, morale et exotisme. Il renvoie ainsi à une interrogation des touristes sur leurs pratiques actuelles et pourrait être pour eux l'occasion de redonner du sens à leurs voyages.

Le concept de tourisme durable n'est pas d'emblée formalisé par les touristes. Ceux-ci définissent progressivement la notion de manière empirique. En s'appuyant sur leur propre expérience des voyages à l'étranger et sur leur connaissance de projets liés au développement durable en France, les touristes interrogés se sont efforcés d'en identifier les différentes dimensions. Leur définition du tourisme durable s'établit en opposition au modèle du club formule tout compris qui constitue pour eux l'archétype du tourisme non-durable et auquel ils associent la surconsommation et le gâchis, l'enfermement et les échanges biaisés avec les populations locales, le faible impact sur l'économie locale. Leurs propositions reposent sur l'utilisation des transports collectifs locaux, l'hébergement dans des « hôtels écologiques » ou chez l'habitant, le recours privilégié aux produits et producteurs locaux. Contrairement à notre hypothèse initiale, les touristes ne limitent pas le tourisme durable à sa seule dimension environnementale. Ils déclinent un modèle conciliant la protection de l'environnement avec l'ouverture culturelle et le développement social et économique des pays d'accueil et, au final, leur définition du tourisme durable rejoint sur bien des points celle retenue par les organisations internationales.

Au-delà de sa définition, la mise en pratique du modèle du tourisme durable s'avère complexe. Qu'un axe du tourisme durable soit défini, qu'un critère soit identifié, et les obstacles liés à sa mise en œuvre apparaissent. Les pratiques touristiques respectueuses de l'environnement, parce qu'individuelles et isolées, ne contribuent souvent aucunement à la résolution des problèmes identifiés dans les pays encore peu enclins à engager des véritables politiques publiques de développement durable. Les prestations touristiques qui pourraient relever du tourisme durable n'existent pas forcément. Enfin, le touriste se trouve vite renvoyé à sa propre responsabilité individuelle : il doit renoncer aux désirs touristiques qu'il revendique et n'entend pas abandonner. Demander aux voyageurs d'adopter des pratiques touristiques durables les renvoie à leur culpabilité. Cet appel à la responsabilité individuelle leur semble à la fois écrasant et inefficace, d'où leur propre appel à l'offre professionnelle et, plus largement, au politique,

sommé d'accompagner les touristes dans un changement de pratiques qui leur permettrait d'être plus en accord avec leurs visions idéalisées du voyage à l'étranger.

SOMMAIRE

SYNTHESE.....	2
SOMMAIRE.....	5
INTRODUCTION.....	6
CHAPITRE I. LES CHIFFRES ET L'HISTOIRE DU TOURISME A L'ETRANGER	10
1. UNE PRATIQUE EN EXPLOSION, MAIS ENCORE MARQUEE SOCIALEMENT.....	10
1.1 Définitions, données disponibles et biais statistiques.....	10
1.2 Une explosion relative des séjours à l'étranger.....	12
1.2.1 <i>Le tourisme mondial : croissance continue et mondialisation</i>	12
1.2.2 <i>Les voyages des Français à l'étranger</i>	14
1.3 Destinations et clientèle : des évolutions modérées	16
1.3.1 <i>Des destinations plus nombreuses et plus lointaines ?</i>	16
1.3.2 <i>Une démocratisation limitée</i>	20
2. PARTIR	24
2.1 Hier, l'invention du tourisme à l'étranger.....	24
2.1.1 <i>Des aristocrates oisifs à la bourgeoisie</i>	24
2.1.2 <i>Vers un tourisme de masse</i>	26
2.2 Aujourd'hui.....	29
2.2.1 <i>Des internautes sur-informés</i>	29
2.2.2 <i>Touristes, mais pas forcément voyageurs</i>	30
2.2.3 <i>Destinations et motifs de départ</i>	32
CHAPITRE 2. LE VOYAGE AU PAYS DU TOURISME DURABLE	34
1. LE CONTRE-MODELE DU SEJOUR EN CLUB	35
2. RENONCER A PARTIR ?.....	39
3. SEJOURNER A L'ETRANGER.....	44
3.1 L'utilisation des transports collectifs locaux ou les tribulations du touriste dans des pays peu enclins à la protection de l'environnement.....	44
3.2 Hôtel écologique ou hébergement chez l'habitant ?	46
3.3 Privilégier les produits et les producteurs locaux.....	50
4. LA QUESTION DE L'OFFRE : UN PRODUIT DE LUXE RESERVE A DES INITIES.....	55
CONCLUSION.....	58
BIBLIOGRAPHIE	60

INTRODUCTION

En 2008, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde s'est élevé à 925 millions et devrait passer de 950 millions en 2009 à près de 1,6 milliards en 2020¹. L'avènement d'un tourisme international de masse a fait naître une série de questions relatives à son impact sur les ressources naturelles, les éco-systèmes et les populations visitées, et au besoin de gouvernance d'un secteur fortement dépendant des contraintes énergétiques, environnementales et géopolitiques. Dans le prolongement des travaux du Sommet de la Terre de Rio de 1992, la notion de tourisme durable émerge avec pour objectif de réduire l'impact du tourisme sur l'environnement, mais également de favoriser le respect des intérêts économiques et culturels des populations locales.

La Conférence Mondiale sur le Tourisme de Lanzarote de 1995 débouche sur la rédaction de la Charte du tourisme durable. Dans un second temps, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) rédige en 1999 le Code mondial d'éthique du tourisme², adopté par l'Assemblée générale des Nations-Unies le 21 décembre 2001. Dès son apparition, la notion de tourisme durable se construit dans la lignée de politiques publiques promouvant une régulation accrue, visant à proposer « un nouveau modèle économique ». Dans la Charte du tourisme durable, elle est érigée « en opposition au fordisme dont les réalisations sont considérées comme des modèles touristiques obsolètes et à fort impact »³. A l'inverse, un développement touristique durable vise à satisfaire « les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants »⁴. D'après la définition officielle des Nations-Unies proposée par l'OMT en 2004, "les principes directeurs du développement durable (...) sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse (...). Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects. Par conséquent, le tourisme durable doit :

- exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ;
- 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 ;

1 Source : Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)

2 Résolution A/RES/506(XIII) de la treizième session de l'Organisation Mondiale du Tourisme , Santiago (Chili), 27 septembre – 1er octobre 1999.

3 François H., 2008, « Durabilité des ressources territoriales et tourisme durable : vers quelle convergence ? », *Géographie Economie Société*, n°1, Vol. 10, p.133-152.

4 Charte du tourisme durable, Conférence mondiale sur le tourisme, UNESCO, Lanzarote, 27-28 avril 1995.

- assurer une activité économique viable sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socio-économiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté ».

L'Europe, au regard de sa position dominante à la fois comme destination touristique et comme région émettrice de touristes, est en première ligne des tentatives de définition de la notion de tourisme durable. Dans la continuité des principes énoncés par la Charte du tourisme durable, la Charte européenne du tourisme durable pour les espaces protégés, initiée en 1998 par la Fédération des parcs naturels régionaux de France, évoque une pratique « qui assure un développement économique inscrit durablement dans le long terme, à la fois respectueux des ressources environnementales et socioculturelles et respectueux des hommes, visiteurs, salariés du secteur et populations d'accueil ». La France adopte en juin 2003 une stratégie nationale de développement durable : le développement durable devient une stratégie partagée par tous les ministères. Pour la Direction du Tourisme, « il ne s'agit pas d'un marché ou d'un ensemble de produits, mais d'une manière d'envisager le développement touristique à l'intérieur du développement durable »⁵ dont les cinq finalités sont définies comme suit : la lutte contre le changement climatique et la protection de l'atmosphère, la préservation de la biodiversité et la protection des milieux et des ressources, l'épanouissement de tous les êtres humains, la cohésion sociale et la solidarité entre territoires et générations, une dynamique de développement suivant des modes de consommation et de production responsables⁶.

La notion de tourisme durable a été originellement promue par des institutions nationales et internationales, dans un souci de gouvernance globale. Il existe des variantes notamment mises en avant par des offreurs du secteur touristique, désireux de renouveler leurs produits pour répondre aux nouvelles aspirations de leur clientèle issue des classes moyennes et supérieures. L'éco-tourisme, les tourisms équitables, solidaires, intégrés, communautaires, ou encore responsables, constituent autant de propositions de tourisms alternatifs qui visent, par des approches pragmatiques, à limiter les impacts négatifs du tourisme⁷. Le tourisme solidaire a ainsi pour finalité d'amener le touriste à une solidarité concrète avec les populations visitées et s'inscrit dans la durée, garante de la pérennité des actions menées. Le tourisme équitable s'inspire des principes du commerce équitable. Il insiste sur la participation des communautés d'accueil, sur les prises de décisions démocratiques, sur des modes de production respectueux de l'environnement et sur une juste rémunération des prestations locales. Le tourisme responsable est parfois présenté comme une approche plus englobante, alliant la notion de durabilité à un accent prononcé sur l'authenticité des relations entre les touristes et les populations indigènes.

Les tourisms alternatifs se développent, mais demeurent un phénomène relativement marginal par rapport à l'ensemble de l'activité touristique. Les études récentes tendent à montrer que les Français seraient de plus en plus conscients de la nécessité de favoriser des pratiques

5 Direction du Tourisme, *Tourisme et développement durable*, www.tourisme.gouv.fr.

6 MEDAD, 2006, *Projets territoriaux de développement durable et agenda 21 locaux, cadre de référence*.

7 Voir Laurent-Beira Alain, 2003, *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*, Ministère des Affaires Etrangères, Direction de la stratégie, de la programmation et de l'évaluation.

touristiques plus respectueuses de l'environnement, mais aussi des populations locales, et prêts à les adopter. Mais les questions se rapportant à la connaissance précise de ce que recouvre le concept de tourisme responsable ou celui du tourisme durable continuent de récolter des réponses relativement floues⁸.

L'objet de ce travail n'est pas d'analyser l'offre touristique durable existante ou encore l'impact des politiques publiques visant à favoriser le tourisme durable. Il est de donner la parole à des touristes afin de cerner ce que recouvre, à leurs yeux, la notion de tourisme durable. Quelle est la définition du tourisme durable donnée par des touristes qui ne sont ni pratiquants, ni militants du tourisme durable. En quoi leur définition recoupe ou non la définition institutionnelle sur laquelle s'appuient les politiques publiques de promotion du tourisme durable ? La sensibilité des Français aux questions environnementales s'affirme, avec un net changement de point de vue au début des années 2000. Un lien explicite est désormais établi par eux entre les pratiques de consommation et leurs conséquences sur l'environnement⁹. Dans ce contexte, on peut supposer que les touristes réduisent le tourisme durable à sa seule dimension environnementale, et n'intègrent pas les dimensions socioculturelle et économique qui y sont associées par les organisations internationales.

Ce travail se propose également de réfléchir aux possibilités d'adoption de pratiques touristiques durables. Le tourisme est une pratique culturelle qui concerne des individus susceptibles d'effectuer des arbitrages : arbitrages budgétaires, arbitrages quant au choix du mode de transport, du lieu du séjour et de sa longueur, du mode d'hébergement, des activités pratiquées. Comprendre l'attitude des touristes par rapport au tourisme durable passe par l'étude de leurs motivations et attentes. La demande touristique, soit les motivations qui animent les candidats au voyage, ne peut pas être envisagée en dehors de tout contexte à la fois social, économique, historique et géographique. D'abord ces motivations et leur formulation par les individus sont inévitablement liées à leur position dans l'espace social, qu'il s'agisse de leurs revenus, de leur capital culturel, de leur statut familial, ou encore de leur âge. Ensuite, les « raisons » des touristes changent : le repos, le soleil, le dépaysement, la découverte d'autres cultures sont autant de « valeurs » dont la signification est appelée à évoluer en permanence. Autrement dit, « *il n'est sans doute pas de choix sans quelque pression sociale...* » : aux goûts et espoirs personnels s'ajoutent « *les publicités, les modes, le marché du voyage, des affaires à saisir (...) et puis, évidemment, le désir d'imiter ou de surprendre le voisin* »¹⁰. Une approche du tourisme qui place les acteurs sociaux au cœur de la réflexion, permet d'interroger leurs compétences stratégiques et leur capacité à effectuer des choix. Il s'agit d'étudier les touristes

8 L'enquête TNS-SOFRES sur le tourisme responsable (Enquête TNS-Sofres, 2009, *Les Français et le tourisme responsable*) conclut ainsi que près des 8 touristes sur 10 qui connaissent le tourisme responsable se disent prêts à partir dans ce cadre pour leurs prochaines vacances. Toutefois, 54% des personnes interrogées se contentent de répondre « probablement » tandis que les questions se rapportant à la connaissance précise de ce que recouvre le concept de tourisme responsable continuent de récolter des réponses relativement floues, notamment à propos des modes de transport utilisés.

9 Voir CREDOC, 2007, *Enquête Conditions de vie et aspirations des Français*.

10 Urbain J.-D., 2008, *Le voyage était presque parfait. Essai sur les voyages ratés*, Paris, Payot, pp. 167-168.

en s'interrogeant sur leurs mobiles et leurs modes d'appropriation et, *in fine*, se demander si leurs pratiques sont susceptibles de changer et pourquoi¹¹.

Ce cahier de recherche concerne la seule thématique du tourisme à l'étranger. Il est construit en deux chapitres. Le premier chapitre débute par un point quantitatif sur le tourisme des Français à l'étranger. Combien de Français font chaque année un séjour touristique à l'étranger ? Dans quels pays séjournent-ils ? Quel est leur profil ? Le tourisme à l'étranger apparaît comme un phénomène de masse. Sa démocratisation reste toutefois limitée, ce qui a des effets sur la répartition de son coût environnemental. Dans un second temps, la présentation de l'histoire du tourisme à l'étranger, né en Angleterre à l'aube du XVIII^{ème} siècle, amorce l'étude des motivations à l'origine des départs. Ces motivations n'ont pas forcément beaucoup évolué au cours des vingt dernières années et privilégient toujours le repos et le soleil. Mais la lecture de la bibliographie montre également combien le tourisme à l'étranger relève de demandes et de pratiques différenciées et marquées dans l'espace social. Le second chapitre restitue les résultats de l'enquête exploratoire menée auprès de touristes. Leur définition du tourisme durable nous renseigne à la fois sur leurs attentes et leurs déceptions en matière de voyages à l'étranger. Elle s'établit en opposition au modèle du club formule tout compris qui constitue pour eux l'archétype du tourisme non-durable, et associe des aspects environnementaux, sociaux et économiques. Mais la mise en œuvre d'une telle proposition se heurte dans la pratique à nombre de difficultés.

¹¹ Cf. notamment Boyer M., 2002, « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, Tome XXXVII, n°2, pp.393-404.

CHAPITRE I. LES CHIFFRES ET L'HISTOIRE DU TOURISME A L'ETRANGER

1. UNE PRATIQUE EN EXPANSION, MAIS ENCORE MARQUEE SOCIALEMENT

1.1 Définitions, données disponibles et biais statistiques

Le Trésor de la langue française définit comme touriste celui qui « *voyage pour son agrément, visite une région, un pays, un continent autre que le sien, pour satisfaire sa curiosité, son goût de l'aventure et de la découverte, son désir d'enrichir son expérience et sa culture* » : le touriste se déplace « *pour son plaisir, pour se détendre, s'enrichir, se cultiver* »¹². La notion d'agrément revient dans tous les dictionnaires, insistant sur la liberté de choix du touriste et sa recherche du plaisir et du délasserment.

Les définitions statistiques internationales retenues par la commission statistique de l'ONU et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) sont autrement plus larges. L'OMT introduit une distinction entre les « touristes » à proprement parler, qui passent au moins une nuit et au plus un an en dehors de leur domicile, et les « excursionnistes » qui effectuent leur trajet aller-retour en une seule journée. Par contre, elle englobe sous le même terme générique de tourisme toutes « *les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, [mais aussi] pour affaire ou autres motifs* »¹³. Cette définition insiste sur la notion de dépaysement, mais inclut sous la même appellation des flux aux réalités et aux motifs divers : le loisir, la détente et les vacances cohabitent avec les séjours pour raisons de santé, les visites à des parents et amis, les manifestations sportives et les pèlerinages¹⁴, et également les voyages pour affaires et motifs professionnels. De façon plus spécifique, l'OMT définit le touriste international comme « *toute personne qui passe au moins une nuit dans un pays autre que son pays de résidence, sans y exercer une activité rémunérée localement* ». Ainsi, le tourisme international inclut les voyages professionnels en plus des séjours d'agrément, à la condition que l'étranger ne travaille pas pour une entreprise implantée dans le pays de destination.

12 Trésor de la langue française informatisé, <http://cnrtl.fr/definition/tourisme> et touriste

13 <http://unwto.org/index.php>

14 Pour Stock M., cela revient à « admettre, par exemple, que le pèlerinage des Croisés à Jérusalem serait une forme de tourisme ! », Stock M. (dir.), 2003, *Le Tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin, p. 13.

La définition internationale ne mesure pas les flux en fonction du nombre d'individus concernés, mais du nombre d'arrivées enregistrées. Comptabiliser les entrées amènent naturellement à surestimer le nombre réel de touristes, ne serait-ce que parce qu'un même individu peut multiplier les séjours dans un pays étranger. En outre, les pays traversés par les touristes, sans constituer tout autant leur destination finale, voient leurs statistiques revues à la hausse. De manière générale, « *les terres centrales ont une probabilité plus forte d'être traversées que les marches et les péninsules* »¹⁵. Ainsi la France est-elle un passage presque obligé – au moins pour les touristes se déplaçant en train ou en voiture – entre, d'un côté, l'Allemagne, le Benelux et la Grande-Bretagne et, de l'autre, les destinations balnéaires de la Méditerranée, Espagne, Baléares, Italie notamment. Les chiffres doivent par conséquent être interprétés à la lumière du fait que de nombreuses entrées sont liées à des séjours « forcés » et de très courte durée, par exemple une ou deux nuits sur place.

Mais c'est surtout une question d'échelle qui se pose. En associant le tourisme international à l'action de traverser une frontière, l'OMT se trouve contrainte de comptabiliser les déplacements de courte distance entre des pays proches et de petite taille et, inversement, d'ignorer de longs voyages au sein de pays-continentaux comme les Etats-Unis ou la Russie. On est ici confronté à un problème récurrent en analyse territoriale, puisqu'il n'est « *pas légitime de comparer des flux mesurés sur des maillages différents ou hétérogènes* »¹⁶. Au final, l'affirmation selon laquelle l'Europe est le premier sous-ensemble mondial du point de vue du tourisme international ne constitue en réalité au mieux qu'une approximation : « *son morcellement politique favorise la multiplication des franchissements de frontières, au contraire des grands Etats continentaux comme les Etats-Unis* »¹⁷.

Les Etats n'intègrent que progressivement les normes internationales et le corpus des statistiques disponibles reste de fait hétérogène : les pays suivent avec plus ou moins d'exactitude les recommandations des Nations-Unies et engagent des enquêtes spécifiques en utilisant des définitions et des méthodologiques plus ou moins éloignées de celles de l'OMT. Les conséquences des écarts de définition sont parfois spectaculaires. Georges Cazes montre, il est vrai pour une date ancienne, l'année 1975, qu'en fonction des organismes consultés, en l'occurrence l'Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme, ancêtre de l'OMT, l'INSEE et le Secrétariat d'Etat au tourisme, le nombre des séjours touristiques des ressortissants français à l'étranger varie du simple au quadruple¹⁸.

La France dispose de deux grands dispositifs d'enquête auprès des touristes : l'enquête Vacances et le Suivi de la Demande Touristique (SDT), qui fournissent notamment une estimation des flux de la France vers les pays étrangers. Le dispositif d'Enquêtes Permanentes des Conditions de Vie de l'INSEE (EPCV) dans lequel s'inscrivait l'enquête Vacances, a cessé en

15 Terrier C., 2006, « Flux et afflux de touristes : les instruments de mesure, la géomathématique des flux », *Flux*, n°65, juillet-septembre, p. 51.

16 Terrier C., 2006, « Flux et afflux de touristes ... », *op.cit.*, p. 49.

17 Violier P., 2000, « Points de vue et lieux touristiques du monde », *Mappemonde*, n°57, vol. 1, p. 8.

18 Cazes G., 1984, « Le tourisme français vers l'étranger », *Revue de géographie de Lyon*, volume 59, n°1, p. 95.

2006. L'enquête, qui fût réalisée tous les cinq ans de 1994 à 2004¹⁹, interroge les résidents en France métropolitaine sur l'année écoulée. Elle renseigne sur les déplacements d'au moins deux nuits consécutives, mais ne fournit des données détaillées que pour les séjours de vacances. Or la notion de « vacances » ne recouvre pas celle de « tourisme », que cela soit en terme de motifs ou de durée du déplacement : elle n'intègre que les déplacements d'agrément, pour des motifs autres que professionnel, d'étude ou de santé, comportant au moins quatre nuits consécutives en dehors du domicile.

Réalisée par TNS-Sofres pour la Direction du Tourisme, l'enquête « Suivi de la Demande Touristique » (SDT), mise en place en 1998, adopte une méthodologie et des définitions différentes. Un panel de 20 000 personnes est suivi mensuellement. Le panel n'intègre que les personnes de 15 ans et plus, et avant 2004, les individus de nationalité française. Il s'est depuis étendu aux personnes résidant en France, d'où des difficultés dans la comparaison des données avant et après 2004. Le SDT reprend la définition de l'OMT du tourisme international, avec des séjours personnels ou professionnels d'au moins une nuit passée en dehors de son domicile, en France et à l'étranger. Toutefois, il s'intéresse principalement aux seuls « voyages personnels », pour motifs d'agrément, familiaux et autres (séjour linguistique, cure, thalassothérapie). Les deux enquêtes françaises divergent ainsi sur à peu près tous les plans, - méthodologie, population enquêtée, types de séjours retenus...-, d'où des difficultés lors de la comparaison de leurs données.

1.2 Une explosion relative des séjours à l'étranger

En gardant à l'esprit les réserves exposées ci-dessus, un bilan de l'évolution du tourisme mondial durant les dernières décennies peut être présenté. Le cas français est exposé dans un second temps, en ajoutant aux données fournies par l'OMT, celles issues des enquêtes Vacances de l'INSEE et TNS-Sofres de la Direction du Tourisme.

1.2.1 *Le tourisme mondial : croissance continue et mondialisation*

Force est de constater que le tourisme international, d'une part, a considérablement augmenté en un demi-siècle et, d'autre part, s'est assez largement diffusé.

Depuis 1950, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde²⁰ a été multiplié par plus de trente, passant d'un peu plus de 25 millions à près de 900 millions en 2007²¹. Le taux de croissance annuel moyen (TCAM), plus élevé entre 1950 et 1980, s'est stabilisé à partir de cette date autour de 4,4%. Sur les dernières années, on note un léger fléchissement en

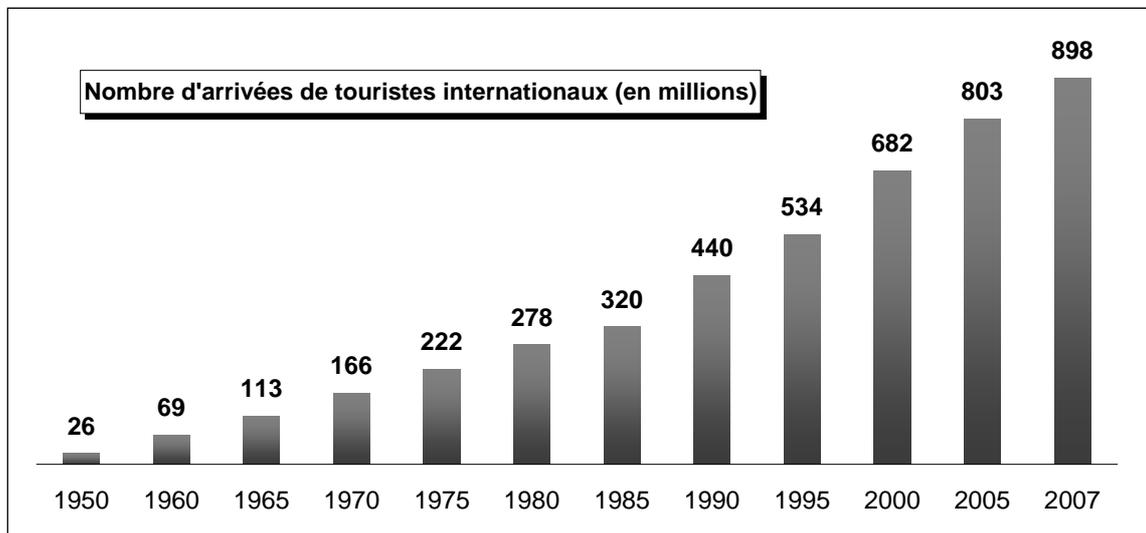
19 L'observation par sondage des vacances des Français a de fait commencé à l'INSEE dès 1965 pour les vacances d'été et dès 1969 pour les vacances hiver. De 1973 à 1994, l'enquête a eu lieu deux fois par an dans le cadre de l'enquête communautaire de conjoncture auprès des ménages.

20 Et non d'individus concernés par le tourisme international (*cf.* point précédent).

21 Sauf indication contraire, toutes les données à l'échelle mondiale sont issues des rapports de l'OMT.

2001, puis un nouveau en 2003, qui ne remettent pas en cause la vision d'ensemble : entre 1995 et 2007, l'augmentation globale s'élève à près de 70%.

Graphique 1 : Evolution du tourisme mondial depuis 1950



Source : OMT

Cette croissance spectaculaire du tourisme mondial masque cependant des écarts importants. L'Europe constitue en effet le plus important pôle récepteur, avec en 2007 plus de 50% des arrivées comptabilisées – en gardant à l'esprit que le Vieux Continent est favorisé, dans le mode de calcul, par le nombre élevé de ses pays –, et attire la moitié (50,6% en 2007) des recettes du tourisme international transports exclus. Dans ce concert, la France apparaît comme l'un des points névralgiques du tourisme international. Sans perdre de vue la situation de pays de passage de l'Hexagone, la France occupe en 1980 comme aujourd'hui la première position comme pays récepteur, avec 81,9 millions d'arrivées comptabilisées en 2007, loin devant l'Espagne – 59,2 millions – et les Etats-Unis – 56,0 millions –, respectivement en deuxième et troisième place. Elle recueille en 2007 6,3% des recettes du tourisme international transport exclu, derrière cette fois les Etats-Unis (11,3%) et l'Espagne (6,8%), tandis que les dépenses des touristes étrangers représentent 2% du PIB français en 2004²².

Le tourisme international a été au départ géographiquement circonscrit à l'Europe Occidentale et des traces de cette histoire demeurent. A eux seuls, la France, l'Espagne et l'Italie rassemblent un cinquième des arrivées de touristes internationaux, tandis que la majorité des émissions demeurent le fait d'un groupe restreint de pays industrialisés, - l'Allemagne, le

²² A titre de comparaison, également en 2004, ce taux s'élève à 4,3% en Espagne, 2,1% en Italie et 0,6% aux Etats-Unis. Cf. Tardieu F., 2009, *Part du tourisme dans le produit intérieur brut*, [en ligne], URL : http://www.veilleinfotourisme.fr/1235999737963/0/fiche___document/

Royaume-Uni, la France, l'Italie, l'Espagne et les Etats-Unis -, et que les trois quarts des touristes internationaux sont issus des pays développés²³.

Pour autant, l'horizon des touristes s'est étendu, notamment aux marges du centre historique : depuis vingt-cinq ans, on observe une importante progression, en termes d'arrivées, de la Chine, de la Turquie, du Mexique et de l'Europe médiane – notamment la Pologne, la République Tchèque et la Hongrie²⁴ –, ainsi que l'émergence de destinations lointaines comme le Kenya, la Tanzanie, le Botswana ou encore l'Indonésie. Même si leur part dans le tourisme mondial reste relativement faible, l'Afrique, l'Asie du Sud et le Moyen-Orient ont vu leur nombre d'arrivées de touristes multiplié en valeur absolue, respectivement par près de trois, trois et près de cinq entre 1990 et 2007. Autrement dit, même si la majorité des déplacements de touristes internationaux se fait entre des pays d'une même « région » – de l'Allemagne vers l'Italie, du Japon vers la Chine ou des Etats-Unis vers le Mexique, par exemple –, l'éventail des destinations possibles s'est élargi et complexifie d'autant la problématique des choix effectués par les touristes internationaux.

1.2.2 Les voyages des Français à l'étranger

Une croissance soutenue en valeur absolue

Destination majeure du tourisme international, la France occupe également une position de premier plan en termes d'émissions, et ce depuis plusieurs décennies. Là encore, il faut se contenter d'un ordre de grandeur puisque les statistiques disponibles pour la France ne concernent que les déplacements pour motifs personnels²⁵, contrairement aux chiffres fournis par l'OMT. Avec en 2007 20 millions de séjours à l'étranger incluant les destinations françaises d'outre-mer, les voyageurs français représentent indiscutablement une part non négligeable du tourisme international.

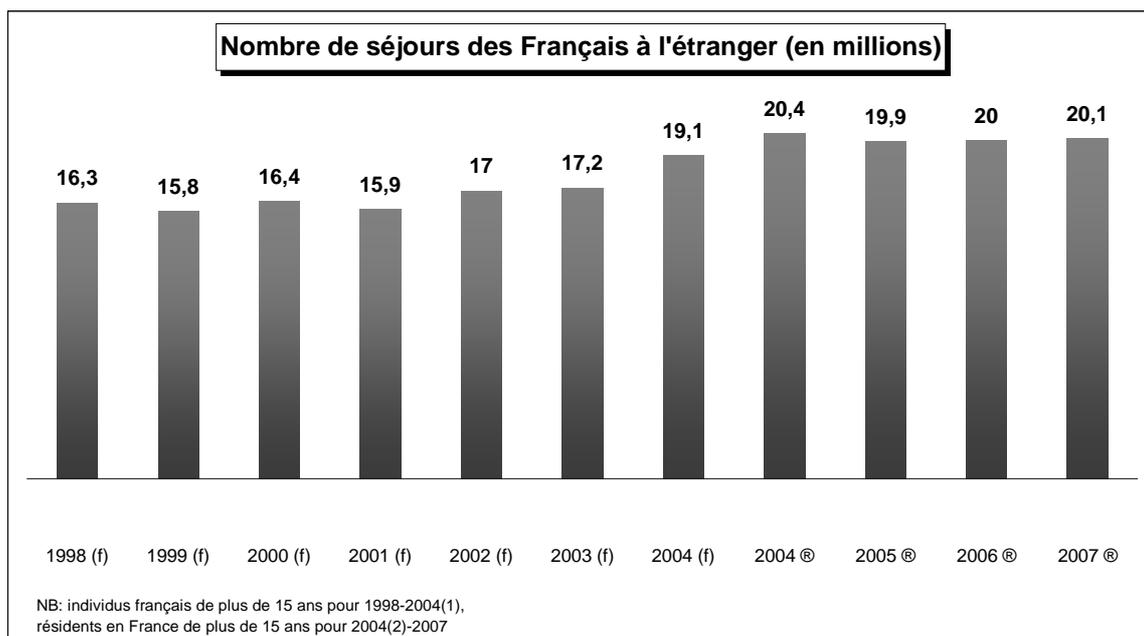
Le tourisme des Français à l'étranger est en nette progression sur le long terme. D'après l'enquête « vacances » de l'INSEE, le nombre de séjours de plus de quatre nuitées est passé de 3,8 millions en 1964 à 11,9 millions en 1994. A une échelle de temps plus courte et d'après les chiffres de l'enquête TNS Sofres pour la Direction du Tourisme, on constate une progression assez importante, environ 17%, de 1998 à 2004, suivie d'une période de très légère régression jusqu'à 2007, avec trois cent mille séjours en moins, soit à peine 1,5%.

23 Mesplier A., Bloc-Duraffour P., 2000, *Le Tourisme dans le monde*, Paris, Bréal, p. 27.

24 En 2007, la Chine, la Turquie, le Mexique et la Pologne se situent respectivement au 4^{ème}, 9^{ème}, 10^{ème} et 17^{ème} rang mondial dans le classement des principaux pays récepteurs selon les nombre d'arrivées de touristes internationaux (données Organisation Mondial du Tourisme).

25 La notion de séjour pour motif personnel exclut du champ les voyages professionnels ; elle inclut l'agrément, les visites familiales et tout autre motif personnel (formation, santé, etc.).

Graphique 2 : Les séjours des Français à l'étranger

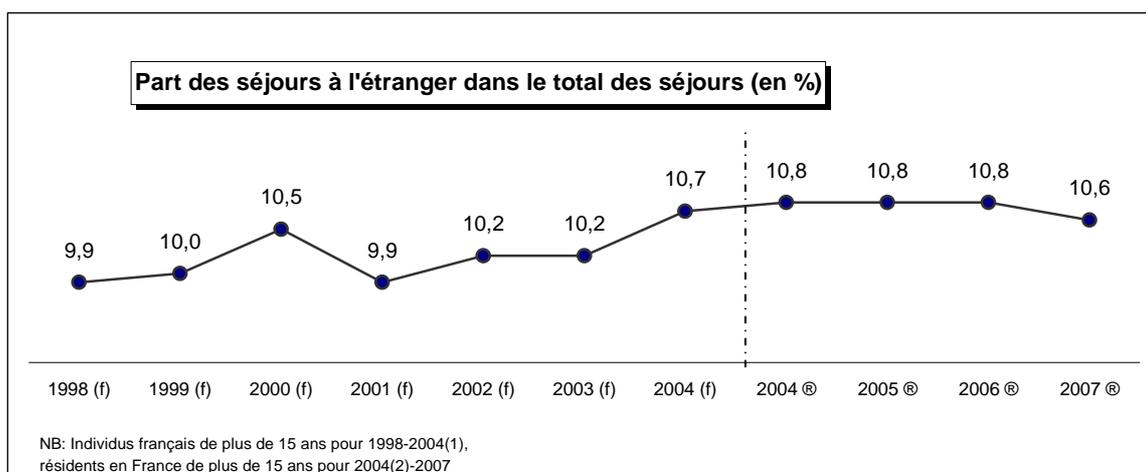


Source : Direction du Tourisme, TNS Sofres

Mais une part réduite de leurs séjours touristiques

Néanmoins, cette croissance des séjours des Français à l'étranger ne fait que traduire la progression d'ensemble de leur pratique touristique : la part des séjours à l'étranger dans le nombre total de séjours demeure en effet plutôt stable entre 1998 et 2007, avec un minimum de 9,9% en 1998 et 2001, pour un maximum inférieur à 11% en 2004.

Graphique 3 : Part des séjours des Français à l'étranger



Source : Direction du Tourisme, TNS Sofres

Surtout, ce taux est bien supérieur dans les pays voisins comme le Royaume-Uni, l'Allemagne ou le Benelux, où il dépasse le plus souvent 50%²⁶. Leur préférence pour le tourisme national caractérise les Français. Elle s'explique pour partie par l'importante attractivité touristique du territoire national, attestée par la place de leader qu'occupe la France en termes d'arrivées de touristes internationaux. Mais d'autres éléments restent à découvrir pour comprendre cette spécificité française.

1.3 Destinations et clientèle : des évolutions modérées

L'augmentation du nombre de séjours à l'étranger laisse supposer que les destinations choisies par les touristes français se sont considérablement diversifiées, avec une augmentation de la part des destinations lointaines et leur accès par un public toujours plus large. Mais cette hypothèse ne se vérifie que partiellement.

1.3.1 Des destinations plus nombreuses et plus lointaines ?

Le poids toujours dominant des destinations européennes

Dans les grandes lignes, on observe, malgré quelques évolutions récentes, une grande constance dans les choix des touristes français partant à l'étranger, et ce à l'échelle de plusieurs décennies.

La situation d'ensemble paraît avoir peu évolué depuis 1973. L'Espagne et l'Italie, en tête des destinations lors du premier choc pétrolier, le sont toujours en 2007, tandis que l'Europe continue d'attirer la grande majorité des vacanciers français à l'étranger. Le succès de l'Europe paraît aisé à expliquer. La faible distance, mais aussi la proximité culturelle, sont deux éléments importants, auxquels il faut ajouter un contexte politique stable et, dans le cas de l'Italie et de l'Espagne, un climat favorable.

L'Espagne et l'Italie demeurent les destinations étrangères favorites des Français. La baisse du nombre des séjours dans ces deux pays, annoncée à la fin des années quatre-vingt-dix, a laissé la place à une nette reprise entre 2002 et 2007. Toutefois, le poids relatif de ces deux pays diminue. Tout en demeurant en tête des destinations étrangères, l'Espagne est passée de 22% des séjours à l'étranger en 1980 à 15% en 2007. L'Italie a pour sa part chuté de 15,6 à 12,6% à la même période. Ce recul relatif des deux premiers pays d'accueil est représentatif d'un déclin commun à l'ensemble de l'Europe, qui a vu ses parts de marché se réduire considérablement : 80 à 85% des séjours à l'étranger avaient l'Europe pour destination dans les années soixante, 75 à 80% dans les années soixante-dix et quatre-vingts, 76% en 1995 et finalement 68% en 2007.

Les Français effectuent leurs choix en fonction de la distance à parcourir. Cela peut sembler une évidence, mais il est nécessaire d'insister sur le fait que les destinations sont pour partie

26 Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger : aperçus sur la mobilité internationale », *Annuaire français des relations internationales*, volume II, p. 353.

choisies suivant une logique de limitation du temps de trajet tout autant que de son coût. Les données – en l'occurrence celles de 2004²⁷ – montrent que, suivant la région d'origine des partants, se dessine une logique géographique des choix de destinations, vers la France comme vers l'étranger.

Tableau 1 : les destinations des Français en fonction de leur région d'origine (2004 ; en nombre de séjours)

	SEJOURS EN FRANCE			SEJOURS A L'ETRANGER	
	Région 1	Région 2	Région 3	Pays 1	Pays 2
Ile de France	Rhône-Alpes	Centre	Pays de la Loire	Espagne	Italie
Champagne-Ardenne	Champagne-Ardenne	Lorraine	Rhône-Alpes	Belgique	Allemagne
Picardie	Picardie	Rhône-Alpes	Nord	Italie	Espagne
Haute-Normandie	Haute Normandie	Basse Normandie	Ile de France	Espagne	Italie
Centre	Pays de la Loire	Centre	Ile de France	Italie	Espagne
Basse-Normandie	Bretagne	Basse Normandie	Pays de la Loire	Belgique	Angleterre
Bourgogne	Bourgogne	Rhône-Alpes	Ile de France	Italie	Espagne
Nord	Nord	Ile de France	PACA	Belgique	Espagne
Lorraine	Lorraine	Ile de France	Rhône-Alpes	Italie	Allemagne
Alsace	Alsace	Rhône-Alpes	Ile de France	Allemagne	Autriche
Franche-Comté	Franche Comté	Rhône-Alpes	Ile de France	Italie	Suisse
Pays de la Loire	Pays de la Loire	Bretagne	Ile de France	Espagne	Italie
Bretagne	Bretagne	Pays de la Loire	Ile de France	Espagne	Angleterre
Poitou-Charentes	Poitou-Charentes	Aquitaine	Pays de la Loire	Espagne	Portugal
Aquitaine	Aquitaine	Midi Pyrénées	Ile de France	Espagne	DOM
Midi-Pyrénées	Midi-Pyrénées	Languedoc-Roussillon	Aquitaine	Espagne	Italie
Limousin	Limousin	Aquitaine	Centre	Espagne	Autriche
Rhône-Alpes	Rhône-Alpes	PACA	Languedoc-Roussillon	Italie	Espagne
Auvergne	Auvergne	Languedoc-Roussillon	Rhône-Alpes	Italie	Espagne
Languedoc-Roussillon	Languedoc-Roussillon	Rhône-Alpes	PACA	Espagne	Italie
PACA	PACA	Rhône-Alpes	Languedoc-Roussillon	Italie	Espagne
Ensemble	Rhône-Alpes	PACA	Ile de France	Espagne	Italie

Source : TNS-Sofres/Direction du Tourisme

Tant du point de vue des séjours en France que de ceux à l'étranger, la proximité joue un rôle considérable. Alors que l'Espagne demeure de très loin la destination étrangère favorite des Français dans leur ensemble, la Belgique attire les habitants du Nord et de la Champagne, tandis que les Franc-comtois visitent plus volontiers l'Italie et la Suisse voisines, et que les Alsaciens et, dans une moindre mesure, les Lorrains profitent de la proximité de l'Allemagne.

Attention toutefois, les pays limitrophes sont surtout sélectionnés pour des séjours courts, plutôt que pour des vacances, au sens statistique d'au moins quatre jours. En effet, si l'on retient non plus le nombre de séjours, mais le nombre de nuitées passées dans un pays étranger, on obtient un tableau assez différent du précédent.

27 Direction du Tourisme, 2006, « Tourisme des Français. Choix de la destination et comportement

Tableau 2 : les destinations étrangères des Français en fonction de leur région d'origine (2004 ; en nombre de nuitées)

	SEJOURS A L'ETRANGER	
	Pays 1	Pays 2
Ile de France	Espagne	DOM
Champagne-Ardenne	DOM	Portugal
Picardie	Espagne	Grèce
Haute-Normandie	DOM	Espagne
Centre	DOM	Espagne
Basse-Normandie	Espagne	Italie
Bourgogne	Espagne	Italie
Nord	Espagne	Angleterre
Lorraine	Italie	Espagne
Alsace	Autriche	Espagne
Franche-Comté	Italie	Espagne
Pays de la Loire	Espagne	DOM
Bretagne	Espagne	Angleterre
Poitou-Charentes	Espagne	Portugal
Aquitaine	Espagne	DOM
Midi-Pyrénées	Espagne	DOM
Limousin	Espagne	Autriche
Rhône-Alpes	Italie	Espagne
Auvergne	Espagne	Italie
Languedoc-Roussillon	Espagne	Italie
PACA	Espagne	Italie
Ensemble	Espagne	Italie

Source : TNS-Sofres/Direction du Tourisme

On observe néanmoins quelques similitudes avec le tableau précédent, quoique les choses apparaissent de manière moins marquée. L'Angleterre reste une destination importante pour les Nordistes et les Bretons, de même que l'Autriche pour les Alsaciens. Simplement, la proximité devient un facteur de décision moins crucial dans le cadre d'un long séjour. A noter toutefois que cette déduction ne s'applique pas à toutes les échelles : les Français sont prêts à aller un peu plus loin pour des vacances plus longues, mais, pour la majorité d'entre eux, pas au point de quitter l'Europe, voire de visiter un pays non limitrophe.

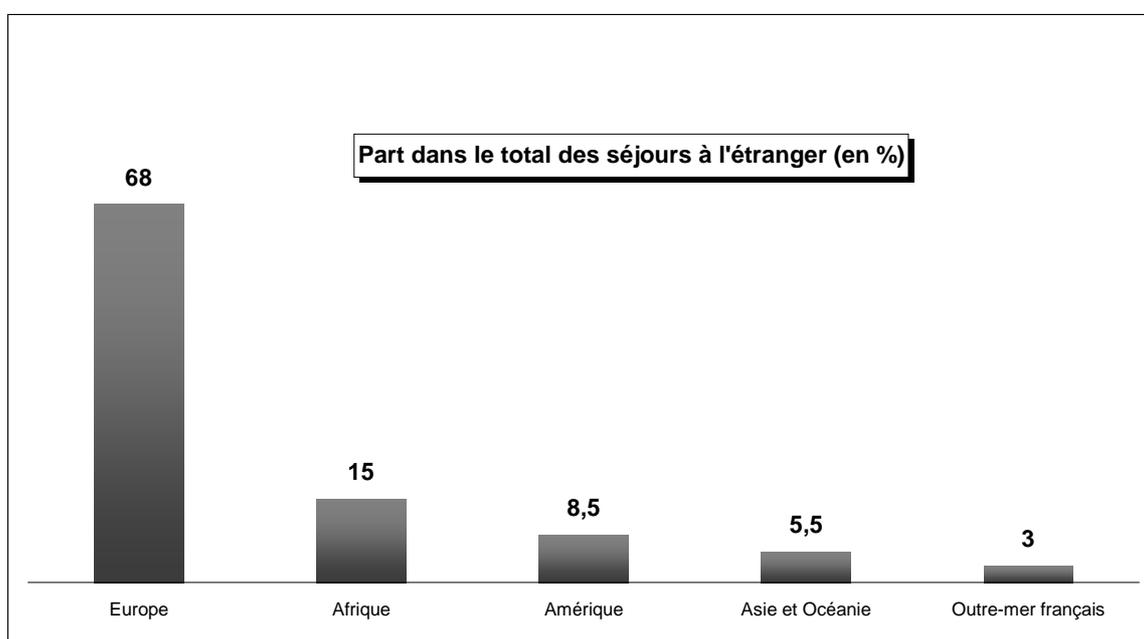
Au final, la proximité reste un facteur prépondérant de succès des destinations touristiques. Toutefois, progressivement, elle tend à ne plus être qu'un élément parmi d'autres : les pratiques des touristes français favorisent de plus en plus des destinations d'accès autrefois difficile, voire impossible, dans les faits, mais aussi dans les représentations collectives.

Un attrait croissant mais encore limité pour les destinations lointaines

Le recul de l'Europe a profité en premier lieu à des destinations relativement proches, à commencer par l'Afrique du Nord, qui passe d'environ 6% des séjours dans les années quatre-vingt-dix à plus de 11% en 2007.

Dans le même temps, la situation des destinations les plus lointaines a radicalement changé. L'Amérique, l'Asie de l'est et l'Océanie sont des destinations touristiques résolument marginales dans les années quatre-vingts, voire quatre-vingt-dix. En 1978, l'Afrique, l'Asie, l'Amérique et l'Océanie cumulent moins de 20% des séjours à l'étranger²⁸. En 2007, ce chiffre atteint désormais près de 30%. Le bon score de l'Afrique (15%) s'explique notamment par le succès de l'Afrique du Nord, qui en constitue plus des deux tiers, ce qui n'exclut pas l'important développement de certaines destinations subsahariennes comme le Kenya ou le Botswana.

Graphique 4 : Répartition des séjours à l'étranger des touristes français suivant la région de destination en 2007



Source : Direction du Tourisme, TNS Sofres

28 Données INSEE.

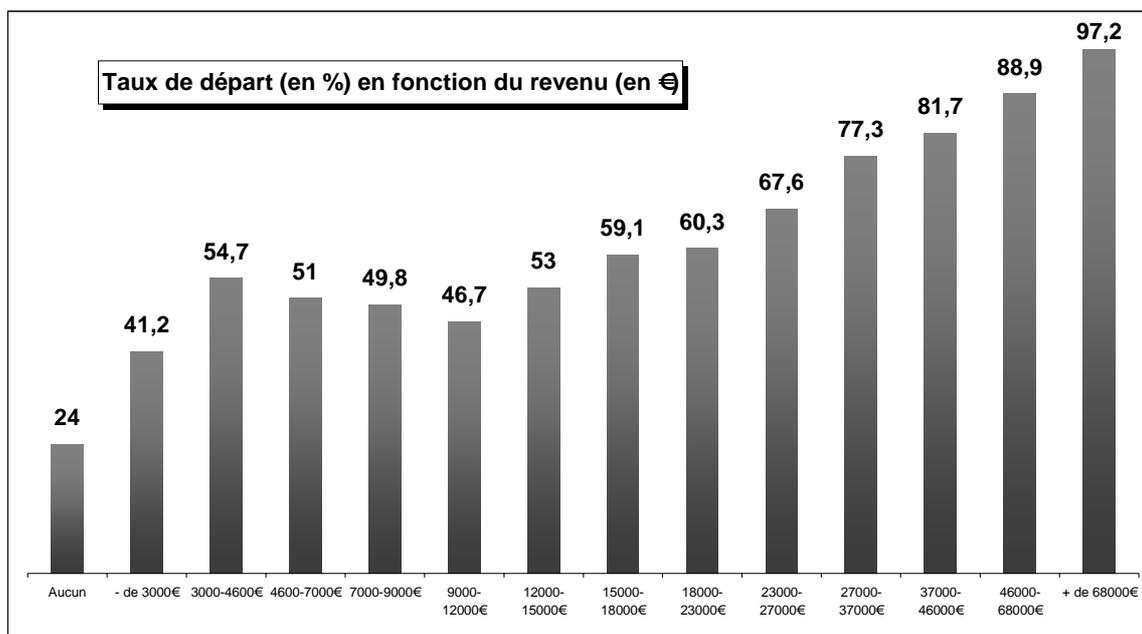
La part des destinations lointaines demeure faible, mais certains pays connaissent une croissance remarquable, au moins en valeur absolue. La Chine apparaît comme l'un des principaux gagnants des récentes évolutions. Destination presque inconnue il y a trente ans, l'Empire du Milieu a accueilli 259 000 résidents français en 2007, soit un peu plus que l'Irlande et presque autant que les pays scandinaves. En recoupant différentes sources, le nombre de séjours en Amérique du Nord (hors Mexique) peut être estimé à 150 000 en 1973. Les Etats-Unis accueillent aujourd'hui près de 550 000 touristes français, le Canada 275 000. D'autres destinations, quoique de manière plus marginale, progressent, comme par exemple l'Australie, avec 44 000 arrivées en 2007.

Cependant, derrière cette évolution globale se cachent de profondes inégalités : les destinations long-courrier ne concernent qu'une très petite part des touristes français.

1.3.2 Une démocratisation limitée

Il faut commencer par rappeler que le tourisme dans son ensemble, à destination de la France et/ou de l'étranger, ne concerne pas tous les résidents français. Le taux de départ, relativement stable depuis dix ans, s'élève en 2007 à 73,6%. Autrement dit, un peu plus d'un quart des résidents français de plus de quinze ans ne sont pas du tout partis en 2007. Les inégalités face aux vacances sont, de manière attendue, étroitement corrélées aux écarts de revenus. En 2004, le taux de départ, qui dépasse 80% pour les revenus supérieurs à 37 000 €, chute à moins de 60% pour les revenus inférieurs à 18 000 €. Seulement 38% des agriculteurs ont effectué au moins un séjour en 2004, pour 48% des ouvriers et, à l'opposé du spectre, 90% des cadres et professions intellectuelles supérieures. Les ouvriers sont, avec les employés, les seuls dont le taux de départ n'a pas augmenté depuis 1994. Le rôle des discriminations sociales est confirmé par les motifs invoqués : 37% de ceux qui ne sont pas partis l'ont fait pour des raisons financières et seulement 20% par choix – le reste du panel est couvert par les raisons professionnelles et de santé.

Graphique 5 : le taux de départ des Français vers la France et l'étranger en 2004 : d'importantes variations suivant les revenus



Source : Insee, Observatoire des inégalités

Les départs à l'étranger représentent environ 10% de l'ensemble des séjours. Logiquement, ils concernent une part encore plus réduite de la population que le tourisme dans son ensemble, d'autant que, sur une année, un même vacancier peut cumuler les séjours en France et à l'étranger. En ne retenant plus que les séjours à l'étranger, le taux de départ chute à 22,2% en 2007. Ce score apparaît relativement stable, malgré une légère régression depuis 2004, où il culminait à 24,2% : il était déjà de 21,9% en 1998²⁹.

Plus encore que le tourisme pris dans son ensemble, les séjours à l'étranger sont largement informés par les grandes lignes de fracture de la société, qu'elles soient géographiques, économiques ou démographiques.

Le taux de départ est tout d'abord clairement corrélé au lieu de résidence. Comme pour les séjours en France, ce taux augmente avec l'urbanisation : c'est dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants qu'on compte proportionnellement le plus de partants³⁰.

29 Les chiffres de 2004 et 2007 concernent les résidents en France de quinze ans et plus et incluent les DOM-TOM. Pour 1998, ils concernent les Français de quinze ans et plus, toujours DOM-TOM inclus.

30 Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger ... », *op. cit.*, p. 355. Le taux global – ensemble des séjours pour motif personnel, en France et à l'étranger-, s'élève en 2007 à 68% pour les ruraux, soit cinq points de moins que la moyenne nationale, à 74% pour les communes de plus de 100 000 habitants, pour culminer à 85% pour l'agglomération parisienne. De plus, le nombre de départs par individu s'élève à 5,4 pour les habitants de l'agglomération parisienne, contre seulement 3,6 pour la

Le taux de départ à l'étranger pour motif personnel varie également de façon significative selon la catégorie socioprofessionnelle. En 2006, trois catégories socioprofessionnelles présentent des taux de départ très proches de la moyenne : les étudiants, les inactifs, ainsi que les commerçants, artisans et chefs d'entreprise. Les employés, les agriculteurs et, surtout, les ouvriers se situent pour leur part en-dessous ou très en-dessous. Restent les professions intermédiaires, plutôt mieux loties, et, surtout, les cadres supérieurs et professions libérales, dont le taux de départ atteint 40%, soit presque deux fois plus que la moyenne. Le nombre de séjours par individu se révèle lui aussi élevé, – 1,6, pour une moyenne nationale de 1,4 -, tandis que les ouvriers qui partent à l'étranger effectuent en moyenne 1,2 séjours. Au final, les ménages aux revenus les plus modestes privilégient des séjours estivaux plus longs, de préférence dans la famille, soit plus souvent en France et en hébergement non marchand. Au contraire, les plus aisés tendent à multiplier les départs, combinant séjours en France et à l'étranger, et résident plutôt à l'hôtel³¹.

La troisième différence tient à l'âge, même si les écarts sont moindres. Le plus fort taux de départ suivant les classes d'âge concerne les 50-64 ans : 25,5% en 2006. Les plus de 65 ans se situent quant à eux juste au-dessus de la moyenne, avec 22,6%. Le nombre moyen de séjour est de surcroît plus élevé : 1,5 chez les plus de cinquante ans. Mais l'âge finit par jouer en défaveur de l'activité touristique : le taux de départ des plus de 70 ans, tous séjours confondus, s'élevait, en 2004, à seulement 47%, pour une moyenne nationale de 65%³².

Au total, le profil type du résident français voyageant à l'étranger peut se résumer ainsi : un individu de plus de cinquante ans appartenant aux couches les plus aisées de la société, plutôt plus diplômé que la moyenne et résidant dans une agglomération de plus de 100 000 habitants. L'élément le plus surprenant concerne l'évolution de ce profil-type depuis deux générations. Alors que l'augmentation du nombre de départs à l'étranger laisse supposer une démocratisation au fil du temps, ce profil aurait plutôt tendance à se durcir³³. Les transformations de la population française expliquent en partie cette évolution, notamment l'augmentation significative de la part des inactifs et des plus de 50 ans dans les séjours à l'étranger. Indépendamment des causes de cette évolution, qu'elles soient directement reliées au tourisme ou seulement imputables à l'évolution démographique, le résultat s'avère être, en tout état de cause, une « nette polarisation des voyages à l'étranger dans les couches sociales aisées »³⁴ : au clivage entre ceux qui partent en vacances et ceux qui ne partent pas, vient se superposer la fracture entre ceux qui ne partent qu'en métropole et ceux qui voyagent à l'étranger.

population rurale. Les Franciliens ne se contentent pas d'être proportionnellement plus nombreux à partir, ils partent également plus souvent.

31 Le Jeannic T., Ribera J., 2006, « Hausse des départs en vacances, mais 21 millions de Français ne partent pas », *Insee Première*, n°1093.

32 Ibid.

33 Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger ... », *op. cit.*, p.356.

34 *Ibid.*, p.356.

Les lignes de fracture entre touristes sont encore accentuées suivant les types de séjours : la distance s'affirme comme un facteur de discrimination supplémentaire. Le profil déjà marqué du touriste français à l'étranger l'est plus encore pour les destinations les plus lointaines et/ou originales : Chine, Australie, Indonésie, Laos, Nouvelle Zélande, Guatemala... L'enquête de la Direction du Tourisme et de la Sofres, menée à propos du tourisme français à l'étranger entre 2004 et 2006, énumère ainsi les caractéristiques de l'amateur-type des destinations de découverte : des personnes vivant seules ou en couple sans enfant, de plus de cinquante ans, aux revenus élevés, cadres ou retraités, voire exerçant une profession intermédiaire. De plus, la moitié de ces séjours est effectuée par des touristes résidant en région parisienne. La description du touriste privilégiant des destinations de proximité s'avère, sans surprise, autrement moins restrictive³⁵.

Au final, le tourisme à l'étranger est devenu un tourisme de masse. Devenu une réalité pour bon nombre de nos concitoyens, il fait désormais parti de l'univers des possibles, à plus ou moins longue échéance, de façon plus ou moins régulière, pour les touristes français. Mais, dans le même temps, la démocratisation du tourisme à l'étranger est encore aujourd'hui limitée, ceci de façon accentuée pour les destinations lointaines.

Cette dernière caractéristique n'est pas sans répercussion sur la répartition du coût environnemental du tourisme à l'étranger. Le poids des déplacements effectués par les touristes dans l'ensemble des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) françaises s'élève à 6% en 2006. La contribution des touristes internationaux aux émissions de GES (3%) est comparable à celles des touristes domestiques (3% également), qui sont cependant beaucoup plus nombreux. Le volume d'émission est naturellement corrélé avec le mode de transport utilisé et la distance parcourue. Pour un kilogramme de GES produit, un touriste en avion classe affaire parcourra 1 km, un touriste en avion classe économique 4 kms, contre plus de 400 kms pour un touriste en TGV. 62% de l'ensemble des émissions liées aux déplacements touristiques sont dues à l'aérien qui n'a pourtant été le mode de transport de seulement 7% des séjours touristiques. Les destinations lointaines, hors France, Europe et Maghreb, qui représentent 2% de la totalité des séjours sont à l'origine de 43% des émissions du tourisme. Au final, la forte concentration des déplacements les plus contributeurs de GES sur un faible nombre de voyageurs se traduit par une forte concentration des contributions de GES : 5% des touristes contribuent, seuls, à 50% des émissions de GES dues aux déplacements touristiques ; 10% émettent presque les deux tiers de ces GES³⁶.

35 Direction du Tourisme, 2007, « Tourisme des Français, les destinations touristiques hors métropole », *Tourisme Info Stat*, n°3.

36 Ministère de l'Ecologie, du développement et de l'aménagement durables, 2008, « Déplacements touristiques des Français les plus émetteurs de gaz à effet de serre », *La lettre des études économiques et de l'évaluation environnementale*, hors-série 11, février.

2. PARTIR

2.1 Hier : l'invention du tourisme à l'étranger

2.1.1 Des aristocrates oisifs à la bourgeoisie

The Tour, rite de passage pour jeunes aristocrates britanniques

La définition du Littré permet de mesurer l'ampleur de l'évolution du tourisme à l'étranger, des années 1860 à nos jours. Touriste : « se dit des voyageurs qui ne parcourent des pays étrangers que par curiosité et désœuvrement, qui font une espèce de tournée dans des pays habituellement visités par leurs compatriotes ». A quoi s'ajoute une précision importante : « se dit surtout des voyageurs anglais en France, en Suisse et en Italie »³⁷.

Emile Littré décrit en fait le tour anglais qui apparaît vers 1700 et fait office de rite initiatique pour les jeunes aristocrates britanniques : afin de devenir gentleman, ceux-ci « partent un an ou deux parcourir toute l'Europe occidentale, avec Rome comme destination ultime »³⁸. Cette mobilité d'agrément s'inscrit dans une logique de distinction : l'oisiveté, en tant que posture ostentatoire, permet aux aristocrates de se différencier des riches entrepreneurs³⁹. La définition du Littré souligne combien les destinations visitées, choisies à la fois par mimétisme et en vue d'accomplir un rite, font figure de passages obligés. Curiosité et désœuvrement interviennent au même niveau. Le tourisme consiste tout autant en une fuite de l'ennui – ennui qui, dans le même temps, est assumé et même revendiqué dans cette époque romantique – que dans un désir de découverte de nouveaux horizons. Néanmoins, il s'agit de visiter des sites consacrés et d'y suivre les traces des précurseurs qui ont inventé les lieux et les pratiques du tourisme. La redécouverte de la Nature, et en particulier de la beauté de la (haute) montagne et de la mer, est centrale et s'inscrit dans une sensibilité « écologique » instituée par Rousseau et mise en avant par les Romantiques allemands et anglais, puis français⁴⁰.

Imitation et distinction

Le tour ouvre vite la voie à l'organisation, d'abord par et pour les Britanniques, de migrations codifiées vers des lieux d'exception comme Bath, puis le Midi de la France – d'abord en hiver. Logiquement, la Révolution industrielle, avec le développement des trains et, dans une moindre mesure, des paquebots, va faciliter et encourager ces nouveaux déplacements à la mode.

Une grande part de la bourgeoisie demeure toutefois longtemps étrangère au tourisme. La diffusion s'effectue d'abord parmi les rentiers, suivant un principe d'imitation de l'aristocratie.

37 <http://Littré.reverso.net/dictionnaire-français/requete=touriste>.

38 Boyer M., 2002, « Comment étudier le tourisme ? », *op. cit.*, p. 394.

39 *Ibid.*, p. 394. Cf. également Veblen T., 1899, *The theory of the leisure class*, The Macmillan Compagny, Gallimard, 1970 pour la traduction française, épuisé.

40 Kerourio P., sans date, *Bref historique du tourisme*, [en ligne] <http://geotourweb.com>

Mais l'appropriation du tourisme par les rentiers pousse à l'innovation et à la recherche de modes nouvelles, de destinations originales, ou encore à la redécouverte de destinations déjà prisées, à des périodes inaccoutumées. « Pour conserver les valeurs élitistes, des gate-keepers innovent sans cesse [...]. Le mobile principal est le même : se distinguer ; le résultat en est un constant renouvellement »⁴¹.

Ainsi peut-on comprendre la mode de la plage et des bains de mer, en Allemagne, puis en France, l'invention des étés méditerranéens, – liée à l'engouement, à partir des années 1920, pour les ports de pêche (Saint-Tropez), les villages d'arrière-pays (Cagnes, Vence), la Pinède de Juan-les-Pins –, ou encore la nouvelle passion pour les sports de glisse, qui marque le début des vacances de sports d'hiver à Davos ou Chamonix dès la fin du XIX^{ème} siècle. Dans le même temps, les stations thermales, de Bath à Carlsbad en passant par Aix-les-Bains et Vichy, deviennent des hauts-lieux de l'activité touristique. Leur invention touristique dépasse le seul argument sanitaire. Dans le plaisir de la villégiature, il s'agit à nouveau de se distinguer, au travers des valeurs véhiculées par un cadre naturel exquis, des espaces stylisés de jeux et le luxe des hôtels et villas, qui constituent autant d'éléments d'une esthétique de vie demeurant l'apanage d'un groupe social de taille réduite et hermétiquement clos⁴². Fuyant les hauts-lieux du tourisme français désormais « envahis », les plus fortunés « inventent » également des destinations hivernales plus lointaines, en Sicile, à Corfou, à Madère ou en Egypte. L'éloignement leur garantit un temps la distinction, car très vite les progrès des moyens de transports accélèrent les voyages et ces destinations lointaines voient elles aussi arriver des nouveaux touristes⁴³.

Les débuts de la démocratisation

Au tournant du XX^{ème} siècle, un mouvement de démocratisation s'amorce. « Certaines statistiques parlent d'elles-mêmes : en 1923, plus de cinq cent mille touristes arrivèrent en Italie par le train, dont 28% voyageaient en première classe. Six ans plus tard, le total des voyageurs était passé à près d'un million, mais seulement 15% circulaient en première classe »⁴⁴.

L'offre s'est progressivement organisée et les agences de voyages apparaissent. Thomas Cook crée les premières. Il propose à partir de 1841 des voyages ferroviaires en Angleterre, à partir de 1855 des déplacements collectifs de Grande-Bretagne vers l'Europe et à travers celle-ci, notamment en France et en Italie, puis en 1869, la première croisière en bateau à vapeur sur le

41 Boyer M., 2002, « Comment étudier le tourisme ? », op.cit., p. 394.

42 Rauch A., 1995, « Les vacances et la nature revisitée (1830-1939) », in Corbin A. (dir.), *L'Avènement des loisirs. 1850-1960*, Paris/Rome, Aubier/Laterza, pp. 83-84.

43 *Ibid.*, p. 94-97.

44 Porter R., 1995, « Les Anglais et les loisirs », in Corbin A. (dir.), *L'Avènement des loisirs. 1850-1960*, Paris/Rome, Aubier/Laterza, p. 51.

Nil, et enfin, des croisières autour du monde. Malgré l'apparition de concurrents, « Cook resta le géant de la commercialisation des voyages effectués à l'étranger par les membres de la classe moyenne »⁴⁵.

La bourgeoisie manufacturière et commerçante commence à imiter les comportements des aristocrates et des rentiers. Elle sera suivie par une partie de la population salariée, notamment les enseignants grâce à leurs congés plus longs, et les cheminots qui profitent de la gratuité du train⁴⁶. Avant même le Front Populaire, le tourisme, en France, si ce n'est à l'étranger, progresse dans la société française.

2.1.2 Vers un tourisme de masse

La fausse révolution de 1936

1936 est souvent présentée comme l'année d'un changement crucial dans l'histoire du tourisme et, plus généralement, des loisirs. Toutefois, malgré l'instauration en France d'un droit quasi-généralisé aux congés payés, 1936 ne fut pas la grande conquête des vacances et du tourisme que l'on suppose souvent⁴⁷. Tout d'abord, parce que l'attrait pour les littoraux ensoleillés, la campagne et la montagne, si ce n'est l'étranger, est un phénomène bien antérieur, certes longtemps réservé à une petite minorité. Ensuite, parce que le loisir – *a fortiori* les vacances et le tourisme – ne figurait pas au rang des premières revendications syndicales, et que, dans les faits, peu d'ouvriers profitèrent au départ de leur nouveau temps libre pour faire du tourisme, voire simplement pour pratiquer une activité spécifique, plutôt que de se reposer ou même travailler⁴⁸.

« Il serait erroné de croire que tous ceux qui bénéficiaient [de congés payés] prenaient de véritables vacances. (...) Vacances et départs ne tendirent à se confondre que très lentement. (...) Contrairement à la légende rose du Front populaire, en 1936 comme durant les années qui suivirent, seule une minorité a quitté son domicile. (...) Nombreux sont ceux qui (...) restaient sur place, en général par manque de moyens »⁴⁹. Avant 1950, si ce n'est 1960, les rares ouvriers et employés qui partent en vacances se rendent à la campagne dans leur famille, dans le cadre d'un « retour aux sources et aux origines familiales », avec des activités comme la promenade et les jeux de foire, mais aussi les travaux champêtres ou le jardinage⁵⁰. Le prix des séjours, même en France, est prohibitif comparé aux revenus ouvriers, d'où l'importance des efforts des syndicats dans l'organisation de séjours de vacances.

45 Porter R., 1995, « Les Anglais et les loisirs », op.cit, p. 33.

46 Boyer M., 2002, « Comment étudier le tourisme ? », op.cit., p. 395.

47 Viard J. (dir.), 1998, *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Paris, La Documentation Française, p. 57.

48 Certains ouvriers travaillent en effet pendant leur période de congés, en se faisant notamment embaucher pendant les gros travaux agricoles, les moissons ou les vendanges selon les régions.

49 Richez J.-C., Strauss L., 1995, « Un temps nouveau pour les ouvriers : les congés payés (1930-1960) », in Corbin A. (dir.), *L'Avènement des loisirs. 1850-1960*, Paris/Rome, Aubier/Laterza, pp. 393-397.

50 Rauch A., 1995, « Les vacances et la nature revisitée (1830-1939) », *op. cit.*, pp. 92-94.

De fait, il faudra attendre les années cinquante, et même la fin des années cinquante, pour assister à une véritable rupture. Ceci, au final, n'enlève rien au fait que la première moitié du XXe siècle, avant même le Front Populaire, voit naître des formes de tourisme de plus en plus variées, pour partie orientées vers l'étranger, et ouvertes à une part plus large de la société.

Les Trente glorieuses et la banalisation du fait touristique

Les Trente glorieuses créent véritablement les conditions d'une généralisation du tourisme fondée « sur un début de solvabilité des familles grâce à la hausse des salaires et le tourisme social encouragé par les gouvernements de l'époque et mis en œuvre par les syndicats et les associations notamment familiales »⁵¹. Les années qui succèdent à la Seconde Guerre mondiale voient naître le tourisme de masse en France, moins dans son principe que du strict point de vue quantitatif : entre 1951 et 1966, le nombre d'individus partant en vacances est multiplié par 2,5⁵². Les départs vers l'étranger suivent la même tendance : l'enquête « vacances » de l'INSEE estime que le nombre de séjours à l'étranger s'élève environ à 13% du total des départs en 1957, puis de 14 à 15% jusqu'à la fin des années 1970. Cette augmentation ne concerne pas en premier lieu des destinations lointaines : l'Europe constitue la destination principale des touristes français à l'étranger, plus particulièrement les pays limitrophes – Royaume-Uni inclus –, tandis que parmi les pays non européens, l'Afrique du Nord arrive nettement en tête⁵³.

Outre la forte croissance économique, facteur d'augmentation rapide du pouvoir d'achat et de développement de la classe moyenne, d'autres évolutions du lendemain de la Seconde Guerre mondiale doivent être prises en compte. L'allongement de la durée de vie et l'abaissement de l'âge de la retraite se greffent sur la généralisation et l'extension des congés payés avec l'introduction d'une troisième semaine à partir de 1956. L'urbanisation croissante apparaît également comme une cause probable d'un « essor du désir d'évasion »⁵⁴. Enfin, les progrès technologiques facilitent les déplacements : la deuxième révolution des transports permet à la route et à l'avion de relayer le rail, tandis que la baisse du prix des vols étend la clientèle internationale et favorise l'émergence de destinations touristiques nouvelles – pays tropicaux, archipels de l'Océan indien et du Pacifique.

Mais le lendemain de la Seconde Guerre mondiale marque également le triomphe d'un « loisir-marchandise, perçu avant tout comme un temps disponible pour la consommation », ainsi que le déploiement d'une « moralité du plaisir (fun morality), qui traduit le bouleversement des valeurs et des préférences »⁵⁵. Les « quatre S » - sea, sun, sand, sex – d'un touriste hédoniste supplantent progressivement les « trois D » - délassement, divertissement, développement de la personnalité – dont se réclamaient les militants du tourisme social. La généralisation du tourisme et son extension à toutes les sphères de la société deviennent possibles.

51 Rochefort R., 2007, *Le bon consommateur et le mauvais citoyen*, Paris, Odile Jacob, p. 226.

52 Rauch A., 1996, *Vacances en France de 1830 à nos jours*, Paris, Hachette.

53 Cazes G., 1984, « Le tourisme français vers l'étranger », *op. cit.*, p. 95.

54 Mesplier A., Bloc-Duraffour P., 2000, *Le tourisme dans le monde*, *op. cit.*, pp. 22-23.

55 Corbin A., 1995, « L'avènement des loisirs », *op. cit.* p. 11.

Du choc pétrolier au XXI^e siècle : continuité et changement

Le premier choc pétrolier n'a pas de véritables conséquences sur la demande des touristes français dont les départs comme les dépenses continuent de croître après 1974. Entre 1974 et 1994, l'écart entre les taux de départ, France et étranger cumulés, des différentes catégories socioprofessionnelles chute de 73% à 47%. Le fait de partir se démocratise considérablement, indépendamment de la durée des séjours et de leur destination. Le tourisme est désormais une pratique banale : « partir en vacances est devenu la règle, ne pas partir un problème, symptôme d'une position marginale ou prémisses d'une exclusion... »⁵⁶. La croissance économique et les progrès des transports accentuent leurs effets au bénéfice des voyages à l'étranger. Les départs à l'étranger qui concernaient 3,5 millions de personnes en France en 1964, en touchent en 1998 8,5 millions, soit un effectif multiplié par 2,4⁵⁷. Tant à l'échelle nationale que mondiale, les tendances se confirment avec l'augmentation du nombre de départs et du taux de départ, et la diversification des destinations.

Les évolutions récentes de la société française continuent de marquer l'histoire du tourisme à l'étranger. Le vieillissement de la population favorise les départs hors-saison. En 1982, l'introduction de la cinquième semaine de congés payés ne correspond pas à une simple augmentation arithmétique du temps libre susceptible d'être consacré aux vacances. La porte est ouverte aux vacances prises en dehors des séjours d'été, même si la saison estivale reste encore aujourd'hui une pierre angulaire du tourisme des Français. Plus largement, apparaît la possibilité d'élaborer des stratégies, d'effectuer des arbitrages sur la manière d'organiser ses vacances⁵⁸.

La réduction du temps de travail va renforcer le développement des départs en dehors des créneaux traditionnels. Elle se combine au début des années 2000 à la baisse du pouvoir d'achat pour favoriser les courts séjours dans le cadre d'un tourisme de plus en plus protéiforme. Les courts séjours, de moins de quatre nuits, représentent en 2007 52% des séjours personnels en France, mais également près de 30% de séjours à l'étranger ou dans les DOM-TOM⁵⁹. La demande touristique évolue vers une plus grande flexibilité, qui pouvait *a priori* pénaliser le tourisme à l'étranger : les destinations lointaines se prêtent plus volontiers à des séjours d'au moins une, voire deux semaines ; les salariés qui gardent quelques jours de congés en réserve pour pouvoir décompresser pourraient être davantage enclins à les consacrer à de

56 Viard J. (dir.), 1998, *Réinventer les vacances...*, *op. cit.*, p.57.

57 Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger ... », *op. cit.*, p.355. Ces totaux ne prennent pas en compte les séjours effectués dans les DOM-TOM qui ne représentent qu'une très faible part du total des séjours hors métropole (environ 3%).

58 Viard J. (dir.), 1998, *Réinventer les vacances...*, *op. cit.*

59 Source : enquête Suivi de la Demande Touristique des Français (Direction du Tourisme – TNS SOFRES).

courts séjours en France plus qu'à de lointaines expéditions. Les choses ne sont toutefois pas si simples. Les séjours effectués dans les pays limitrophes peuvent être de courtes escapades. La multiplication des séjours permet en outre de faire varier les plaisirs liés aux départs à l'étranger.

2.2 Aujourd'hui : quoi de neuf ?

2.2.1 Des internautes sur-informés

Les loisirs se « marchandisent » et, partant, les touristes deviennent des consommateurs avertis. En ce sens, les dernières années du XXe siècle ne se contentent pas de capitaliser sur les évolutions des générations précédentes. La diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) jouent un rôle majeur. Sont-elles à l'origine de modifications des comportements ou se contentent-elles de catalyser des tendances qui ont précédé leur apparition ? En tout état de cause, et même s'il semble pertinent de retenir la deuxième hypothèse, l'accès quasi généralisé à l'Internet et au haut débit paraît corrélé à un changement des attitudes des consommateurs face aux produits touristiques.

Les achats de séjours sur Internet demeurent minoritaires, mais en forte progression : en 2003, 12% des ventes de séjours en France passaient par le Web ; ce chiffre était de 25% en 2004-2005⁶⁰. « En France, pour l'été 2006, un voyageur sur deux s'est connecté, au moins pour préparer son séjour »⁶¹. La toile devient le lieu d'une sorte de marché parallèle, où la demande s'avère de moins en moins canalisable, compte tenu des échanges d'informations et des transactions entre particuliers. L'émiettement de l'offre et la possibilité d'une consommation de type libre-service accentuent des traits préexistants : les séjours tendent à se raccourcir tout en se multipliant tout au long de l'année ; ils varient également de plus en plus dans leur contenu⁶². Les NTIC accompagnent une évolution générale du rapport à la mobilité, qui tend vers l'« hypermobilité » et le « zapping » : une destination unique se décline aujourd'hui en un bouquet de produits et de services pour satisfaire les attentes protéiformes des touristes⁶³.

Dernier point, l'essor de l'Internet s'ajoute à la crise économique – le touriste cherche à limiter au maximum tout gaspillage de temps ou d'argent – et au contexte d'insécurité géopolitique, réel ou perçu, pour renforcer l'auto-organisation des séjours. Certes, les touristes partent plus souvent et choisissent parfois leur destination à la dernière minute, mais ils multiplient les sources d'information et préparent eux-mêmes leurs voyages dans les moindres détails.

60 Données Touriscopie : <http://touriscopie.over-blog.com>.

61 Rochefort R., 2007, *Le bon consommateur et le mauvais citoyen*, op.cit., p. 232.

62 Urbain J.D., 2006, « Nouvelles technologies, nouveaux touristes », communication au European Tourism Forum, Chypre.

63 Chazaud P., Diallo I., 2009, « La demande touristique de mobilité à la croisée des chemins », *Cahier Espaces* n°100, mars, p.20.

« Internet remplit ici pleinement son rôle de catalyseur au regard d'une tendance préexistante à son utilisation. Internet a en effet accéléré et augmenté un besoin fort d'anticipation totale : un désir de tout savoir et de tout prévoir en amont du voyage, qui voit se consolider, aux antipodes de l'esprit d'aventure porté sur l'imprévu, le profil psychologique du voyageur programmatique »⁶⁴. Le touriste moderne est un « homme d'information, voire de surinformation »⁶⁵, qui limite autant qu'il le peut l'improvisation.

2.2.2 Touristes, mais pas forcément voyageurs

Les motivations touristiques des Français n'ont pas forcément beaucoup évolué au cours des vingt dernières années et privilégient le repos et le soleil. L'enquête réalisée par le CREDOC sur les vacances en 1995 met en évidence quatre motivations principales des touristes français en France et à l'étranger. Le repos arrive en tête de ces préoccupations, invoqué en premier choix par 28% des personnes interrogées. En deuxième position intervient le climat : une météorologie clémente, le soleil est ainsi la priorité de 15% des Français. Le dépaysement arrive en troisième : l'envie de découvrir de nouveaux lieux est mis en avant par 14% des sondés, et logiquement important pour les séjours à l'étranger. Enfin la convivialité familiale ou amicale est jugée prioritaire par 12% des Français⁶⁶. Les motivations des touristes français sont relativement proches de celles des ressortissants des autres pays ouest-européens. La version 2008 de l'étude Ipsos-Europe-Assistance, réalisée dans plusieurs pays européens – Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni – fait apparaître quatre principaux facteurs de décision pour une destination touristique : le climat, le budget, les risques d'attentat et les risques sanitaires arrivent en tête des préoccupations. Mais le climat occupe la première place pour les touristes belges, italiens et français. Ces derniers placent les risques d'attentat en quatrième position, alors que les Allemands, les Autrichiens et les Britanniques déclarent s'en inquiéter en premier lieu⁶⁷.

Le désir de repos et de soleil n'exclut en aucun cas les séjours à l'étranger : rien n'interdit d'aller chercher repos, soleil et convivialité bien au-delà des frontières, dans des destinations parmi les plus lointaines. Un résultat important des enquêtes commandées par la Direction du Tourisme réside d'ailleurs dans une « trilogie de l'été », dont les piliers sont un long séjour estival, le besoin d'épanouissement et, enfin, le couple soleil et exotisme, démontrant que le tourisme balnéaire n'est en aucun cas contradictoire avec l'attrait pour les destinations situées hors des frontières hexagonales. Plusieurs typologies permettent de segmenter la demande touristique. Les types relèvent inévitablement de la caricature : peu de touristes sont tout à fait représentatifs d'une catégorie ; surtout, un même touriste peut alternativement se classer dans

64 Urbain J.D., 2006, « Nouvelles technologies, nouveaux touristes », *op. cit.*, p. 6.

65 Urbain J.D., 2008, *Le Voyage était presque parfait...*, *op. cit.*, p. 123.

66 CREDOC, 1996, *Les vacances des Français : leur fidélité aux principaux types de séjour*, sur la base de l'enquête « Aspirations et conditions de vie des Français ».

67 Ipsos-Europe-Assistance, 2009, *Le baromètre des vacances des Européens. 9^{ème} édition*.

l'une ou l'autre des catégories. Ces réserves émises, les classements permettent d'identifier et de mettre en valeur quelques grandes tendances dans la manière dont les touristes français effectuent leurs choix en matière de destinations, notamment vers l'étranger. Or l'essentiel des typologies de la demande touristique oppose les « aventuriers », en quête de nouveauté et de découverte, aux « casaniers », qui sont eux à la recherche de plaisir, de tranquillité et qui, surtout, tiennent à leurs habitudes et leurs repères, sans que cette opposition recoupe le clivage entre les départs à l'étranger et les départs en France.

Pour J.-D. Urbain, le tourisme de « transplantation » ou de villégiature, favorisé par une majorité de Français, consiste à recréer les conditions de leur quotidien dans un autre environnement, éventuellement le même d'un séjour à l'autre. L'éloignement de l'hexagone ne transforme pas le villégiateur : son séjour dans un village de vacances en Thaïlande ne sera somme toute pas très différent de celui qu'il aurait passé dans un village de vacances en Ardèche. « Là où il va, [Robinson] se sème, se développe et reproduit la société d'où il vient (...). Mais là aussi est la limite de cette 'graine' féconde. Elle est la duplication, qui voit l'homme préférer le miroir à la fenêtre ou refléter son mode de vie en le reconstituant plutôt que de s'ouvrir aux réalités locales et les intégrer »⁶⁸. Ces touristes ne cherchent majoritairement pas à pratiquer des activités particulières, autres que le repos, par opposition avec les touristes de « circulation », partis à la découverte du monde, de l'ailleurs et des autres.

Une autre façon de décliner la segmentation des touristes consiste à opposer « les hédonistes » et « les aventuriers » comme le proposent B. Bartikowski, D. Merunda et P. Valette-Florence, en soulignant l'importance du rapport à l'offre touristique en termes de qualité des hébergements marchands et de stabilité politique de la destination choisie⁶⁹. Les hédonistes se distinguent surtout par l'importance qu'ils accordent à la sécurité et au confort. Les aventuriers recherchent pour leur part la « rudesse » des destinations, soit non seulement leur nouveauté, leur aspect inattendu, imprévu, mais également une forme d'inconfort, de difficulté liée à des séjours itinérants dans des pays exotiques. En ce sens, la notion d'aventure est sans doute aussi représentative de certains groupes qui cherchent à se distinguer et, dans ce but, « font des voyages qui se veulent anti- ou non touristiques parce qu'ils les vivent dans le sentiment d'être à côté de l'ossature du tourisme organisé »⁷⁰.

68 Urbain J.D., 2008, *Le voyage était presque parfait...*, op. cit., p. 109.

69 Bartikowski B., Merunka D., Velette-Florence P., 2008, « L'attitude vis-à-vis des destinations touristiques : le rôle de la personnalité des villes », *Revue management et avenir*, n°18, p.72-87.

70 Viard J., 1984, *Penser les vacances*, Arles, Actes Sud, p.93.

2.2.3 Destinations et motifs de départ

La plupart des typologies de la clientèle touristique concernent à la fois les séjours en France et les séjours à l'étranger. Toutefois l'enquête « Suivi du tourisme », réalisée par la SOFRES pour la Direction du Tourisme, permet de proposer une typologie qui concerne spécifiquement les séjours des Français à l'étranger en 2006⁷¹. Sur la base du constat de caractéristiques très différentes des séjours d'une destination à l'autre, cette typologie distingue quatre grands groupes de destinations extérieures à la France métropolitaine : « les destinations de proximité », « les destinations affinitaires », « les destinations balnéaires » et « les destinations découverte ».

« Les destinations de proximité » regroupent les pays d'Europe accessibles par la route, et les touristes français s'y rendent pour moitié en voiture. Les séjours, d'une durée moyenne d'une semaine, sont pour un tiers effectués en hébergement non-marchand et pour un tiers à l'hôtel. Un tiers de ces séjours ont un motif affinitaire dû à la présence de contacts familiaux ou amicaux. Les destinations de proximité sont les plus favorables aux déplacements en famille et attirent les classes de revenus moyennes, sans être réservées aux groupes les plus favorisés.

« Les destinations affinitaires » correspondent à des pays lointains pour lesquels les séjours sont rares, mais dans lesquels les touristes français ont des contacts familiaux ou amicaux : Liban, Réunion, Etats-Unis, Canada, Guyane, Mali, Nouvelle-Calédonie. Les touristes s'y rendent en avion pour des séjours en moyenne de deux semaines effectués pour plus d'un tiers en hébergement non-marchand. Les destinations affinitaires sont elles aussi favorables aux déplacements en famille. Elles attirent les touristes aux revenus élevés, mais également des touristes ayant des revenus modestes. Les premiers s'y rendent pour des séjours de découverte, les seconds pour des motifs affinitaires.

Du côté des séjours plutôt tournés vers l'agrément, on trouve les destinations « balnéaires » et « découverte ». « Les destinations balnéaires » sont des pays plus ou moins lointains qui ont un littoral important : Grèce, Malte, Baléares, Tunisie, Thaïlande, Caraïbes, République dominicaine, Mexique... Il s'agit exclusivement de séjours d'agrément, pour lesquels les modes d'hébergement marchands interviennent à plus de 90%. On y pratique toutes les activités ayant trait à la mer : baignade et autres activités nautiques, bronzage... On y part en couple, mais éventuellement aussi avec des enfants. « Les destinations balnéaires » attirent les habitants de villes de plus de 100 000 habitants, mais également les ruraux. Elles sont fréquentées par des touristes aux revenus moyens ou élevés ; ce sont les pays où les ouvriers et les employés voyagent le plus.

« Les destinations découverte » sont pour partie très éloignées de la métropole et les voyages des touristes français y sont souvent rares : Chine, Inde, Australie, Japon, Vietnam, Costa Rica, Maroc, Irlande, Pérou... Les touristes s'y rendent en avion pour des séjours en moyenne de deux semaines effectués en général dans le cadre d'un circuit et pour seulement 5% en hébergement non-marchand. Plus de 90% de ces séjours ont un motif d'agrément. Les destinations

⁷¹ Direction du Tourisme, 2007, « Tourisme des Français. Les destinations touristiques hors métropole », *op. cit.*

découvertes sont celles qui sont le moins favorables aux déplacements en famille : on s'y rend en couple sans enfant ou en solo. Ces destinations s'adressent à un public privilégié en matière de revenus, principalement des cadres ou des retraités, sans enfant à charge, tandis que la moitié de ces séjours est effectuée par des habitants de la région parisienne.

Cette typologie propose une segmentation de la clientèle touristique qui croise les motivations avec les niveaux de revenus, l'âge et la situation familiale. Elle met en valeur le fait que les désirs touristiques ne sont pas nécessairement satisfaits ou, du moins, qu'ils sont soumis à divers arbitrages. Les ménages aux revenus moyens voyagent moins loin et plutôt en famille. Les revenus modestes partent principalement à la faveur de leurs contacts à l'étranger, - notamment la famille qui offre l'opportunité d'un hébergement non marchand -, et profitent ainsi de « niches » touristiques, sans effectuer de véritable choix. Enfin, ce sont, sans surprise, les revenus les plus élevés qui partent le plus loin, le plus longtemps et le plus souvent en hébergement marchand.

Au final, et malgré sa démocratisation, le tourisme à l'étranger s'affirme encore aujourd'hui comme « un mode de distinction sociale ». Les séjours touristiques à l'étranger continuent pour partie à s'inscrire dans une logique de distinction des individus les plus riches et les plus diplômés, prolongeant « the tour » des jeunes aristocrates britanniques. Tout du moins pour les destinations les plus lointaines, et peut-être surtout, les moins connues ou les plus aventureuses, « ils constituent un point de passage obligé pour un monde éduqué et aisé (...) [et l'un des] signes de l'appartenance à une élite sociale »⁷². Dès lors, le tourisme durable ne pourrait-il pas lui aussi s'inscrire dans une logique de distinction sociale réservée à une élite qui y trouverait une nouvelle opportunité pour se différencier de la masse des touristes ? Toutefois, il pourrait également répondre à un possible renouvellement des motivations touristiques. L'interrogation des touristes est nécessaire pour tester ses nouvelles hypothèses.

72 Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger : ... », *op. cit.*, p. 360.

CHAPITRE 2. LE VOYAGE AU PAYS DU TOURISME DURABLE

Pour étudier la manière dont les touristes sont susceptibles d'appréhender la notion de tourisme durable, nous avons choisi de travailler sous forme d'entretiens collectifs avec un mode d'animation peu directif. L'entretien collectif, ou réunion de groupe, présente l'avantage d'accroître le nombre d'enquêtés et d'élargir l'éventail des réponses recueillies. Surtout, là où l'entretien individuel vise le recueil d'éléments très approfondis dans les parcours et les stratégies individuelles, l'entretien collectif saisit les prises de position en interaction les unes par rapport aux autres. Grâce aux interactions qui se manifestent au cours de la discussion, la réunion de groupe permet l'analyse de ce qui est partagé dans le groupe, soit les modèles culturels, mais également la prise en compte du désaccord, avec des positions plus tranchées que dans des entretiens individuels.

Deux entretiens collectifs ont été réalisés, avec chacun huit participants. Dans le cadre du temps et du budget impartis à ce travail, nous avons été amenés à opérer des choix quant aux profils des participants : nous avons sélectionné des personnes qui d'une part, appartenaient aux classes moyennes, et d'autre part, avaient une expérience personnelle du tourisme à l'étranger. Les participants, seize au total, sont pour moitié des femmes, pour moitié des hommes. Ils résident à Paris ou en région parisienne et 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 12 derniers mois, mais souvent cette expérience n'est pas isolée. La plupart sont des voyageurs plus ou moins réguliers, qui ont déjà expérimenté plusieurs formules : séjour en club, voyage en groupe, voyage itinérant avec achat d'un vol sec... Aucun d'entre eux n'a effectué de séjours à l'étranger dans le cadre d'une offre de tourisme « durable », « responsable » ou « équitable ».

Quelques exemples permettent de restituer la diversité à la fois des destinations et des formules touristiques choisies pour le dernier séjour à l'étranger. Nadir est parti quinze jours en couple en Tunisie dans un club avec une formule tout compris : il souhaitait à la fois se reposer, aller dans un pays chaud et être dépaysé, tout en restant dans une certaine fourchette de prix. Jean s'est rendu sur la côte Est des Etats-Unis pour un dépaysement total. Célibataire, il a choisi un circuit en groupe afin d'être encadré : il craignait « une certaine insécurité ». Nadim pour sa part n'opte jamais pour un voyage organisé : il a lui-même préparé son dernier voyage au Cambodge avec son amie et leur fille pour découvrir les temples d'Angkor et la jungle. Sophie est partie en Serbie avec son mari et y a séjourné trois semaines chez des parents de celui-ci. Amélie revient d'un voyage d'une semaine à New-York avec son mari et leurs deux enfants adolescents : elle avait réservé leurs billets d'avion et leurs nuits d'hôtel sur Internet en vue d'un voyage culturel qui puisse également plaire aux enfants. Anna est partie seule dix jours au Vietnam et au Cambodge en voyage organisé afin de découvrir « les traditions, les mœurs, la culture d'une autre population ». Romain a séjourné quinze jours en Thaïlande avec son épouse, moitié à Bangkok, moitié sur une île : il a organisé son voyage sur Internet en réservant leurs vols et leurs hôtels. Enfin, Paul est parti en couple au Mexique où il a passé quatre jours dans un club, suivis par quatre jours de « découverte au fil de l'eau ».

1. LE CONTRE-MODELE DU SEJOUR EN CLUB

Après avoir restitué les motivations à l'origine de leur dernier séjour à l'étranger, les participants aux entretiens collectifs ont été invités à discuter d'une définition du tourisme durable et à préciser ensemble quel pourrait être le déroulement d'un séjour à l'étranger en respectant les grands principes. Les touristes interrogés au cours des deux réunions de groupe ne remettent pas en cause le bien-fondé d'une réflexion sur le tourisme durable. Certes, notre interrogation, - « qu'est-ce que recouvre pour vous la notion de tourisme durable ? »-, les plonge dans la perplexité. L'exercice de définition leur paraît difficile, mais pas vraiment incongru. L'interrogation ne leur semble pas sans pertinence : elle les renvoie à leurs propres questionnements en tant que touristes voyageant à l'étranger. Avant leur participation à ces entretiens, les touristes ne s'étaient jamais, à proprement parler, demandé ce qu'était le tourisme durable, mais leurs voyages, notamment hors d'Europe, les ont pour la plupart confrontés à des insatisfactions, si ce n'est à des contradictions. Ils vont saisir dans l'entretien collectif sur le tourisme durable l'occasion d'exprimer leurs frustrations et d'en discuter avec d'autres touristes qui partagent en partie leur vécu. L'entretien fournira l'opportunité d'imaginer, à partir de leurs propres expériences, de nouvelles formes possibles de tourisme qui pourraient les satisfaire davantage.

Paul, 35 ans, de retour d'un voyage au Mexique, associe dès le départ le tourisme durable au « petit sentiment de culpabilité » qu'il éprouve en tant que touriste, consommateur d'énergie, d'eau, et producteur de déchets, dans sa confrontation avec des pays et des populations qui ne disposent pas des éléments de confort considérés comme minimaux dans son pays d'origine.

Paul : « Tourisme durable ? Ce qui me vient... C'est vrai que, quand on voyage, on va loin, il y a un petit sentiment de culpabilité surtout dans des pays où il n'y a pas beaucoup d'eau, où il y a la piscine... On va dans des hôtels, des clubs où on ne manque de rien et c'est un peu la misère à côté..., et puis il y a l'avion, le carbone... de voir toute l'eau... Moi j'ai déjà eu ce sentiment de culpabilité... Les villages où on va se promener, il n'y a pas forcément d'eau courante... Il y a une prise de conscience aussi. On voit que maintenant dans des hôtels, les serviettes, si on ne veut pas les laver tous les jours, on les met dans tel carton, pour l'eau, vous faites attention à la consommation. Je ne sais pas si c'est aux Maldives ou aux Seychelles, ils proposent de ramener les déchets... Mais moi, je sais que j'ai un petit sentiment de culpabilité par rapport à ça... »

D'emblée, les touristes jugent leurs pratiques non durables et adoptent une position d'accusé qu'ils s'attribuent eux-mêmes. Certains vont rejeter la responsabilité sur les autres touristes, les organisateurs de l'offre touristique et/ou les politiques, en France et dans les pays de destination, mais le sentiment de culpabilité n'en est pas moins très présent au cours des entretiens et souvent de façon explicite.

La définition du tourisme durable n'est pas d'emblée construite. Les participants aux entretiens collectifs l'élaborent en partie grâce à l'intervention de contre-modèles : la notion de tourisme durable émerge en opposition avec des idéaux-types de séjours touristiques identifiés comme non-durables. Les séjours en club-formule tout compris remplissent pour les touristes interrogés cette fonction de contre-modèle.

Nos voyageurs ont tous, à un moment ou à un autre de leur vie, tout récemment ou il y a une dizaine d'années, opté pour une telle formule. La présence d'enfants en bas âge, la nécessité de trouver un voyage pas trop cher au dernier moment, le besoin de vraiment se reposer justifient le choix d'une formule dont on attend repos, dépaysement, chaleur, plaisirs balnéaires, mais également prise en charge totale, et ceci pour un coût peu élevé. Certains ont passé l'ensemble de leurs vacances dans un club quitte à profiter des excursions à la journée proposées par la structure hôtelière. D'autres, après quelques jours en club, sont partis à la découverte du pays en itinérants, tour à tour villégiateurs et aventuriers au cours d'un même séjour.

Le séjour touristique en club fonctionne à plus d'un titre comme l'archétype d'un tourisme ne respectant pas les principes intuitivement attribués au tourisme durable. Quel que soit le pays ou le continent de destination, le touriste s'y voit proposer le même modèle de consommation occidentale, devenu international, standardisé, sans surprise. Ainsi, pour Jean qui déclare y séjourner tout au plus un ou deux jours, juste le temps nécessaire pour se reposer, « *les choses qui sont proposées, c'est formaté* ». De même Paul ne nie pas son plaisir de se poser quelques jours dans un club avant de séjourner dans « *des petits hôtels et des petits restos typiques* », mais, pour lui, « *les grands hôtels en pension complète se ressemblent tous. Au Mexique ou en Tunisie, il n'y a pas de grande différence* ».

Surtout, le club formule tout compris est dans les représentations des touristes interrogés synonyme de sur-consommation et de gâchis. Tout semble marqué par la surabondance et le trop-plein : la nourriture, la boisson, la piscine, les animations, mais également le nombre de touristes qui séjournent. Le fonctionnement de cette offre apparaît à nos voyageurs d'autant plus pernicieux qu'ils ont l'impression de participer eux-mêmes à la course à la sur-consommation proposée, d'où « *un sentiment de honte* » pour un touriste réduit à la passivité.

Icham : « Voilà, c'était un séjour de 15 jours tout inclus, c'est assez pratique. C'est vraiment le truc, on se laisse aller... On se relâche, on a tout à disposition, boissons, repas, thé, on est pris en charge de A à Z, mais au bout de 15 jours ... Il ne faut pas que ça dure plus longtemps... On est trop assisté, il n'y avait plus cet aspect où on se sent acteur... A un moment donné, j'avais presque honte de moi ! (rire) »

Angelo : « Dans les All Includes, je ne pense pas que l'on soit dans le développement durable »

Raphaël : « On est obligé à la surconsommation parce que tout est inclus. On veut en avoir pour notre argent, donc vous dépassez vos limites en permanence parce qu'on veut profiter de ce qu'on nous offre, donc, c'est de la sur-consommation et il y a beaucoup de gâchis au niveau de la bouffe... »

Icham : « (...) Comme je vous l'ai dit, à un moment j'étais gêné, j'étais presque dans l'écoeurement. J'avais l'impression qu'on était gavé comme des oies, qu'on n'avait pas notre mot à dire, on n'était pas partie prenante, c'était une fumisterie, du bidon... Un immense complexe, la piscine au milieu, les bars, tout ajusté, la musique... Ils mettent tout pour être dans le move.. hou la la, au secours ! »

A l'impression de sur-consommation, s'ajoute dans la description de l'archétype du club un sentiment d'enfermement : enfermement entre touristes, enfermement dans des zones dédiées au tourisme de masse, à l'écart de la réalité locale et de ses habitants. Les sorties hors de

l'univers du club paraissent presque anachroniques, et peuvent à l'extrême virer au cauchemar. Les contacts avec les populations sont décrits comme limités, mais surtout « faussés ». Réduits à des échanges marchands, ils virent vite à la confrontation. Or cette confrontation est mal vécue dès lors que le touriste rêve d'établir « de vraies relations avec les populations locales »⁷³. Séjournant dans un club, le touriste n'est plus qu'un touriste occidental parmi d'autres, sensé disposer de moyens financiers, sans que soient reconnus sa spécificité, sa capacité et son désir d'échanger. On ne peut que souligner la charge affective des mots choisis pour restituer une telle expérience touristique : choqué, parqué, surveillé, hallucinant, assailli, malaise, triste, pénible, compliqué, mal à l'aise ...

Pierre : « Moi par exemple, j'ai été une fois choqué. Je suis allé il y a deux ans en Tunisie à Djerba, j'avais l'impression d'être parqué comme touriste ... D'abord, c'est une île où il n'y a pas grand chose, c'est tout petit, les clubs sont tous parqués au même endroit, c'est hallucinant. Bon, on a quand même eu le droit de visiter quelques localités, mais très peu, mais on a vraiment l'impression d'être parqué. (...) J'avais l'impression d'être dans des camps, surveillé, c'est hallucinant »

Amélie : « Je suis allée au club en Tunisie. Quand on sortait du club, je me suis sentie assaillie par les locaux, les gens touchant nos enfants tout petits, donc souvent comme ils sont très blonds, les gens les touchaient, ils nous demandaient des sous tous les dix mètres. Quand on allait à la plage, des enfants aidaient nos enfants à faire leur château de sable et ils leur demandaient de l'argent ! J'étais oppressée à la fin... et l'idée justement d'être parqué, pour justement ne pas être importuné... Il y a un petit malaise aussi. Des fois, les gamins ne voulaient plus sortir parce qu'on était harcelé, on n'était pas bien, (...) Moi ... c'était triste à la limite »

Paul : « Parce que du coup les échanges sont faussés, il y a des gens qui n'ont pas beaucoup d'argent, qui sont malheureux, ils vous voient arriver, ils voient que vous avez de l'argent... »

Romain : « Ce phénomène là, je l'ai vu dans des pays extrêmement variés, dans des zones très touristiques. C'est vrai parce que dans un petit village il n'y aura pas ça. Les autochtones ils savent qu'il y a du fric à prendre, c'est un boulot comme un autre, c'est vrai, c'est pénible (...) »

Marthe : " C'est assez compliqué ! Essayer d'expliquer que l'on est là en vacances, qu'on n'est pas si riche que ça »

Amélie : « On a fait une excursion, on avait des gens hyper organisés avec des parfums, des stylos et qui distribuaient aux petits enfants.... oui, des habitués de clubs, mais ça me ... J'étais mal à l'aise »

Une dimension économique émerge enfin dans la construction de l'archétype du tourisme non-durable. Le modèle économique des grandes structures touristiques associées au tourisme de masse est critiqué parce que ne participant pas, ou de façon jugée trop limitée, au développement des pays où elles sont implantées : des capitaux étrangers tireraient des bénéfices importants de l'activité touristique contre un investissement préalable décrit comme sous-estimé et des embauches en nombre trop réduit pour avoir un impact significatif sur le niveau de vie de la population locale.

73 Cf. Urbain J.-D., 2008, *Le Voyage était presque parfait*, op. cit.

Raphaël : « Et on ne fait pas vivre les commerces locaux »

Marie : « Il y a quand même les employés du pays qui y travaillent »

Icham : « Les capitaux étaient hollandais, donc ok on faisait travailler les gens localement, mais le gros du gâteau, c'était quand même eux qui... (...). Je veux dire le tourisme en soit, il est bien, mais la plus-value n'est pas bien répartie dans le tourisme de masse. Si c'était vraiment bien réparti, le niveau des richesses serait mieux réparti alors qu'aujourd'hui, ils n'ont que les miettes et que eux, ils gardent le plus gros »

Raphaël : « C'est vrai les grands groupes, ils ont acheté des terrains en masse pour pratiquement rien et on construit des complexes, des hôtels. C'est vrai, ils font travailler des gens locaux. Certes ils sont mieux payés que le commun qui travaille dans le pays, mais ça reste une misère par rapport à un salaire décent. Ils sont un peu mieux payés que d'autres gens mais... si effectivement, c'est pour ça du reste qu'ils ne partent pas, et ils le disent, ils sont contents, entre les pourboires et leur salaire, ils sont super contents, ils y tiennent. De ce côté là il n'y a pas de souci, mais ce n'est pas non plus des salaires mirobolants... Par rapport aux salaires du pays, c'est sans doute mieux, mais quand on regarde la population totale du pays et le pourcentage de gens que ce type de structure emploie, ça reste un salaire dérisoire tout de même... »

Dans leur dénonciation des formules club tout compris, les touristes interrogés mettent en avant trois éléments principaux : la sur-consommation et le gâchis, l'enfermement et les échanges biaisés avec les populations, le faible impact sur l'économie locale. *A contrario*, leurs représentations du tourisme durable vont privilégier la modération de la consommation, les relations avec les populations locales et le développement économique des pays de destination. Les touristes n'identifient pas d'emblée les dimensions qu'ils associent au tourisme durable et qui pourraient être déclinées dans une liste d'attributs articulés. C'est l'observateur extérieur qui reconstruit une cohérence entre des éléments au départ disparates et sans rapport apparent. Au fil de l'analyse, trois grandes dimensions peuvent être identifiées : environnementale, socioculturelle et économique. Ces trois dimensions n'apparaissent pas au même moment dans les entretiens collectifs, n'ont pas la même importance respective dans les deux groupes. Contrairement à nos hypothèses initiales, la notion de tourisme durable ne se réduit aucunement pour les touristes à la seule dimension environnementale. Les dimensions sociales et économiques sont d'emblée posées par les touristes, en référence à leurs attentes vis-à-vis des séjours à l'étranger et à leurs expériences touristiques précédentes.

2. RENONCER A PARTIR ?

L'adoption de pratiques respectant la démarche du développement durable peut débuter dès la préparation du voyage. L'un des touristes interrogés utilise les bibliothèques municipales pour consulter des guides touristiques. La plupart délaissent en tout cas le plus souvent les agences de voyage classiques. Internet leur permet désormais de s'informer, mais également de réserver leurs billets de transport, leurs hébergements, si ce n'est leurs séjours dans leur totalité. L'un des groupes juge cette pratique positive dans l'optique du développement durable, car économe en papier. *A contrario*, la distribution de catalogues papier par les agences de voyage est présentée comme un gâchis, préjudiciable à la protection de l'environnement, sans que soit d'ailleurs évoqué le coût énergétique associé aux heures de consultation en ligne nécessaire à l'organisation de leurs voyages.

Romain : « Cela m'intrigue au départ. Je n'ai pas compris cette histoire de billet électronique. Je croyais qu'il y avait une idée d'économie. Mais de toute façon, on doit imprimer et, une fois sur place à l'aéroport, ils doivent le réimprimer, donc on double, au lieu d'avoir un seul billet imprimé... »

Philippe : « Les plaquettes commerciales, en général, on en a une tonne. On n'en prend qu'une pour un voyage, mais on va avoir 400 présentations parce que si on prend quatre ou cinq catalogues, il y a une centaine de présentations à chaque fois... Pour que ça se retrouve dans la poubelle, alors qu'ils ont des sous pour développer Internet, ils ont des sites... Il y a du travail à faire là-dessus... »

Marthe : « Mais il y a des gens qui n'achèteront jamais sur Internet, qui iront à l'agence. On revient sur la question de l'éducation »

Philippe : « Oui, mais à mon avis, il pourrait y avoir une autre présentation, et éventuellement imprimer une page, mais pas un catalogue. On habitue les gens... »

Dans une optique de développement durable, le principe même du tourisme à l'étranger et, en particulier, des séjours de courte durée pour des destinations lointaines, peut être considéré comme une hérésie compte tenu du coût environnemental lié au déplacement aérien. Philippe, de retour d'une semaine de vacances en Turquie au moment de l'entretien collectif, identifie bien cette contradiction fondamentale : dès l'introduction de la thématique du tourisme durable, il propose comme solution idéale de « rester chez soi », sans que son idée soit reprise par les autres participants.

La question du coût environnemental du déplacement entre la France et le pays de destination a été évoquée au cours des deux entretiens collectifs. Mais elle n'est apparue que tardivement dans l'un des groupes et a suscité débat dans les deux groupes. Plusieurs participants s'interrogent sur le coût environnemental comparé des différents modes de transport, avion, voiture, train, bus. D'autres sont plus affirmatifs, soit pour considérer l'avion plus coûteux que les autres modes, soit, au contraire, pour le déclarer plus écologique que la voiture individuelle ou même le bus collectif. En tout état de cause, la question mobilise l'attention des participants, sans que les groupes n'arrivent à la trancher par eux-mêmes de façon définitive.

Marie : « Il y a une petite contradiction. Si on parle de tourisme durable, on parle tout de suite d'économie d'énergie, de production locale, mais pour partir à l'étranger, on prend l'avion et le bilan carbone, là, il explose. Soit il ne faut pas partir trop loin, soit ... Je ne sais pas... »

Icham : « Il faut attendre l'avion à énergie solaire... »

Luc : « On n'est pas parti ! Tout le monde parle de pollution en avion, mais tout le monde prend l'avion... On n'a pas le choix. L'Etat nous dit de faire attention, mais les politiques font leurs déplacements en avion... »

Nadim : « Prendre l'avion ou la voiture... L'été ici en France, on prend la voiture, tout le monde prend la voiture, c'est insignifiant l'avion en terme de pollution »

Luc : « Ah non »

Marie : « C'est énorme l'avion »

Nadim : « Quand on voit toutes ces voitures... »

Raphaël : « Combien il faut de voitures pour un avion ? C'est kif kif. A mon avis, ça ne change pas grand chose en terme de pollution, l'avion doit polluer autant que la voiture »

Sophie : « Je ne sais pas... aucune idée »

Marie : « L'avion, je suis sûre que l'avion pollue plus que la voiture »

Angelo : « Par rapport aux autres moyens de transport, à mon avis l'avion pollue beaucoup moins par rapport au bus... »

Raphaël : « Il faudrait des tableaux comparatifs »

Une part des participants s'interrogent de bonne foi sur le coût environnemental des déplacements aériens, comparés aux autres modes de déplacement. De façon paradoxale, les touristes ont néanmoins la conviction qu'il est préférable pour leurs déplacements en France ou même en Europe, d'opter pour un voyage en train. Ils annoncent d'ailleurs privilégier le train pour leurs déplacements touristiques en France. Mais la concurrence de l'avion semble jouer au détriment du train dès les frontières nationales franchies : les offres low-cost sont jugées beaucoup plus avantageuses, surtout pour les déplacements en famille durant les périodes scolaires. Une touriste souligne qu'elle économise les deux tiers de son budget transport en allant en bus en Serbie, mais d'autres participants associent ce mode de déplacement avec un temps de transport et une fatigue inadaptés à leurs modes de vie, si ce n'est à leur environnement culturel.

Sophie : « Je voyage beaucoup en bus. Par exemple la Serbie en bus, on y est allé plusieurs fois. On met 24 heures dans le meilleur des cas. Quand on part en bus, c'est qu'on part plus longtemps qu'une semaine. Déjà, c'est beaucoup moins cher, 3 fois moins cher. Ça me coûte le même prix de Paris à Laval en train que d'aller en Serbie à plus de 2000 km, en bus l'aller retour c'est 90/100 € »

Raphaël : « Mais ça fait 48 heures ! Ça fait très, très peur. C'est plus dans l'éducation des pays de l'Est. Je connais des gens de Pologne, ils prennent le car pour revenir de Pologne »

Luc : « Ils sont peut-être plus élevés à la dure que nous »

Sophie : « En hiver, là-bas, ils ne chauffent que la pièce principale, ils sont restés avec des valeurs comme quand j'étais petite »

Angelo : « Pour mon travail, je passe souvent devant Eurolines, et les bus de l'Est, c'est sûr, voilà quoi, des fois quand je vois... les gens sont fatigués ».

De fait, l'utilisation d'un autre mode de déplacement que l'avion est le plus souvent jugé irréaliste pour les départs dans les pays lointains. Les touristes évoquent le train, le bateau, mais également la marche à pied, le chameau ou même la brouette pour souligner le caractère chimérique d'une telle proposition. Partir en train, en bateau à l'autre bout du monde imposerait

des temps de déplacements très longs, très fatigants. Luc imagine mal une telle solution pour se rendre en Australie : « ce n'est plus un voyage, c'est un calvaire ». Surtout, de tels modes de déplacements seraient incompatibles avec la durée de leurs congés annuels. C'est ce que souligne Jean : « *On parle de l'avion, on parle du coût, du développement durable et de la culpabilité, mais quand on va loin, on va loin. On ne peut pas aller au Mexique en train et en bateau, ça te prend dix ou onze jours : le temps de tes vacances* ».

Il ne semble donc y avoir d'autre solution que de revenir à la première proposition : renoncer au voyage. Mais ce renoncement est pour nos voyageurs impossible tant il contredit « le droit au voyage » qu'ils revendiquent. Ce droit n'est pas posé qu'en termes individualistes. Il inclut également une dimension holiste : le voyage intègre ouverture sur le monde, sur les autres peuples et les autres cultures. Nos touristes attendent du voyage à l'étranger un dépaysement que des déplacements touristiques en France, associés dans leurs représentations d'abord à la famille et aux amis, ne semblent pouvoir garantir. Version négative, le dépaysement renvoie au déracinement, à l'exil. Mais dans sa version positive, il signifie changement agréable de décor, de milieu, d'habitudes. Un tel changement ne semble pouvoir s'opérer qu'au prix d'un certain éloignement géographique qui permet de marquer dans l'espace la coupure, la rupture avec les réalités quotidiennes, garantissant le ressourcement et le réel repos, même si le voyage peut entraîner une certaine fatigue physique, notamment lors de séjours itinérants.

Nadir : « Ce n'est pas le repos, ce n'est pas le même repos qu'ici, dans la mesure où il y a une distance... et cette distance te permet, je parle de mon expérience, de visualiser ta vie autrement. Il y a comme une idée qui fait que tu te réappropries les choses autrement que quand tu es ici. Quelqu'un disait que quand on part en vacances, on laisse ses casseroles chez soi... C'est le dépaysement pour porter un regard neuf sur notre vie »

Marie : « On peut le ressentir aussi en France en se déconnectant, en allant par exemple dans une région que l'on ne connaît pas, on peut se sentir bien, déconnecté, loin »

Nadir : « J'étais à Nice, j'avais encore des casseroles. Ce n'est pas pareil »

Dans leurs représentations du dépaysement, les touristes valorisent l'éloignement à la fois géographique et culturel. Le séjour en club est dévalorisé parce que proposant un hébergement, une alimentation et des activités de loisir trop proche de leurs réalités quotidiennes. Il en est de même pour les destinations européennes et de la France d'Outre-mer en raison d'une monnaie et/ou d'une langue utilisées au quotidien.

Jean : « Je ne pars pas en France. Je ne préfère pas parce que j'aime vraiment la coupure, et quand je suis dans un pays étranger, je déteste entendre parler français parce que les gens viennent et disent « ah vous parlez français ». Moi j'aime être ailleurs. Si je vais en France, c'est pour voir des amis, de

la famille. Une fois je suis allé en Guadeloupe avec ma copine, et j'ai découvert les Caraïbes. Même les panneaux, la publicité... C'est une France un peu curieuse, très exotique, mais ça ne m'a pas tant dépaycé que ça, donc, je préfère partir moins souvent »

Romain : « C'est vraiment deux packages différents. La France, c'est vraiment pour voir la famille ou faire du tourisme... Copenhague, Bruges, Innsbruck, c'est pour les amis ou alors c'est des voyages vraiment pour le dépaysement, le farniente, la plage... »

Jean : « .Je suis allé sur la Côte d'azur, mais ça ne fait pas rêver »

Marthe : « Il y a des coins jolis quand même en Corse. Mais l'étranger, c'est le dépaysement »

Jean : « La déconnexion par rapport au coté francophone »

Philippe : « Il y a le visuel, la langue et il y a aussi la monnaie, ça caractérise un pays, maintenant malheureusement en Europe, il y a l'euro »

Le voyage en avion participe lui-même à l'impression de dépaysement. Paul associe ainsi étroitement l'idée de vacances à l'avion. A l'entendre, il n'y aurait somme toute pas de voyage sans avion.

« Quand je pars en France c'est repos, culturel, mais il n'y a pas la sensation de vacances, de découvrir autre chose, de prendre l'avion. Pour moi, il y a cette notion de voyage qui change tout. On part dans un endroit complètement différent même si on arrive dans un club qui n'est pas du tout dépayçant... C'est le fait de prendre l'avion, d'atterrir, déjà on n'entend pas la langue, c'est une petite magie, même si c'est culturellement très bien en France... Je me dis, ça y est, j'y suis, je suis dans l'avion : je suis parti... »

Pour résoudre la contradiction entre leurs aspirations au voyage et le coût environnemental de l'avion, les touristes se tournent en premier lieu vers la recherche aéronautique. Ainsi, Luc suggère que « les avionneurs travaillent sur des avions moins polluants » tandis que d'autres évoquent les avions solaires ou encore les vols directs au détriment des vols avec escale. Sont également proposées des initiatives qui imposeraient un changement de leurs pratiques d'usagers des compagnies aériennes. Ces initiatives, sans remettre en cause leur « droit au voyage », permettraient de diminuer, ne serait-ce qu'à la marge, la dépense énergétique liée à leur déplacement. Il en est ainsi de la proposition visant à réduire le poids des bagages à moins de dix kilos. Dans le même ordre idée, Romain propose de généraliser les pratiques des compagnies aériennes japonaises qui préconisent à leurs passagers un passage aux toilettes avant le départ pour alléger leur poids durant le trajet. D'autres tentent déjà de se déculpabiliser par le paiement volontaire d'une éco-tax, sans avoir toutefois d'illusion sur la portée de leur acte.

Amélie : « Quand je prends un billet d'avion, je coche pour donner un peu de sous, par exemple pour des éoliennes. C'est une taxe, 5 € pour je ne sais pas quoi... pour me donner bonne conscience. Je coche "oui" et je donne 5 € de plus pour les éoliennes... Je coche oui à chaque fois... Quand je prends l'avion, je suis très optimiste, j'espère qu'ils vont trouver des solutions pour protéger notre planète quoi! Moi, je recycle mes bouteilles, je n'achète plus de bouteille d'eau, j'ai une carafe filtrante pour le goût de l'eau à Paris, j'essaie de ne mettre le lave-vaisselle en route que quand il est plein. C'est une petite goutte d'eau, mais je me dis si tout le monde fait comme moi... »

Mais, pour l'heure, tout semble pousser nos touristes à poursuivre leurs voyages lointains : leur désir de partir, d'être vraiment dépaysé, mais également une offre commerciale attractive. Les séjours touristiques en Europe sont jugés prohibitifs comparés aux autres destinations : les offres low-cost sont compétitives, et même en dehors des offres « all inclusive », le coût de l'avion paraît compensé par la modicité des coûts de séjour sur place dans les pays du Sud.

Nadim : « La vie au Cambodge, c'est la première fois que je vois ça, on vit pour rien... C'est très intéressant si vous voulez partir au Cambodge : les gens sont très accueillants, il y a beaucoup de choses à voir, beaucoup de serpents notamment... C'est vraiment le top, une 125 centimètres cubes pour 2 dollars la journée. Vous partez avec un paquet de dollars, vous revenez avec la moitié »

Pierre : « Dans certains clubs, c'était moins cher de partir à l'étranger que de passer ses vacances en France et en pension complète »

Amélie : « A New York cette année, nous quatre, une semaine nous a coûté moins cher qu'une semaine aux sports d'hiver »

Romain : « En France, dans le Sud de l'Italie, en Sicile ou 15 jours en Thaïlande, le prix était équivalent. Quinze jours en Italie ou en Thaïlande, c'était pareil (...)

Anna : « L'Andalousie au mois de mai, ça revenait au même prix que 14 jours en Thaïlande tout compris. On a fait l'Andalousie, mais pour des soucis de famille »

Nos touristes pourraient à l'avenir privilégier les déplacements en train pour les destinations européennes, mais, en dépit d'une certaine culpabilité, ils ne renonceront pas d'eux-mêmes à leurs voyages en avion pour des destinations lointaines.

Romain : "Voilà c'est ça, j'aime aller loin, je suis un peu gêné, mais ce n'est pas en culpabilisant la nuit que ça va aller mieux. Le truc incompressible, c'est quand même le trajet, c'est quand même l'avion, mais je n'ai pas le choix. Il me semble que rapporté à la quantité de CO2 ou je ne sais pas quoi, rapporté au passager, elle est inférieure à quelqu'un qui prend la voiture tout seul (...). J'ai besoin de me sentir dépaysé, je ne me vois pas à court terme renoncer à prendre l'avion en raison d'une culpabilité liée à une conscience de la pollution. Ce n'est pas glorieux, c'est un peu égoïste mais on ne va pas se priver... Maintenant, si on part dans les pays limitrophes, d'accord, le réseau ferré se développe de plus en plus, on peut aller à Strasbourg en 2h, après on peut aller en Allemagne, à Genève..."

Le renoncement aux voyages lointains ne serait possible que sous la contrainte d'une élévation importante des coûts du transport aérien. Cette possibilité dans un avenir proche a d'ailleurs été évoquée dans les groupes. En l'occurrence, plusieurs touristes considèrent que la génération de leurs enfants sera pour sa part obligée de renoncer à de tels voyages.

Raphaël : « Pour limiter les voyages, il faut augmenter le coup du transport... C'est un leurre de baisser les prix des transports pour démocratiser le tourisme. Pourquoi c'est un leurre ? On sait que le pétrole dans les 50 ans... C'est en déclin, donc on va voir la flambée des prix sur le transport aérien dans 5, 10, 15 ans. Ce n'est pas loin. On va voir tout de suite le problème des voyages réglé »

3. SEJOURNER A L'ETRANGER

3.1 L'utilisation des transports collectifs locaux ou les tribulations des touristes dans des pays peu enclins à la protection de l'environnement

La question des transports sur place s'ajoute à celle du déplacement depuis la France. Les touristes suggèrent d'avoir recours aux modes de déplacements collectifs au détriment de la voiture individuelle. Comme l'explique Philippe, « déjà se déplacer le plus écologiquement possible sur place : utiliser les transports en commun ». Outre son atout environnemental, l'utilisation des transports collectifs est valorisée parce qu'elle permet une meilleure connaissance des réalités locales et des échanges avec les populations, deux éléments associés par les touristes à une démarche de tourisme durable : « on se mélange à la population. C'est enrichissant, on fait des connaissances ».

Le recours à Internet permet d'organiser depuis la France ses déplacements sur place en connaissant les possibilités locales. Toutefois, les horaires souvent tardifs des offres low-cost peuvent forcer à un recours aux taxis individuels.

Jean : « Quand je voyage en indépendant, c'est vrai, je peux arriver à 2 heures du matin et il n'y a pas tous les transports et c'est des fois le choix est plus que restreint. Quand c'est organisé, il y a un bus qui attend. Cela m'est arrivé d'arriver à Las Vegas à 2 heures du matin sans chambre d'hôtel. Ce n'est pas une bonne idée, et il n'y avait plus que la limousine de huit mètres. Pour le développement durable, ce n'était pas ça, mais pas du tout »

Surtout, les transports collectifs locaux sont décrits comme très polluants dans certaines destinations touristiques. Ce constat touche aussi bien la Turquie puisqu'à « Istanbul, il y a des bus qui polluent 1000 fois plus que nos bus, les dolmouches », que la Thaïlande.

Romain : « En Thaïlande, c'est les tuc, tuc, c'est super polluant »

Marthe : « Il ne faut pas les prendre alors »

Philippe : « Pourquoi ils ne développent pas des véhicules électriques ? »

Jean : « Déjà, il n'y en a pas ici, alors là-bas »

Pierre : « Beaucoup de pays ne sont pas du tout sensibilisés »

Pour les touristes interrogés, la préoccupation environnementale est avant tout le fait des pays occidentaux, exception faite des Etats-Unis. Les pays pauvres favoriseraient d'autres priorités et/ou n'auraient pas la possibilité de s'offrir « le luxe du développement durable ». Le désintérêt pour la protection de l'environnement toucherait autant les responsables politiques que les habitants eux-mêmes. Nadim en croit sa propre expérience.

Par exemple, un pays, s'il fait froid. Je vais demander au village du chauffage. Ils vont couper les arbres... pour faire du feu. Ils s'en fichent... Pff, c'est des histoires de pays riches... »

Le touriste à l'étranger est confronté à des pratiques spécifiques en matière de protection de l'environnement. Un voyage dans les pays nordiques ou en Allemagne peut lui faire apparaître la France et ses habitants en retard dans l'adoption de pratiques favorables à la protection de l'environnement et le convaincre de la nécessité d'adopter une politique publique volontariste, basée sur la coercition, seule à ses yeux désormais capable d'engendrer une modification conséquente des comportements grâce à un contrôle social. Mais un voyage dans les pays du Sud désoriente encore davantage le touriste. La faible attention portée à la protection de l'environnement peut le choquer. Outre le caractère polluant des transports collectifs locaux, il dénonce le nombre de sacs en plastique qui défigurent les paysages, ou même les alentours des hôtels de luxe.

Icham : « En Algérie, en bas d'un hôtel 5 étoiles, il y avait une porcherie de sacs poubelles, des cochonneries par terre... tout le train-train. Il y a un décalage énorme entre le luxe des hôtels et le mode de vie »

Luc : « Si on va dans un 5 étoiles, ce n'est pas pour trouver des sacs poubelles ! Le ne comprends pas que les gens qui dirigent un hôtel ne fassent pas attention ! »

Surtout, les propres comportements du touriste en faveur de la protection de l'environnement peuvent se révéler totalement inadaptés et vains. Laura raconte ainsi comment, au cours d'un déplacement ferroviaire en Inde, elle a mis du temps à comprendre et à accepter les ordres du contrôleur lui suggérant de jeter par la fenêtre le sac en plastique où, en bons occidentaux, ses compagnons et elle-même avaient soigneusement stocké les restes de leur pique-nique.

« On a voyagé par le train, on avait notre boîte comme ça avec notre nourriture... A la fin, on s'est dit, on ne va pas laisser notre nourriture comme ça, il risque d'avoir des bêtes, donc on sort et on se dit qu'on va bien trouver une poubelle pour mettre notre petite boîte et en fait, il y a un monsieur qui surveille chaque compartiment qui nous dit de la balancer par la porte. Pour nous, ce n'était pas possible de le jeter comme ça... mais il n'y avait pas d'autre solution... alors on a tout balancé par la porte... la porte du train, dehors »

Pareillement, Paul, à propos d'un hôtel espagnol invitant ses clients à trier leurs déchets, se rappelle avoir observé avec consternation que les différentes poubelles étaient dans un second temps mélangées dans une unique benne, faute d'infrastructure urbaine adaptée.

Paul : « En Espagne dans un hôtel, il y avait le tri, comme en France, des poubelles vertes... Mais après, on a vu le camion benne qui venait chercher les poubelles. Ils les mettaient toutes dedans, donc en fait, derrière, il ne devait pas y avoir l'infrastructure... C'est donner l'illusion qu'on fait bien les choses... Mais s'il n'y a pas l'infrastructure, avec toute la bonne volonté du monde, on ne peut rien faire... Il vaut mieux ne rien faire »

L'expérience de l'étranger permet ainsi de tester notre intériorisation de normes environnementales minimales, même si nos pratiques quotidiennes ne sont pas toujours en adéquation avec ces normes. En tout état de cause, le touriste peut, malgré toutes ses bonnes intentions, ne pas être en mesure d'adopter à l'étranger des modes de déplacement respectant les principes environnementaux. Dans certaines destinations touristiques, sa propension à privilégier les transports collectifs satisfera les exigences socioculturelles qu'il assigne au tourisme durable, mais non ses exigences environnementales.

3.2 Hôtel écologique et hébergement chez l'habitant

En matière d'hébergement, une première réflexion porte sur les mesures susceptibles de réduire les consommations à caractère environnemental dans les structures hôtelières classiques. Plusieurs touristes se montrent critiques à l'égard de certaines pratiques hôtelières, pour peu qu'ils tentent eux-mêmes d'adopter des comportements favorables à l'environnement dans leur vie quotidienne. Amélie qui s'oblige à Paris à limiter sa consommation d'électricité et d'eau, se déclare scandalisée par l'usage de vaisselle jetable et les déchets qui y sont inhérents.

Amélie : « Ce qui m'a super choqué une fois aux Etats-Unis, c'est que tout était jetable. A l'hôtel, on avait le petit déjeuner, mais on n'avait pas de bols. Tout était jetable, en polystyrène... Les poubelles étaient énormes... Partout on jette tout, tout le temps, tout est emballé dans des tonnes de papier... »

Dans la seconde réunion de groupe, les prestations de linge et de papeterie feront l'objet de remarques négatives, car souvent inutilisées.

Angelo : « Dans les gros hôtels, il y a toutes les prestations. Par exemple, c'est peut-être un détail, mais on nous offre des pantoufles pour les mettre à la poubelle un peu plus tard. C'est un exemple, c'est juste une prestation, mais... »

Luc : « Les peignoirs aussi. Moi, je ne m'en sers jamais »

Angelo : « Les stylos, le papier, les blocs-notes... »

Une première proposition, émise assez rapidement dans les deux groupes, suggère la généralisation des pratiques de tri des serviettes de toilette déjà mises en place dans de nombreux hôtels. Une telle pratique est clairement identifiée comme contribuant à la protection de l'environnement. Elle suscite d'autant plus l'intérêt qu'elle repose sur le volontariat des touristes et s'accompagne de supports pédagogiques expliquant l'opportunité d'une telle pratique.

Angelo : « C'était au Portugal à Porto, c'était dans un 5 étoiles. On nous proposait de mettre au sale uniquement les serviettes que l'on désirait. Ce n'était pas systématique : les serviettes déposées dans la baignoire étaient changées, celles laissées au porte-serviettes n'étaient pas changées. Ça contribue au développement durable, ça évite une consommation d'eau, de lessive... et de polluer la planète »

D'autres propositions visent la réduction des consommations à caractère environnemental, tout autant de l'eau que de l'énergie. L'exclusion des golfs, la réduction de la superficie des piscines ou encore le recyclage de leurs eaux sont ainsi suggérés pour les destinations touristiques souffrant d'un déficit chronique d'eau. La climatisation est pointée comme à proscrire en raison de son caractère énergivore. Le recours aux énergies renouvelables et, en particulier à l'énergie solaire, apparaît particulièrement pertinent pour les destinations touristiques des pays du Sud. Mais la nécessité de réfléchir à une nouvelle conception architecturale des bâtiments et au recours à des matériaux plus écologiques est également évoquée. Plusieurs participants notent que ces différentes mesures nécessitent un accompagnement pédagogique des touristes : l'offre écologique doit être expliquée pour éviter toute déconvenue et susciter l'adhésion.

Jean : « Les ressources qui sont rares, sans pour autant ne pas être forcément non renouvelables... On parlait d'eau. Dans un pays notoirement désertique, c'est une hérésie qu'il y ait des grands bassins, des piscines. Donc une offre touristique durable : dans notre hôtel, il y a juste un petit bassin. Dans l'hôtel d'à côté, il y a un grand bassin et on ne sait pas comment ils trouvent l'eau... Et bien, dans notre hôtel, non il n'y a pas une piscine de 43 mètres »

Philippe : « En tout cas, ce serait mieux d'avoir des piscines qui recyclent l'eau »

Jean : « L'exemple de la climatisation aussi, ça consomme de l'électricité et de l'eau, alors ça existe chez nous. On peut imaginer que dans certains pays d'Afrique ou en Asie, dans nos chambres, au-dessus des lits, il y a des moustiquaires. Il faut quand même prendre l'air parce qu'il n'y pas la clim et vous avez des hélices »

Romain : « J'ai vu des constructions de bungalows plus hauts de plafond. Il y avait un mouvement d'air qui se faisait parce que le plafond était plus haut et il y avait un trou. Ils disaient qu'ils n'avaient pas besoin de clim »

Jean : « Il y a peut-être du travail au niveau des matériaux aussi. On peut nous proposer des hôtels avec des matériaux durables, le toit en paille. On nous dit que vous partez dans un pays où l'hôtel est 100% écolo... Vos serviettes sont... en bambou ! »

Toutefois, l'hébergement privilégié dans la perspective du tourisme durable ne respecte pas uniquement des critères environnementaux. Pour les touristes interrogés, l'hébergement touristique durable doit également répondre à certains canons sociaux et économiques. Ainsi, « un grand hôtel », même écologique, pourrait à la limite être exclu du champ du tourisme durable. Outre la limitation de sa consommation énergétique, d'autres problèmes doivent en effet être résolus, à savoir les questions liées au mode de consommation touristique proposé, aux contacts avec les populations locales et, surtout, à l'impact économique sur le pays.

Sophie : « Alors ne pas choisir un super hôtel »

Marie : « Par exemple découvrir les produits locaux..., parce que si on va dans un grand hôtel, ça va être des produits très classiques »

Luc : « Les hôtels 5 étoiles, on peut les mettre de côté parce que c'est luxueux et ça profite à des grands groupes ... »

Sophie : « Les grands hôtels n'ont rien à voir avec le pays... et au niveau nourriture, c'est un gâchis aussi »

Sans que ce lien soit forcément explicité, le « grand » et le « luxueux » sont associés au non-durable, a contrario du petit et de l'économique. Les petits hôtels locaux ou les pensions de famille sont évoqués parce que permettant de « s'intégrer dans le pays », de « faire travailler une famille » ou encore de d'éviter les gâchis de nourriture. De façon plus radicale, les touristes en viennent à s'interroger sur la pertinence de l'offre hôtelière et à privilégier d'autres formules d'hébergement qui leur semblent plus en adéquation avec la problématique du tourisme durable.

Les auberges de jeunesse sont ainsi appréciées en raison d'un usage collectif qui réduit la consommation à caractère environnemental.

CREDOC : « Une auberge de jeunesse, ce serait plus du tourisme durable ? »

Nadim : « Ah oui, largement »

Sophie : « Parce que c'est un endroit où on met en commun »

Luc : « C'est des dortoirs »

Sophie : « Oui, oui, il y a plus de partage »

Marie : « Il n'y a pas trop de matière à gaspiller par rapport à un hôtel luxe. Voilà, c'est par rapport à l'idée de luxueux »

Nadim : « Il y a moins de gâchis »

Luc : « On vient même avec sa serviette »

Dans un registre sensiblement différent, Marie propose la piste des échanges de logements : prêter son appartement parisien à un étranger en vacances, dont on occupe soi-même simultanément l'appartement ou la maison à l'étranger.

Marie : « Dans le tourisme durable, je vois aussi les échanges de maison... d'habitation avec des gens à l'étranger »

CREDOC : « En tourisme durable ? »

Marie : « D'abord, c'est économique pour les deux familles... »

CREDOC : « Pas cher, c'est durable ? »

Marie : « ... Oui, ça peut être un critère pour le durable »

Pourquoi l'association d'une telle formule au tourisme durable ? Parce qu'elle est économique, et même ne suscite pas d'échanges marchands. Une telle proposition s'inscrit ainsi dans la continuité d'une discussion antérieure où était évoqué le développement en France des échanges de services, « du troc », entre particuliers, sous l'effet de la crise et de la baisse du pouvoir d'achat.

Mais c'est surtout l'hébergement chez l'habitant qui retient l'attention. Cette formule est associée dans les représentations à de nombreux avantages. Son premier atout est d'être, comme l'échange de logements, économique, non luxueuse. Interrogée sur le caractère durable d'un hébergement chez l'habitant, Marthe répond d'emblée : « Oui, c'est économique ». Deuxième argument en faveur de l'hébergement chez l'habitant : *a contrario* du grand hôtel et du club, il permet une immersion dans la culture et les coutumes locales. L'hébergement chez l'habitant satisfait ainsi les exigences socioculturelles associées au tourisme durable, tout en répondant au désir des touristes de rencontrer l'étranger, de faire connaissance et d'échanger avec l'autre.

Marie : « Chez l'habitant au lieu d'aller dans un super hôtel »

Luc : « C'est tentant d'aller dans un super hôtel ! »

Marie : « Oui, mais on découvre moins la culture »

Sophie : « Aller à l'étranger, c'est rentrer dans un pays et voir comment les gens vivent, voir comment..., c'est voir autre chose. Si je vais là-bas, ce n'est pas pour voir les mêmes choses que je vois en France. C'est vraiment pour m'immerger dans leur culture, dans leurs coutumes, dans leur façon de manger, enfin tout quoi ! »

D'un point de vue environnemental maintenant, l'hébergement chez l'habitant limite la construction de nouvelles structures hôtelières avec leurs effets négatifs sur la préservation des paysages et des richesses naturelles.

Jean : « Ça évite de construire des hôtels, pour éviter de détruire la forêt »

Philippe : « On zappe le facture de déforestation, si l'hôtel doit être construit sur une zone forestière...

Le respect du littoral, la faune et la flore, aussi »

Surtout, l'hébergement chez l'habitant propose un autre modèle économique. Le paiement de la prestation d'hébergement ne bénéficie plus aux actionnaires, potentiellement étrangers, des sociétés hôtelières susceptibles d'employer de la main d'œuvre locale. Il revient directement à la population locale, *via* l'habitant, sans intermédiaire, dans le cadre de circuits courts que les touristes associent à l'idée de développement durable. L'échange garde un caractère marchand, mais son ampleur est réduite. A la limite, l'objet final de la transaction n'est pas vraiment le profit, du moins pas « le profit maximal ». Il s'agit presque d'un troc entre particuliers, comme le suggère Romain.

Jean : « En logeant chez l'habitant, on lui permet aussi d'entretenir son chez lui. Il a une ressource financière supplémentaire pour son logement et l'argent qui aurait été investi pour la fabrication de l'hôtel, peut-être qu'il sera investi dans autre chose si les capitaux sont locaux (...) »

Marthe : « On fait des économies et on apporte de l'argent à cette famille qui nous accueille »

Romain : « On en revient un peu au troc de légumes de tout à l'heure. En tout cas, l'argent ne revient pas à des grandes entreprises, aux actionnaires »

Pierre : « On met de côté le profit à tout prix. Quand je pense à durable, je n'aimerais pas qu'on pense profit. Dans le produit durable, on met un peu de côté s'enrichir à outrance... Avec le durable, il n'y aurait plus ces idées de profit à outrance »

Valorisé parce que respectant les exigences socioculturelles et économiques liées au tourisme durable, l'hébergement hors des grandes structures hôtelières suscite les réticences de certains. Favorable à des modes d'hébergement alternatifs qui pourraient contribuer à augmenter les revenus des populations locales, Luc raconte combien sa visite d'un petit hôtel indien fréquenté par la clientèle locale n'a pas satisfait ses exigences de confort. Son récit montre combien la question du confort n'est pas anodine, car elle renvoie aux questions de l'hygiène, mais aussi de l'intimité.

Luc : « Des fois, après un an de travail, on a envie qu'on nous prenne en charge. (...) On est quand même habitué à un certain bien-être. Par exemple, en Inde, on s'est retrouvé dans un hôtel, et avec des toilettes ! (...) Quand on m'a dit que je devais traverser une autre chambre pour aller aux toilettes, ... et je me suis dis, il n'y a pas de matelas. En fin de compte, c'était dormir sur du bois ! Et il y avait une moiteur dans la douche... Ce n'était pas propre quoi ! On est quand même habitué à son petit confort et je ne pense pas qu'on soit beaucoup de personnes à vouloir dormir sur des planches avec des cafards. Pour moi, le développement durable, c'est quand même aider ces gens-là. Mais est-ce qu'on est prêt à aller dans ce genre d'hôtel ? »

Icham évoque à propos de l'expérience d'un de ses amis logé chez l'habitant au Mexique, la possibilité de problèmes à la fois de confort et de sécurité.

Icham : « J'ai un ami qui va partir bientôt au Pérou et il a eu une idée économe, et en même temps très intéressante, il va chez l'habitant ça lui revient à 2 € par jour, déjà il fait vivre les personnes localement parlant et il est aussi, et aussi culturellement parlant, il est imprégné par la culture locale. Par contre, son degré d'exigence de confort est au ras des pâquerettes et, en même temps, il y a toute la dimension insécurité ! »

Pour sa part, Anna est soucieuse d'avoir des échanges avec les populations locales et a privilégié lors de son dernier séjour en Asie un voyageur offrant la possibilité de visites dans des villages reculés. Elle est toutefois inquiète à la perspective d'être logée chez un habitant dont elle ne comprendrait pas la langue.

Anna : "Moi, je préfère quand même un cadre un peu sécurisé. Je voudrais quand même avoir l'expérience de dormir chez l'habitant, de voir les habitudes de tous les jours..."

Philippe : « Un ami est allé en Amérique du Sud un mois, il arrive sur place et basta, il s'est débrouillé sur place. Ce n'est pas pour les familles, c'est sûr »

Anna : « Ce n'est pas que je suis réticente, mais une fois sur place, déjà je ne parle pas vietnamien ou cambodgien. S'il nous arrive un souci et qu'on ne peut pas communiquer... Ce n'est pas évident »

Le modèle de l'hébergement chez l'habitant suscite l'adhésion des touristes, mais leurs craintes en termes de confort et de sécurité renvoient certains à leurs propres contradictions, au profit au final de l'hôtel écologique qui, de prime, abord les satisfaisait pourtant dans une moindre mesure.

3.3 Privilégier les produits et les producteurs locaux

La question de la restauration est posée après celles des déplacements et de l'hébergement. La consommation de denrées alimentaires biologiques ou issues de l'agriculture raisonnée n'est à aucun moment évoquée au cours des entretiens collectifs, alors que les mêmes participants l'avaient préalablement mentionnée à propos du développement durable en France. La consommation de produits alimentaires importés est jugée contraire à une perspective de tourisme durable, *a contrario* de la consommation de denrées produites et transformées sur place. L'image négative associée aux produits importés est liée pour partie au coût énergétique induit par leur transport en avion, mais seulement pour partie. Elle renvoie également à la diffusion, dans le cadre de la mondialisation des échanges, d'un modèle de consommation international. Certes, ce modèle de consommation, uniforme quelle que soit la destination étrangère, répond aux attentes de nombre de touristes, pour lesquels il assurerait une fonction rassurante de repère. Mais il ne leur permet pas de connaître les cultures culinaires des pays qu'ils visitent. La critique porte en outre sur le faible impact d'un tel modèle de consommation sur l'économie locale. A l'inverse, la consommation de produits locaux est censée favoriser le développement de l'emploi dans l'agriculture et l'agroalimentaire, et assurer, selon un schéma que les touristes associent au commerce équitable, une juste rémunération des producteurs.

Romain : « Je pense aux hôtels et clubs qui proposent le petit déjeuner ou la demi-pension. Là, il y a quelque chose à faire. Il y a la tendance à présenter ce que les clients attendent et les clients pourraient avoir tendance à vouloir des produits qui ne sont pas locaux, par exemple des Cornflakes pour les Américains, les Français aussi peut-être. (...) Là il peut y avoir aussi une démarche dans le sens durable, parce que pour faire venir de la nourriture un peu formatée... »

Pierre : « N'utiliser que des produits locaux »

Romain : « Pas que, mais des produits locaux. En Thaïlande, au lieu de se faire un petit déjeuner continental, au bouiboui du coin, une salade de fruits... »

Philippe : « D'où vient l'idée du commerce équitable : mettre en place des structures qui développent la production de produits dont les hôtels... ont besoin. Il y a une ressource là »

Jean : « Et garantir des marges pour les producteurs locaux »

Philippe : « Je vais vous dire la même chose pour les boissons. Ne pas retrouver du Coca-Cola à perpète les oies... alors que dans chaque pays, ils ont leurs propres boissons. Nous, le problème quand on part à l'étranger, on recherche le schéma continental, c'est la nourriture lissée... »

Marthe : « On recherche des repères »

Philippe : « Oui, des repères. C'est lissé, c'est la nourriture à l'européenne »

Outre la consommation de denrées alimentaires produites sur place, la fréquentation de restaurants locaux est privilégié, car censés justement utiliser des produits locaux, au détriment des « grands complexes hôteliers ». Comme le propose Raphaël, « c'est aller dans les restos par exemple préconisés par le guide touristique parce que c'est un resto typique local fait avec les produits locaux ».

La préférence accordée au « local » et au « petit » concerne, outre les prestations de restauration, l'achat de souvenirs : « c'est les acheter là où ils sont faits par le petit producteur du coin » suggère à nouveau Raphaël. Là encore, les produits locaux sont valorisés parce qu'ils permettraient aux touristes de découvrir une nouvelle dimension du patrimoine culturel du pays étranger, à savoir ses savoir-faire techniques et artisanaux.

Anna : « Lors d'un séjour ou d'un circuit, il y a toujours une ou deux journées qui sont proposées pour aller dans des centres commerciaux complètement aseptisés. Il serait préférable de visiter un artisan ou une manufacture locale, de pouvoir si on le souhaite acheter et, en même temps, découvrir les techniques ou la particularité de la région, de tel ou tel produit »

De même, l'achat direct auprès d'artisans installés dans les villages, sans intermédiaire, est préconisé afin de permettre une juste rémunération de leur travail. L'un des participants propose de ne pas réaliser l'ensemble de ses achats auprès d'un seul artisan, mais de privilégier les transactions auprès de plusieurs artisans. Dans la perspective d'un tourisme durable, l'argent du tourisme ne serait ainsi pas « capté » par d'importants équipements commerciaux occidentalisés, mais, au contraire, diffusé par petites sommes auprès du nombre le plus important possible d'artisans ou de villageois.

Nadim : « Le développement durable pour moi, c'est essayer de faire travailler l'artisanat du pays, éventuellement les exportations du pays, promouvoir la culture et les traditions du pays pour qu'ils puissent subvenir tout à fait normalement à leurs besoins. (...) La meilleure aide, ce sont les touristes qui vont dans ces pays très pauvres, qui veulent justement découvrir la population, qui viennent avec de la monnaie faire tourner le commerce de tous ces pays en achetant directement des souvenirs, des

choses qui ont été fabriquées par les paysans, les villageois... C'est 1000 fois mieux que d'aller dans les magasins des grandes villes touristiques »

Des suggestions sont enfin émises à propos des animations. Les produits classiques proposés par les hôtels et clubs, et 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. La découverte des sites et des paysages au moyen de modes de déplacements doux permettrait à la fois de connaître le pays et de respecter l'environnement. L'hypothèse d'une participation à des projets humanitaires est également avancée. D'ores et déjà, lorsqu'il voyage dans des pays pauvres, Nadim apporte toujours avec lui des médicaments qu'il distribue aux habitants au grés de demandes et besoins qu'il côtoie, et cette pratique est associée au tourisme durable par les autres participants. Surtout, l'idée de valoriser le local réapparaît et se traduit par la proposition d'une prise en charge des touristes par les locaux. L'habitant devient pour le touriste étranger le guide rêvé pour entrevoir, de l'intérieur, la réalité et la richesse du pays. De surcroît, une telle organisation permettrait aux touristes de nouer des contacts avec ceux qu'ils supposent être les « vrais habitants ».

Philippe : « Les animations dans les hôtels, parce qu'à chaque fois qu'on y va, c'est pour avoir des animations, mais à l'occidental, avec un aspect international. C'est à dire qu'on parlait de la piscine, ça peut être le golf, alors qu'il y a d'autres pratiques sur place, j'en suis sûr à développer avec le respect de l'environnement. Cela peut être lié aux transports... ça peut être une balade en bateau avec des rames au lieu que ce soit un bateau à moteur »

Pierre : « Oui, c'est vrai mieux connaître l'endroit où on va et puis ça changerait de ce qu'on voit dans nos pays.(...) Que les gens locaux s'occupent des touristes pour faire connaître leurs habitudes, leur façon de vivre, parce qu'on a souvent affaire à des gens du club qui n'habitent pas forcément là. Cela serait bien qu'il y ait des gens qui nous fassent visiter des coins dans la région, qu'il y ait plus de rapports. C'est vrai que je n'ai pas eu tellement de contact avec les Croates quand j'étais en Croatie »

Amélie : « En France, c'était semi-organisé. On faisait de la randonnée avec un âne et les enfants, tous les soirs on dormait chez l'habitant. Ils appelaient ça du tourisme vert. On découvrait la région avec des personnes qui aiment vraiment leur région... Tant pis on n'accroche pas toujours avec eux, mais on voit des gens différents qui nous font partager leur région. C'était assez intéressant »

Marthe : « Leur richesse... »

Anna : « (...) Ou dans certains circuits, à travers une excursion, on pourrait, à travers une aide humanitaire, on pourrait faire un tour ou participer à un projet humanitaire, avec les ONG »

Marthe : « Une école au Pérou ou mettre de l'eau à Fez au Maroc »

Dans sa tentative de mettre en pratique le principe de valorisation des produits et des producteurs locaux, le touriste peut néanmoins se heurter à certaines difficultés. Icham note l'invasion des produits chinois sur les marchés tunisiens qu'il a visités.

Icham : « L'exemple de la Tunisie, au marché, la plupart des produits étaient chinois, même les produits alimentaires, il y a même des produits alimentaires chinois. On se rend compte de la mondialité de ce point de vue : ça éclate toutes les dimensions locales »

Pareillement, Marie raconte sa déception de ne pas avoir réussi à fréquenter des restaurants « typiques » et à acheter des vêtements « traditionnels » au Koweït. Elle en conclut que ce pays n'a pas de culture.

Marie : « J'étais déçue, ils n'ont pas de culture. Déjà, j'avais une réticence, j'ai mis plusieurs années pour y aller et quand j'y suis allée, j'étais un peu déçue. C'était un pays qui n'avait aucune culture. (...) C'est très copié, très américanisé. Je voulais par exemple aller dans un resto koweïtien. J'ai eu beaucoup de mal, j'ai vu des restos chinois. Par exemple, je voulais trouver un habit traditionnel, j'ai eu beaucoup de mal. Je suis allée dans un marché local... J'ai trouvé plein de choses, mais pas propres au Koweït. Je suis allée dans un souk, c'était plus iranien, égyptien. J'ai eu du mal à trouver koweïtien... »

En partant à l'étranger, le touriste aspire à une rupture avec son quotidien. Rêvant de dépaysement, il projette ses propres représentations de ce qui est typique, authentique, si ce n'est traditionnel, et la confrontation avec la réalité peut le désorienter ou même le décevoir. Jean raconte avec humour sa propre déconvenue, lorsqu'au cours d'une soirée japonaise « typique » où il était le seul occidental invité, il a découvert avec effroi que la bière qui ravissait tant ses amis n'était pas japonaise, mais... hollandaise. Dans le même ordre d'idées, Angelo refuse pour sa part d'adopter une vision passéiste et somme toute ethnocentrée des cultures des pays qu'ils visitent : pour lui, le « vrai Istanbul » est celui des bars modernes fréquentés par la jeunesse istanbuliote, et non celle du Grand Bazar et de Sainte-Sophie appréciée par Marie.

Angelo : « Qu'est-ce que tu veux dire "le Koweït n'a pas de culture" ? Mais par rapport à quoi ? De temps en temps, je vais à Istanbul. J'adore Istanbul, ça vit 24 heures sur 24, mais les Istanbuliotes adorent sortir dans les bars très modernes. Je suis allé au souk, au grand bazar, au marché aux épices, mais j'y retournerais peut-être plus. Ils adorent ce côté bar panoramique au dernier étage d'un gratte-ciel, ils adorent ce côté très moderne et la vie des Istanbuliotes, c'est ça »

De fait, tous les touristes interrogés ne partagent pas en tous points une vision du tourisme durable qui valorise à la fois le « petit » et le « local ». Outre les réticences exprimées par certains en matière de confort et de sécurité à propos de l'hébergement chez l'habitant, certains croient peu à la pertinence d'un tel modèle, compte tenu du caractère massif du tourisme international. Romain s'interroge sur l'archétype des clubs : en cas d'utilisation de produits locaux et d'emploi de ressortissants locaux, ne participent-ils pas au développement durable ?

Romain : « Je n'y vais jamais, mais je n'ai pas un a priori contre les clubs. S'ils achètent la nourriture à des locaux, et que finalement tout le personnel est local, peut-être que cela participe au développement durable. Il ne faut pas confondre l'ambiance du séjour et le fait que l'on ait sous nos yeux des vrais habitants qui travaillent pour la structure hôtelière. La réalité des flux économiques est peut-être conforme au développement durable »

Surtout, conscient comme d'autres des effets d'image liés au développement durable et de l'engouement de nombreuses entreprises à son égard, Romain développe l'idée selon laquelle l'offre sera développée par de grands groupes qui intégreront les principes du développement durable dans la conception de leurs produits touristiques.

Romain : « La concentration économique gêne à un moment le jeu de l'offre et de la demande. Bien sûr, ça fait peur, mais je ne sais pas si ça a un rapport direct avec le durable. On pourrait tout à fait imaginer une situation de monopole économique, de multinationales, de quasi-monopole où tout d'un coup, ils se disent : "on est responsable, on va faire du développement durable, donc comme on est en situation de quasi-monopole, on l'impose au marché". Cela n'arrivera jamais. Mais il peut y avoir

des moments de mode (...). Du coup, ça va aider et même les grandes concentrations économiques qui pourtant font plus de marges avec le jetable, vont dire : "on vend moins, tant pis, on va faire de l'argent aussi avec du durable". Ce n'est pas incompatible ».

4. LA QUESTION DE L'OFFRE : LA PERCEPTION D'UN PRODUIT DE LUXE RESERVE A DES INITIES

Certains touristes s'institueraient volontiers comme les missionnaires du tourisme durable en partant apprendre aux habitants des pays du Sud la pertinence et la faisabilité de pratiques durables déjà adoptées dans leur pays d'origine.

Pierre : « Dans l'idéal, on paie peut-être moins cher le voyage, mais on a une mission. Par exemple, on va voir les gens en leur expliquant que chez nous, on a le tri sélectif ».

Les autres s'interrogent davantage sur la manière d'intégrer la contrainte de la durabilité dans leurs projets de séjour à l'étranger. Le voyage est souvent affaire d'opportunité, à titre d'exemple, une offre intéressante de son comité d'entreprise ou encore la proposition d'accompagner des amis, de visiter un parent séjournant quelques mois à l'étranger... Surtout, le voyage est une affaire de compromis entre des désirs de dépaysement et des capacités financières, des aspirations au repos et des appétits de découverte. Mais le voyage est également bien souvent l'issue d'une négociation avec des amis, un conjoint, des enfants, qui ont des attentes différentes, pour partie contradictoires avec les siennes.

Jean : « On dit à sa compagne, qu'est-ce que tu cherches ? J'ai découvert durant mon voyage la personne avec qui je voyageais. La présence de l'autre était devenue insupportable. La négociation, c'est très important »

Amélie : « On fait des conseils de familles. Là on prépare les vacances de février. On explique : qu'est-ce que vous voulez faire et pourquoi, et où voulez vous aller ? Les enfants ont des envies beaucoup trop onéreuses. Le grand c'est le Japon. Le plus jeune veut aller à Los Angeles pour voir le studio Universal et nous, on voudrait aller en Espagne en Andalousie. Le Japon, c'est un peu juste au niveau temps parce qu'on a que 8 jours »

La durabilité apparaît comme une contrainte complémentaire qui n'était pas initialement prévue. Or l'offre n'apparaît pas au rendez-vous. Emanant d'agences de voyages spécialisées, l'offre existante, susceptible d'être assimilée comme relevant du tourisme durable, est décrite comme limitée. Surtout, elle est perçue comme peu visible, notamment dans le cadre d'une recherche d'informations sur Internet. La majorité des participants aux entretiens collectifs ne connaissait pas son existence.

L'offre, identifiée par les touristes interrogés comme relevant du tourisme durable, mixte dans les deux entretiens de groupe organisés éco-tourisme et tourisme responsable. La prestation est écologique, avec une dépense énergétique et une production de déchets réduite, mais elle s'accompagne également de la consommation de produits locaux et de la prise en charge de l'animation, de la restauration et/ou de l'hébergement par des intervenants locaux.

Amélie : « Il y a des voyages avec des agences spécialisées. C'est des voyages de rêve (...). Tout est organisé : on consomme local, on vit avec les locaux... C'est souvent des voyages à pied. Il faut avoir son petit matériel, c'est assez sportif. (...) Il n'y a pas de grands hôtels, c'est du camping ou chez l'habitant. (...) A part le voyage, tout le reste est à pied. C'est le retour aux sources. Voilà, il n'y a pas

d'hôtel, il n'y a pas d'électricité, pas de lumière, pas de clim. Il faut brûler ses excréments.... On n'a pas d'eau d'Evian ou d'eau de source de montagne. On a des pastilles pour désinfecter l'eau»

Plusieurs critiques sont vite portées sur cette offre des professionnels du tourisme. En premier lieu, elle ne résoud pas la question posée par le coût environnemental du déplacement en avion. Peu adaptée aux voyages en famille, avec des enfants notamment, l'offre associée dans les représentations au tourisme durable présente un caractère austère. Une partie des participants ne sont pas prêts à opter pour une telle formule. Plus radicalement, certains ne se sentent pas capables de partir dans des conditions qui leur semblent ne respecter, ni leurs exigences de confort, ni celles de sécurité.

Philippe : « J'ai une amie qui est partie au Vietnam. Elle m'a racontée. "Je n'ai pas dormi. C'était super, mais j'étais crevée, parce qu'un coup j'ai dormi sur des planches, une autre fois, on a dormi à 16 dans une pièce". Moi, cela ne m'intéresse pas du tout »

La crédibilité d'une telle offre peut même être remise en question. Pour Romain, elle joue sur la culpabilité des touristes occidentaux, sans réellement répondre aux problèmes posés.

Romain : « Un ami est parti en Afrique au Kenya. Il était content. Ils dormaient sous la tente, mais le soir, il y avait six ou huit kenyans qui montaient la tente, qui font le feu... Et toi, tu es là, le mec te raconte les histoires de son grand-père. C'est très bien, mais il y a quand même de la logistique derrière pour rendre une impression de proximité et de perte de racines..., l'auto-flagellation occidentale...»

Mais la principale critique concerne le prix de telles prestations jugé très élevé. Amélie le reconnaît : *« Ce n'est pas des vacances dans un hôtel de luxe, mais c'est le même prix »*. L'offre professionnelle durable apparaît comme à la fois spartiate et luxueuse. Cette contradiction joue en sa défaveur, même lorsque les touristes ont conscience des coûts logistiques y afférant.

Icham : « il y en a qui ont lancé un tourisme avec des cabanes »

Marie : « Mais ce n'est pas donné »

Luc : « En quoi ces cabanes dans la nature, est-ce durable ? »

Angelo : « Par rapport à tous les matériaux écologiques, le bois... la paille»

Luc : « Mais c'est quand même cher, combien ça nous coûte ? Est-ce qu'on est prêt à mettre un tel prix en se disant que c'est écolo ? »

Angelo : « La prestation écolo est chère. On va vendre la prestation écologique avec du savon plus écolo... il y a peut-être aussi cette image là qui va être brouillée. Vous partez par exemple dans une cabane en bois, la serviette ne sera pas lavée tous les jours »

Marie : « Mais c'est un autre monde ? Ce sera dans 20 ans, 40 ans... »

Icham : « Non, ça existe, le produit existe, tout à fait. Je l'ai vu à la télé »

Sophie : « Ca existe mais comme c'est nouveau et différent, il est très cher »

Icham : « C'est un séjour écolo quoi, on est dans le développement durable »

Nadim : « Pourquoi aller dans un arbre ? Je préfère aller tout simplement dans une tente... et puis, s'il faut payer plus cher... »

Pour les touristes interrogés, la question de l'offre est réelle. Il convient de développer une offre qui à la fois respecte les critères du développement durable et reste financièrement accessible, non limitée aux seuls initiés qui disposent de revenus suffisamment élevés pour pouvoir se

l'offrir. Alors que les touristes interrogés ont recours de façon privilégiée à Internet pour l'organisation de leurs voyages à l'étranger et valorisent ce mode de communication, ils considèrent que les agences de voyages classiques ont un rôle très important à jouer dans le développement du tourisme durable. Leur rôle serait de faire connaître les offres touristiques durables aux voyageurs potentiels et, surtout, de leur faire comprendre l'intérêt de telles offres alternatives.

Pierre : " Pour revenir au tourisme durable, il faut que les agences de voyage mettent l'accent sur cette nouvelle forme de voyage, parce qu'on n'est pas au courant ! Quand on va sur Internet ou dans les catalogues, ils nous dirigent toujours sur les all inclusive, peut-être parce que ça les arrange, mais ils pourraient mettre l'accent sur d'autres formes de tourisme... (...) Et que les agences le disent dès le départ, pour que les gens n'aient pas de surprise. Certains sont tellement habitués à leurs habitudes, à leur confort, qu'ils vont être déçus et qu'ils ne reviendront pas. S'ils sont prévenus à l'avance, c'est différent »

Jean : « Je pense vraiment que là-dessus, sur l'offre de produits voyages durables, les agences de voyages sont mieux placées parce qu'elles ont les personnes en face »

Mais plusieurs participants soulignent la nécessité pour les agences de voyages d'informer également au préalable les touristes sur la réalité d'un séjour touristique durable. Ne se sentant pas capables de tenter d'emblée une telle expérience, certains suggèrent la proposition de séjours de courte durée. Marthe, pour sa part, émet l'idée d'organiser au préalable des stages de préparation de quelques jours en France.

Romain : « Il faut que les gens s'habituent... On ne les habitue pas en leur proposant 15 jours comme ça, sinon personne ne va les prendre. Il faut d'abord de l'information »

Marthe : « On ne peut pas partir un mois dans un milieu, disons, hostile, des lieux que l'on ne connaît pas, où il faut mettre deux gouttes d'eau dans les toilettes... Il faut que ce soit des séjours assez courts afin que l'on s'adapte, que ce soit réalisable, à moins qu'il y ait des stages en France avant »

CONCLUSION

Les amateurs de voyages à l'étranger ne sont pas spontanément sensibilisés au tourisme durable. La question du tourisme durable va toutefois les intéresser : elle fait écho aux déceptions et aux contradictions auxquels ils se trouvent confrontés au cours de leurs expériences touristiques. Le tourisme durable leur apparaît comme la possibilité de voyager dans des conditions nouvelles, alliant écologie et découverte de l'autre, morale et exotisme : avec le tourisme durable, leur voyage pourrait devenir parfait⁷⁴. Le tourisme durable peut relever d'un phénomène de mode et correspondre à une nouvelle pratique de distinction, permettant à certains touristes, *a priori* les plus fortunés et/ou les plus éduqués, de se différencier de la masse des touristes. Dans le même temps, le tourisme durable renvoie à une interrogation des touristes sur leurs pratiques actuelles et devient l'occasion pour eux de redonner du sens à leurs voyages, en harmonisant leurs attentes et la réalité concrète de leurs voyages à l'étranger.

Le tourisme durable s'est révélé difficile à définir au cours des entretiens de groupe. Le concept n'est pas d'emblée formalisé par les touristes. Ceux-ci définissent progressivement la notion de manière empirique. En s'appuyant sur leur propre expérience des voyages à l'étranger et sur leur connaissance de projets liés au développement durable en France, les touristes interrogés se sont efforcés d'identifier les différentes dimensions du tourisme durable. Contrairement à notre hypothèse initiale, ils n'ont pas limité le tourisme durable à sa seule dimension environnementale. Ils ont décliné un modèle touristique conciliant la protection de l'environnement avec l'ouverture culturelle et le développement social et économique des pays d'accueil. Au final, leur définition du tourisme durable rejoint sur bien des points celle retenue par les organisations internationales.

Au cours des entretiens collectifs, chacun a proposé ce qui correspondait le plus à ses désirs touristiques : le tourisme durable est une notion à géométrie variable au gré de nos envies et de nos culpabilités. Pour l'un, le tourisme durable s'apparente presque à un voyage culturel valorisant la découverte et la préservation du patrimoine bâti, historique, artisanal, ... du pays de destination. Pour l'autre, il s'agira surtout de multiplier les échanges avec les populations locales et de les faire bénéficier au mieux des flux monétaires liés au tourisme, *via* l'hébergement chez l'habitant et le recours aux produits locaux. Chacun propose aussi ce qui est le plus proche de ses pratiques actuelles et défend sa propre position. Les touristes les plus « aventuriers » pointent en quoi leurs pratiques respectent d'ores et déjà les principes attribués au tourisme durable. Le débat qui a lieu sur les coûts environnementaux comparés de l'avion, du train et de la voiture, renvoie à un déficit d'information réel, mais témoigne aussi d'une tentative de justifier un déplacement aérien incontournable pour les départs vers les destinations lointaines.

Au-delà de sa définition, la mise en pratique d'un modèle touristique conciliant les dimensions environnementale, socioculturelle et économique s'avère complexe. Qu'un axe du tourisme

⁷⁴ En référence à l'ouvrage de J.-D. Urbain, 2008, *Le voyage était presque parfait...*, *op.cit.*

durable soit défini, qu'un critère soit identifié, et les obstacles liés à sa mise en œuvre apparaissent. Les pratiques touristiques respectueuses de l'environnement, parce qu'individuelles et isolées, ne contribuent souvent aucunement à la résolution des problèmes identifiés dans des pays encore peu enclins à engager des véritables politiques publiques de développement durable. Les prestations touristiques qui pourraient relever du tourisme durable n'existent pas forcément. L'artisanat local qu'il conviendrait de soutenir, a parfois disparu au gré de la mondialisation. Plus largement, et malgré ses développements récents, l'offre touristique alternative est perçue comme n'étant qu'à ses balbutiements et reste, dans les représentations des touristes, un produit de luxe réservé à des initiés.

Enfin, le touriste se trouve vite renvoyé à sa propre responsabilité individuelle : il doit renoncer aux désirs touristiques qu'il revendique et n'entend pas abandonner. Le principe même de son voyage vers des destinations lointaines est contraire aux exigences environnementales liées au développement durable. L'hébergement chez l'habitant ne répond pas forcément à ses attentes de sécurité et de confort, notamment d'hygiène et d'intimité, combien marquées par sa propre culture.

Demander aux voyageurs d'adopter des pratiques touristiques durables devient dès lors un piège : c'est les renvoyer à leur culpabilité. Cet appel à la responsabilité individuelle leur semble à la fois écrasant et inefficace, d'où leur propre appel à l'offre et, plus largement, au politique.

Romain : « Le sujet est un peu ambigu. Cette question qui nous intéresse, tous, on la remet au choix de l'individu, alors que ce devrait être les entreprises ou les hôtels qui nous amènent à faire ces choix. On est tous prêt à le faire, mais nous mettre face à la question : "quelle est votre attitude sur le sujet des vacances ? " (...) On prend les vacances avec un peu d'insouciance par rapport à la vie quotidienne. Maintenant, presque tous, on a pris l'habitude de trier nos déchets, mais une fois sur place, comment on peut trier ? A moins que dans la rue, il y ait plus de poubelles pour trier. Il faut que les pays soient disposés à avoir cette attitude écologique (...). Le débat me semble biaisé : on demande à l'individu comment il conçoit les vacances durables, mais derrière, ça ne suit jamais ! Au départ, ce sont les états, ce sont les grosses entreprises qui doivent faire le plus gros du boulot. Si derrière, cela ne suit pas, tous nos efforts, c'est une miette par rapport à tout le gâchis qui se fait. C'est un peu démotivant. S'il y avait une volonté plus forte, je crois que tout le monde suivrait »

En France et plus largement en Europe, les touristes attendent du politique une meilleure information sur les tenants et les aboutissants d'un tourisme respectant les exigences du développement durable. Ils lui demandent également de régler la question du coût énergétique lié aux déplacements aériens, grâce à la recherche aéronautique, ou même grâce à une compensation de la dégradation de l'environnement par la taxation. Là-bas, dans les pays de destination, les touristes enjoignent le politique d'offrir la garantie de la protection des ressources naturelles, mais aussi de politiques sociales et économiques qui assurent un développement intégré profitant pleinement aux populations locales. Le politique est ainsi appelé à accompagner les touristes dans un changement de pratiques qui leur permettrait d'être plus en accord avec leurs visions idéalisées du voyage à l'étranger.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET ARTICLES GENERAUX

- Bartikowski B., Melunka D., Valette-Florence P., 2008, « L'attitude vis-à-vis des destinations touristiques : le rôle de la personnalité des villes », *Revue management et avenir*, n°18, pp. 72-87.
- Boyer M., 2002, « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, volume XXXVII, n°2, pp. 393-404.
- Cazes G., 1984, « Le tourisme français vers l'étranger », *Revue de géographie de Lyon*, volume 59, n°1, pp. 95-102.
- Chazaud P., Diallo I., 2009, « La demande touristique de mobilité à la croisée des chemins », *Cahier Espaces*, n°100, mars, pp. 15-22.
- Corbin A. (dir.), 1995, *L'avènement des loisirs. 1850-1960*, Paris/Rome, Aubier/Laterza.
- Devin G., 2001, « Le tourisme des Français à l'étranger : aperçus sur la mobilité internationale », *Annuaire français des relations internationales*, volume II, pp. 350-361.
- Equipe MIT, 2002, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin.
- Granger C., 2004, « (Im)pressions atmosphériques. Histoire du beau temps en vacances », *Ethnologie française*, tome XXXVII, n°2, pp. 123-128.
- Kerourio P., sans date, *Bref historique du tourisme*, <http://geotourweb.com>
- Lanquar R., 2009, « Ecomobilité : le tourisme du futur », *Cahier Espaces*, n°100, pp. 56-61.
- Lucchesi J., 2009, « Les aspirations paradoxales du touriste », *Espaces*, n°270, mai, pp. 40-45.
- Mesplier A., Bloc-Duraffour P., 2000, *Le Tourisme dans le monde*, Paris, Bréal.
- Rauch A., 1996, *Vacances en France de 1930 à nos jours*, Paris, Hachette.
- Rochefort R., 2007, *Le bon Consommateur et le mauvais citoyen*, Paris, Odile Jacob.
- Stock M. (dir.), 2003, *Le Tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin.
- Terrier C., 2006, « Flux et afflux de touristes : les instruments de la mesure, la géomathématique des flux », *Flux*, n°65, juillet-septembre, pp. 47-62.
- Urbain J.D., 2008, *Le Voyage était presque parfait*, Paris, Payot.
- Urbain J.D., 2006, « Nouvelles technologies, nouveaux touristes », communication au *European Tourism Forum*, Chypre.
- Viard J. (dir.), 1998, *Réinventer les Vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Paris, La documentation française.
- Viard J., 1984, *Penser les Vacances*, Arles, Actes Sud.
- Viceriat P., 2004, « L'évolution du tourisme dans le monde et la place des communes touristiques », Intervention à l'Assemblée générale ANMSCCT, Biarritz.

Violier P., 2000, « Points de vue et lieux touristiques du monde », *Mappemonde*, n°57, pp. 7-11

ETUDES, RAPPORTS OFFICIELS, SOURCES STATISTIQUES

CREDOC/TEC (Van de Walle I., Picard R., G. Dubois, J.P. CERON), 2009, *Météorologie, climat et déplacements touristiques*, Etude pour la Direction du Tourisme, le Ministère de l'écologie et la DIACT, juin.

CREDOC (Hoibian S., Hatchuel G.), 2009, 2009 : avec la crise, la recherche de vacances économes se développe, Paris.

CREDOC (Cappigny A., Hatchuel G.), 2008, 2008 : les vacances des Français s'ajustent à leur pouvoir d'achat, Paris.

CREDOC (Croutte P., Hatchuel G.), 2007, Le choix du mode de transport pour les départs de moins d'une semaine, Paris.

CREDOC (Piau C., Hatchuel G.), 2004, Le regard des estivants français sur l'offre touristique du pays, Paris.

CREDOC (Croutte P., Hatchuel G.), 2002, Les comportements de départ des Français : premières incidences des 35 heures, Paris.

CREDOC (P. Croutte, G. Hatchuel), 2002, *Un aperçu des départs en week-end*, Paris.

CREDOC (A. D. Kowalsky G. Hatchuel), 1998, Les vacances d'été des Français : éléments importants, degré de satisfaction, Paris.

Arnaud G. (dir.), 2004, *Réenchanter la France. Prospective des pratiques touristiques des Européens*, Rapport pour la Direction du tourisme et le Commissariat général du plan.

CREDOC-TEC, 2009, *Météorologie, climat et déplacements touristiques*, Etude pour la Direction du tourisme, le Ministère de l'écologie et la DIACT, juin.

Direction du tourisme, 2007, « Tourisme des Français. Les destinations touristiques hors métropole », *Tourisme Info Stat*, n°3.

Direction du tourisme, 2006, « Tourisme des Français. Choix de la destination et comportement touristique », *Tourisme Info Stat*, n°5.

Direction du tourisme, 2006, « Evolution du marché touristique mondial depuis dix ans et positionnement de la France », *Tourisme Info Stat*, n°4.

Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, 2008, *Memento du tourisme*.

Ipsos-Europe-Assistance, 2009, *Le baromètre des vacances des Européens*, 9^{ème} édition.

Laurent-Beira Alain, 2003, Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable, Ministère des Affaires Etrangères, Direction de la stratégie, de la programmation et de l'évaluation.

Le Jeannic T., Ribera J., 2006, « Hausse des départs en vacances, mais 21 millions de Français ne partent pas », Insee Première, n° 1093.

OMT, 2008, *Baromètre du tourisme mondial*, volume 6, n°1, janvier.

Tardieu F., 2009, *Part du tourisme dans le produit intérieur brut*, [en ligne]
http://www.veilleinfotourisme.fr/1235999737963/0/fiche_document/

TNS-Sofres, 2009, Les Français et le tourisme responsable.

Touriscopie, 2009, *Partir ou ne pas partir ?*, [en ligne], URL : <http://touriscopie.over-blog.com>