

Consommation durable | Solène Houzé

Tourisme durable

Ou la nécessité de repenser le tourisme dans le contexte actuel





: lien consultable dans l'Internet

Introduction

Le tourisme est en plein essor. De 50 millions d'arrivées touristiques¹ en 1950, le nombre a bondi à 800 millions un demi-siècle plus tard pour franchir le cap du milliard en 2012. En 2017, le baromètre de l'Organisation mondiale du Tourisme annonçait plus d'1,3 milliards d'arrivées touristiques.² Et pour 2030, les prévisions se chiffrent à 1,8 milliards d'arrivées. Le tourisme représente un poids important dans le développement économique et territorial de certains pays.

En presque 70 ans de développement, ce secteur a su évoluer, s'adapter aux nouvelles attentes des touristes et plus largement de la société. Les séjours touristiques types, s'ils en existent encore, ne sont donc plus les mêmes que pour les générations précédentes. Le développement des transports, des infrastructures et des modes de voyage ont permis la naissance d'une grande diversité de formes de tourisme, tantôt plébiscitées, tantôt critiquées. En effet, le tourisme implique une consommation, parfois forte, de biens, de services et de ressources. L'ensemble du secteur (hébergement, transport, alimentation et achat des voyageurs) représenterait 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre.³ De plus, il serait responsable de la dégradation de sites naturels, de la perte de biodiversité, d'une surexploitation de certains territoires et de certaines ressources naturelles, de pollution via un rejet important de déchets, etc. Des bouleversements sociaux et économiques dus à la surexploitation de sites touristiques sont également dénoncés. Face à ces constats, de nombreux acteurs du tourisme se tournent vers des valeurs issues du concept de durabilité. Les attentes des consommateurs dans plusieurs domaines et le besoin urgent de transition durable orientent le secteur vers le développement durable. Ce sujet sera développé en deux analyses.

¹ Un touriste international est une personne étrangère à un pays passant au moins une nuit (ou 24h selon les définitions) dans celui-ci. Ce chiffre ne prend donc pas en compte le tourisme intérieur. De plus, on parle bien d'arrivées et non de personnes individuelles ayant voyagé une fois chacune.

² Données issues de la banque de données de la Banque mondiale (<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/st.int.arvl?end=2017&start=1995&view=chart>) d'après l'annuaire des statistiques et les fichiers de données de l'Organisation mondiale sur le tourisme

³ P. LE HIR, « Le tourisme fait s'envoler le réchauffement planétaire », *Le Monde.fr*, 7 mai 2018, [en ligne :] https://www.lemonde.fr/climat/article/2018/05/07/le-tourisme-fait-s-envoler-le-rechauffement-planetaire_5295656_1652612.html, consulté le 5 février 2019.

La première tient à replacer l'évolution du tourisme durable dans le contexte dans lequel se développe le secteur touristique. Il tient également à analyser les différents enjeux auxquels fait face le secteur en s'orientant vers plus de durabilité. L'analyse suivante cherchera à étudier les diverses formes de tourisme durable, et comment elles s'articulent dans les différentes dimensions de la durabilité (sociale, économique et environnementale).

I. Tourisme : évolution et contexte actuel

A. Naissance et développement aux XIX^e et XX^e siècles

Le mot en lui-même est apparu d'abord en Angleterre au XVIII^e siècle. À l'époque, il s'agissait plutôt d'une pratique culturelle réservée aux jeunes élites aristocratiques britanniques qui effectuaient un voyage initiatique d'un an à travers l'Europe. « Le Grand Tour » passait par l'Italie et l'étude de l'art classique puis remontait vers le sud de la France. La région niçoise était même devenue une petite colonie britannique avec des résidences, services et routes, d'où la fameuse Promenade des Anglais. Le but était de découvrir l'Europe et de favoriser les rencontres entre élites aristocratiques du reste du territoire européen.

Au XIX^e siècle apparaît le tourisme déplaçant de plus grandes masses de population vers une destination touristique. Thomas Cook organise, dès 1840, des voyages sur le territoire britannique, puis des circuits touristiques à travers l'Europe. Il crée le concept des coupons d'hôtel et organise la première croisière sur le Nil. L'entreprise Thomas Cook lance alors un modèle qui va perdurer longtemps, un modèle qui permet d'organiser les différents types de prestations touristiques (hébergements, transports, lieux visitables, etc.) pour en faire un produit à part entière. La faillite actuelle de Thomas Cook nous montre d'ailleurs que ce modèle a fait son temps et que le tourisme est bel et bien dépendant du contexte sociétal dans lequel il s'inscrit. Parallèlement, des lieux de séjour se développent. Ils sont destinés à accueillir un nombre toujours plus important de touristes.

En France, c'est localement que les initiatives s'organisent. À Deauville ou au Touquet, des stations balnéaires se créent sur le littoral. En montagne,

des sociétés de commerçants et d'hôteliers veulent valoriser leurs vallées, donnant lieu aux premières formes de tourisme de montagne. À la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, les premiers offices du tourisme locaux apparaissent dans certaines villes. En France, ils naissent sous le nom de « syndicats d'initiative ». Le but est d'informer les voyageurs sur les lieux d'attraction et autres services possibles (hébergement, transport, etc.). Les différentes villes s'organisent ainsi pour mettre en valeur le territoire, confortant la dynamique d'aménagement d'espaces de loisirs.

Au XX^e siècle, les premiers offices nationaux de tourisme voient le jour. L'État prend conscience de l'opportunité de développement de l'activité touristique sur le pays et lance plusieurs initiatives durant la période de l'entre-deux-guerres : institutions de tourisme, réglementation des professions, premiers congés payés, etc.⁴

B. Démocratisation des années 1950 aux années 1970

La deuxième moitié du XX^e siècle est marquée par des bouleversements importants en termes de mobilité et d'aménagement du territoire. Avec une révolution des transports, dont le développement de l'automobile familiale et de l'aviation à prix démocratique, l'instauration des congés payés, une forte croissance économique et un meilleur niveau de vie, le tourisme a su s'étendre à une plus grande partie de la population et n'est plus seulement le privilège des privilégiés. Le tourisme s'est ainsi développé dans le même sens que la société industrielle. Une production et une consommation de masse implique un tourisme de masse. D'un tourisme réservé aux aristocrates, on est passé à un tourisme à l'image du fordisme des années 1950 : mécanisé, démocratique et collectif. Le loisir est devenu une fonction sociale, organisée et réglementée. L'aménagement du territoire évolue en conséquence. Des lieux touristiques, inaccessibles avant, se développent à travers le monde avec des conséquences, parfois importantes, sur les populations et cultures locales, les territoires et les ressources naturelles.

⁴ D. FASQUELLE et al., *Rapport d'information de la Commission des Affaires économiques sur l'Impact du numérique sur le secteur touristique français. Rapport N° 2556 enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 10 février 2015*, p.19-23.

Les progrès électroniques et informatiques des années 1970 ont permis l'avènement des systèmes de réservation centralisés.⁵ Ces programmes ont d'abord été conçus pour les compagnies aériennes puis se sont étendus à toutes les composantes du voyage (agences, hébergements, différents transports, etc.). Ils permettent de gérer en temps réel les réservations et l'état des stocks (sièges disponibles, chambres, etc.). Ils sont les premiers services de commerce électronique destinés aux consommateurs.⁶

C. Mondialisation, libéralisation et diversification des formes de tourisme

Les progrès dans les différents secteurs partenaires du secteur touristique (hébergement, transport, TIC, etc.) et les politiques néolibérales de mondialisation ont permis la diffusion d'un modèle touristique démocratique et un accès aisé et encouragé à l'ensemble de la planète. L'évasion est à portée de main et à portée de bourse. La possibilité de voyager à n'importe quel moment, au prix le plus bas possible, fait rêver. Le tourisme est en effet associé à un idéal de richesse des découvertes, de développement personnel et d'expérience de vie. Le voyage permet de se détendre, de rencontrer, d'échanger, d'apprendre, de faire découvrir le patrimoine, les paysages locaux et la diversité culturelle du monde. Le secteur contribue également au développement territorial et local. Certaines régions sont alors très dépendantes des retombées (financières, emplois, etc.) liées au tourisme.

De nombreux critères se sont ajoutés au choix des touristes. Les multiples crises ont réduit le budget loisir. L'argent est devenu un critère particulièrement important. Pourtant, partir en vacances est pour certains un « besoin vital », comme l'expriment 55 % des Français.⁷ Les consommateurs n'hésitent donc pas à sacrifier d'autres dépenses ou à prévoir un budget vacance millimétré. Les séjours courts dans des pays plus proches ont la cote. Des séjours courts et plus fréquents sont préférés aux vacances annuelles plus longues

⁵ En anglais, les *Global Distribution System* (GDS)

⁶ D. FASQUELLE et al., op. cit.

⁷ « La majorité des Français considèrent les vacances comme un besoin vital », Apst.travel, s.d., [en ligne :] <https://www.apst.travel/2018/10/26/la-majorite-des-francais-considerent-les-vacances-comme-un-besoin-vital/>, consulté le 6 février 2019, d'après le Baromètre 2018 « Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et tourisme en ligne » du cabinet Raffour.

et plus chères. Un autre critère est le degré de dépaysement et la recherche de l'expérience. Les touristes regardent également à la sécurité, aux sites et activités proposées sur place, au choix du transport et du logement et désirent intégrer leurs valeurs de consommation au quotidien dans leur séjour, telles que le respect de l'environnement, l'éthique, etc. Il existe de multiples formes de tourisme et n'importe quel paysage, circuit, attraction, expérience, décor peut aujourd'hui devenir une destination touristique populaire. Le secteur est donc en pleine évolution et essaie d'intégrer les multiples enjeux de notre société actuelle.⁸

D. Le tourisme : toujours dans l'abus ?

Le développement du secteur touristique ne s'est pas fait sans heurt. Le tourisme implique par essence une consommation de biens, d'énergie et de ressources naturelles. Il est également source de pollution et de dégradations environnementales et entraîne parfois des répercussions sociales et économiques indésirables pour les populations locales. Les enjeux sont d'abord environnementaux.⁹ Le tourisme dépend fortement du secteur aérien et de l'automobile. En 2017, 94 % des arrivées touristiques mondiales sont issues de ces deux modes de transport.¹⁰ Le tourisme repose alors sur des énergies fossiles bon marché, amenées à s'épuiser et à coûter plus cher. De plus, ces moyens de transports sont les plus polluants au niveau du rejet de gaz à effet de serre par kilomètre et par passager.¹¹ Le train, transport le moins polluant, ne représente que 2 % des arrivées touristiques.¹²

Les pratiques touristiques sont également sources de pollution et de surexploitation des ressources. Certaines stations balnéaires (Baléares, Canaries, Djerba) sont de purs produits de consommation et ne cherchent pas à pro-

⁸ M-A. ROQUEJOFFRE, « Le tourisme se réinvente », *Lejournaldeleco.fr*, 2 janvier 2019, [en ligne :] <https://lejournaldeleco.fr/le-tourisme-se-reinvente>, consulté le 6 février 2019.

⁹ S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, « Tourisme durable : une approche systémique » dans *Management & Avenir*, 2010/4, n°34, p 253-269.

¹⁰ « Infographie : les chiffres clés du tourisme international en 2017 », *Lecotouristique.com*, 24 octobre 2018, [en ligne :] <https://www.lechotouristique.com/article/infographie-les-chiffres-cles-de-lomt-en-2017>, consulté le 7 février 2019.

¹¹ Y. BIGRAS, I. DOSTALER, « Tourisme et transport : vers une vision intégrée » dans *Tourisme et transport / Tourisme et handicap*, n°32/3, 2013, p 3-6.

¹² *Lecotouristique.com*, op. cit.

téger leur environnement, tant que celui-ci reste attractif pour les voyageurs. Des endroits comme Las Vegas ou de grands complexes situés dans des endroits inappropriés (des pistes de ski artificielles à Dubaï, par exemple) sont dénoncés pour leur usage intensif d'énergie et de ressources naturelles. À Las Vegas, mille litres d'eau par personne et par jour sont utilisés, dont les trois quarts pour entretenir les jardins et les golfs.¹³ Le boom du marché mondial des croisières entraîne toujours plus de pollution due aux grands paquebots. Dans certains ports d'Europe, elles représentent près du tiers des pollutions, voire plus pour les ports les plus pollués, tels que Venise, Barcelone ou Palma de Majorque.¹⁴ Les paquebots utilisent en effet du fioul lourd, carburant extrêmement polluant. Un bateau à quai rejette donc autant dans l'atmosphère que 10 000 à 30 000 voitures.¹⁵ En Thaïlande, des îles et des attractions touristiques ont dû fermer leurs portes aux touristes à cause des dégâts importants commis sur les écosystèmes. Maya Bay, rendue célèbre par le film *La Plage* est le décor typique, retrouvé sur un bon nombre de cartes postales. Depuis plus de dix ans, près de 200 bateaux et 4 000 voyageurs s'y rendaient quotidiennement. Ces navettes, lourdes pour l'écosystème, ont eu des conséquences irrémédiables pour la diversité locale : destruction des coraux sauvages, fuite de la faune locale... Depuis, l'île a été rendue inaccessible aux touristes pour espérer la restauration de l'écosystème et de la biodiversité.¹⁶

Le tourisme a également des conséquences socio-économiques importantes sur les populations locales. L'île de Ré a d'ordinaire (en basse saison) une population de 18 000 habitants. En haute saison, la population peut monter jusqu'à dix fois plus. En plus de la pression démographique, des conséquences économiques se font sentir. Les prix de l'immobilier ont tellement monté que certains résidents, aux revenus pourtant modestes, ont été assujettis à l'ISF

¹³ S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, *op. cit.*

¹⁴ F. BERGE, « Les paquebots géants en Europe polluent l'air bien plus que les voitures, dénonce une ONG », *Bfmtv.com*, 5 juin 2019, [en ligne :] <https://www.bfmtv.com/economie/les-paquebots-geants-en-europe-polluent-beaucoup-plus-que-les-voitures-denonce-une-ong-1705757.html>, consulté le 1^{er} octobre 2019.

¹⁵ D. FAINSLBER, « Pollution, la face cachée des paquebots », *Lesechos.fr*, 5 septembre 2018, [en ligne :] https://www.lesechos.fr/05/09/2018/lesechos.fr/0302152952941_pollution--la-face-cachee-des-paquebots.htm, consulté le 7 février 2019.

¹⁶ C.P., « À cause de la destruction de l'environnement, Maya Bay et Koh Phi Phi seront désormais fermées aux touristes », *Demotivateur.fr*, avril 2018, [en ligne :] <https://www.demotivateur.fr/voyage/a-cause-de-la-destruction-de-l-environnement-maya-bay-et-koh-phi-phi-seront-desormais-fermees-aux-touristes-13093>, consulté le 7 février 2019.

(Impôt de Solidarité sur la Fortune) dû à l'augmentation de valeur de leur patrimoine.¹⁷ Autre cas de figure, lors d'événements sportifs tels que la Coupe du Monde de football ou les Jeux Olympiques, certains pays espèrent profiter des retombées économiques du tourisme sportif. De grands investissements sont entrepris par les pouvoirs publics pour accueillir des arrivées massives de supporters des quatre coins du monde. Dans les mois et années qui ont précédé la Coupe du Monde de 2014, le Brésil a ainsi investi 14,5 milliards de dollars pour créer et rénover des infrastructures sportives et touristiques. Cependant, ces événements sportifs servent souvent de prétexte à des politiques d'expulsions forcées dans les quartiers les plus pauvres. Les pouvoirs publics opèrent un véritable nettoyage social, soit pour embellir la ville, soit pour construire des infrastructures touristiques et sportives. Au Brésil, les favelas n'ont pas été épargnées malgré les promesses initiales. Cent cinquante mille personnes ont été concernées par ces expulsions et bien que la loi prévoyait de reloger les citoyens à moins de sept kilomètres, de nombreuses personnes ont été relogées à plus de septante kilomètres.¹⁸ Une image¹⁹ au Brésil a d'ailleurs fait le tour des réseaux sociaux pour montrer l'ampleur des inégalités entre des complexes touristiques luxueux et des favelas.

Depuis les années 1970, des préoccupations par rapport à certains abus du tourisme font surface. Les parcs nationaux protégés ont pour objectif la préservation de la faune et la flore en leur sein et la découverte et la sensibilisation des visiteurs au respect de la biodiversité. Le concept de patrimoine naturel et culturel a justement été créé dans le but de protéger les ressources naturelles et les modes de vie des populations locales. Depuis la fin du xx^e siècle et le début du xxi^e est apparue la notion de développement durable, d'abord dans un premier rapport des Nations Unies et ensuite dans l'ensemble de la société. Cette notion s'est depuis diffusée dans tous les domaines de consommation. En alimentation comme en tourisme, certains consommateurs cherchent la qualité et le respect des valeurs qu'ils mettent en place dans leur quotidien.

¹⁷ S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, *op. cit.*

¹⁸ Amnesty International, « Expulsions, destructions, stigmatisations : l'indigne Coupe du Monde 2014 au Brésil », *Leplusnouvelobs.com*, 15 juin 2013, [en ligne :] <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/886977-expulsions-destructions-stigmatisations-l-indigne-coupe-du-monde-2014-au-bresil.html>, consulté le 7 février 2019.

¹⁹ <https://socioeconomie.wordpress.com/2012/01/29/condos-de-luxe-et-favelas-a-sao-paulo-au-bresil>.

Au tourisme d'abord axé sur le respect de l'environnement et du patrimoine, se sont ajoutées des dimensions politiques, sociales et économiques. Le tourisme durable est donc bien présent dans les mœurs depuis au moins une vingtaine d'année, voire depuis une cinquantaine d'années.²⁰

II. Tourisme durable : dimensions, enjeux et crédibilité

A. Les trois dimensions du développement durable appliquées au tourisme

Le tourisme durable est défini par l'Organisation mondiale du Tourisme comme « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil »²¹. Le but est donc bien de respecter l'équilibre entre les trois piliers du développement durable (environnement, social, économie) et d'intégrer ces principes lors de la production et de la réalisation des activités touristiques. Le tourisme est toujours lié à un territoire. L'objectif est, pour l'activité touristique, de contribuer au développement territorial à partir de pratiques considérant la nécessité économique tout en respectant les populations locales et en minimisant leurs conséquences sur l'environnement.²²

La dimension écologique est souvent celle au cœur des initiatives de tourisme durable. Le respect de l'environnement, la préservation de la biodiversité et du patrimoine sont primordiales pour la valorisation des territoires touristiques. Les interactions tourisme-environnement sont donc à prendre en compte dans le développement du secteur. Il est alors d'autant plus logique de veiller au bon usage des ressources naturelles et à la limitation des impacts écolo-

²⁰ P. MAROTTE, L. BOURDEAU, B. SARRASIN, « Tourisme et développement durable. Un exercice d'adaptation, d'intégration et de conciliation », *Téoros. Revue de recherche en Tourisme*, XXXVI, 1, « Concilier tourisme et développement durable », 2017, [en ligne :] <https://journals.openedition.org/teoros/2977>, consulté le 7 février 2019.

²¹ ATD, « Le tourisme durable », *Tourisme-durable.org*, s.d., [en ligne :] <http://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions>, consulté le 7 février 2019.

²² P. MAROTTE, L. BOURDEAU, B. SARRASIN, *op. cit.*

giques des visiteurs. Au niveau territorial, il est nécessaire de se soucier sur le long-terme de la dégradation des territoires et de la pollution des ressources naturelles (eau, air, sol, etc.) et de veiller à leur restauration et au recyclage des espaces abandonnés ou détruits.²³ De plus, l'approche territoriale ne doit pas se limiter à gérer une offre fragmentée mais doit s'élargir et atteindre une gestion régionale, voire nationale et continentale pour espérer répondre à des enjeux majeurs tels que le changement climatique et l'émission des gaz à effet de serre.²⁴

La dimension sociale privilégie un travail important sur les inégalités sociales, notamment au niveau de l'accessibilité aux loisirs et aux activités de tourisme. Elle cherche également à répondre de manière équitable aux besoins et aux attentes de chaque acteur impliqué dans le secteur, qu'il s'agisse des clients, des professionnels et des populations locales. Il y a donc un souci de préservation de l'intégrité sociale et culturelle au sein des régions touristiques. Le tourisme durable prône donc des valeurs de solidarité et d'équité et une amélioration générale du bien-être de chaque acteur individuellement et collectivement au sein de la société. Le développement du tourisme doit se faire en bonne intelligence avec les populations locales, dans le respect de leur authenticité, de leurs traditions et de leur culture. Il faut se rappeler que le secteur touristique s'apparente à un système large où tous les acteurs sont interdépendants. La gestion du secteur doit intégrer ces interdépendances et les besoins et les attentes de chacun et être réalisée de manière holistique. Il est important de tenter de sensibiliser chaque acteur et de mobiliser les ressources et compétences de chacun pour tenter de trouver un équilibre entre enjeux individuels et collectifs.²⁵

La dimension économique cherche enfin à répondre aux besoins économiques de chaque groupe d'acteurs en répartissant équitablement les bénéfices entre eux. L'activité touristique doit intégrer les populations locales, soit via des retours financiers directs, soit via des emplois stables et garantis, soit via un développement local et territorial bénéfique à ces populations. De plus,

²³ S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, *op. cit.*

²⁴ « Le tourisme durable peine à s'imposer », *Lalibre.fr*, 3 juillet 2017, [en ligne :] <https://www.lalibre.be/lifestyle/voyages/le-tourisme-durable-peine-a-s-imposer-595a0e34cd706e263e97ba53>, consulté le 11 février 2019.

²⁵ S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, *op. cit.*

le tourisme durable représente plusieurs sous-secteurs qui doivent tous ensemble s'orienter vers plus de durabilité. L'approche holistique nécessite une réflexion d'intégration, de conciliation et d'adaptation, et ce, sur toute la chaîne des produits touristiques.²⁶

Travailler de manière systémique sur différentes parties de la chaîne de production touristique, en concertation avec différents acteurs et en fonction des différents territoires s'avère donc être un enjeu majeur pour le tourisme durable. Cela nécessite une approche de gestion transversale et collaborative dans la mise en œuvre des politiques de tourisme durable et une révision complète des modes de vie, de production et de consommation. Car la clé de la durabilité d'un système socio-écologique réside dans le travail sur la résilience du système entier plutôt que sur l'optimisation de chaque sous-secteur individuellement.²⁷

B. Promotion et institutionnalisation : les labels de tourisme durable comme solution ?

Malgré une certaine volonté des pouvoirs publics et des consommateurs d'accorder plus d'importance à la qualité et à la durabilité dans la consommation, il semblerait que les initiatives de tourisme durable, venant des entreprises ou des professionnels peinent à s'imposer comme nouvelle tendance auprès des clients. En 2017, même si deux touristes belges sur trois déclarent être prêts à prendre l'environnement en considération, ils étaient seulement 10 % à tenir compte du tourisme durable dans leurs choix. Un des freins pour les consommateurs s'avère être le manque d'informations concernant l'offre durable.²⁸ Pour orienter et informer les consommateurs, les labels sont souvent la réponse proposée par les pouvoirs publics, les institutions et les acteurs professionnels du secteur. En plus d'être un moyen de communication efficace, les organismes de labels peuvent être utiles pour former et outiller les professionnels. Ils sont aussi source de liens sociaux et institutionnalisés entre les acteurs à tous niveaux, facilitant ainsi les échanges, les apprentissages et les avancées vers du tourisme durable à grande échelle. De multiples d'opérateurs font ainsi la promotion des différentes formes de tourisme durable,

²⁶ P. MAROTTE, L. BOURDEAU, B. SARRASIN, *op. cit.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Lablibre.fr, op. cit.*

via divers labels promettant un respect de l'environnement, du patrimoine naturel et culturel, l'authenticité des séjours selon les traditions locales, etc. Ces labels concernent parfois différents sous-secteurs du secteur touristique, tel que l'hébergement.²⁹

Si les labels sont gage de confiance pour certains consommateurs, on ne peut s'empêcher de s'interroger sur les réelles contraintes imposées aux professionnels du secteur touristique. Dans une publication du CPCP, de Karin Dubois, parue en 2018³⁰, nous avons déjà pu constater que, dans certains secteurs de la consommation (vêtements, papeterie, alimentation, etc.), certains labels portaient de véritables intentions et étaient cohérents avec les attentes environnementales ou de durabilité en général. Cependant, quand on creusait un peu, on pouvait voir qu'un grand nombre de labels relevaient purement et simplement de *greenwashing* ou de *socialwashing*. Soit il s'agissait d'une pure invention des entreprises qui s'attribuaient elles-mêmes un logo ne représentant pas grand-chose, soit les critères d'attribution du label étaient bien trop ténus pour obtenir un gage de sérieux.

L'écolabel européen concerne plusieurs sortes de produits de consommation très variés. Dans le secteur du tourisme, les hébergements portant ce label doivent dans l'ensemble respecter au maximum l'environnement. Ainsi, des jardins sans pesticides aux poubelles de tri dans les chambres, en passant par des fournisseurs d'énergie verte ou des démarches zéro déchet, l'ensemble de l'établissement est conçu pour tenter d'utiliser un minimum de ressources et pour éviter les pollutions diverses. Tous les hébergements, du petit refuge de montagne au grand hôtel, peuvent être certifiés de ce label tant qu'ils respectent certains critères. Par contre, ces critères ne sont pas forcément très contraignants. Le respect de neuf critères obligatoires est suffisant pour obtenir le label, alors qu'il en existe une liste de 160 optionnels. Il appartient donc aux hébergements de choisir à quel point ils souhaitent s'engager sur la voie du respect de l'environnement et de communiquer à leurs clients les efforts mis en place.³¹

²⁹ P. MAROTTE, L. BOURDEAU, B. SARRASIN, op. cit.

³⁰ K. DUBOIS, « Les labels, entre crédibilité et marketing », Bruxelles : CPCP, Analyse n°329, 2018, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/labels-marketing>.

³¹ CONSOMAG, « Tourisme : les écolabels », reportage en partenariat avec le Ministère du Développement durable et de l'INC, diffusé sur France Télévisions en avril 2012, disponible sur Youtube, [en ligne :] <https://www.youtube.com/watch?v=f-Ec0slvunQ>.

Conclusion

Le tourisme a toujours reflété la société dans laquelle il s'inscrivait. Aujourd'hui, la société de consommation, épuisée par les abus à répétition d'un modèle polluant et injuste, cherche à se tourner vers le développement durable. Le tourisme ne fait donc pas exception. Aux premières revendications écologiques des années 1970 se sont intégrées des dimensions sociales, culturelles, politiques et économiques. Le tourisme durable est vu alors comme un système à part entière, un ensemble d'acteurs liés au secteur sur différents territoires avec leurs caractéristiques locales spécifiques. Orienter le tourisme vers plus de durabilité impose par conséquent une réflexion sur l'ensemble du système et de ses interactions. Le processus d'accompagnement se doit donc d'être holistique, intégrant l'ensemble des acteurs, les sensibilisant aux différents enjeux du développement durable et conciliant les intérêts individuels et collectifs. Pour cela, un travail doit être réalisé sur notre représentation du tourisme et dans tous les secteurs de la consommation. Que cherchons-nous à travers le voyage ? Les multiples city-trip(s) en avion low-cost sont-ils forcément la réponse à notre aspiration de découvertes et d'expériences ? Les consommateurs commencent à se poser les bonnes questions mais il ne faut pas oublier que les politiques doivent suivre. Les responsabilités n'incombent pas seulement aux citoyens. Le tourisme a toujours su s'adapter au contexte dans lequel il évoluait. Il est donc plus que temps que le tourisme intègre enfin dans sa globalité les enjeux de durabilité d'aujourd'hui.

Le tourisme de masse, bien que démocratiquement souhaitable, doit donc être revisité et ajusté par rapport aux enjeux du développement durable.³² Le tourisme est actuellement en pleine évolution. Les city-trip ou les séjours courts festifs à la plage sont loin d'être la norme en matière de vacances, même si ceux-ci ont augmenté en relation avec l'essor du low-cost aérien. Le tourisme est devenu une expérience, une volonté de se dépayser, de découvrir la nouveauté tout en devant répondre à différentes contraintes comme l'argent, le temps, le degré de dépaysement, la sécurité, les valeurs du voyage, le respect de l'environnement, etc. De la campagne à la ville, de la mer à la montagne, des îles paradisiaques au cœur de la Sibérie, des lieux ayant servi de décors de film au petit village pittoresque, tout lieu semble avoir ce qu'il faut pour devenir une destination touristique plébiscitée. Cette diversification des tendances de tourisme est à saisir pour orienter le secteur vers plus de durabilité.

³² Y. BIGRAS, I. DOSTALER, *op. cit.*

Diverses formes plus vertes et plus durables se sont ainsi développées en réaction aux différentes dégradations causées par un tourisme polluant et totalement déconnecté des réalités locales. Promouvoir ces nouvelles manières de voyager permettrait de se reconnecter aux territoires et aux enjeux environnementaux et sociaux, à la fois locaux et globaux.³³ Il serait donc intéressant d'étudier les différentes formes de tourisme durables qui émergent de par le monde pour comprendre comment elles intègrent les dimensions de la durabilité et les enjeux de la transition vers des systèmes touristiques durables.

**

Solène Houzé est animatrice en Éducation permanente (Consommation durable) et chercheuse au CPCP. Elle est titulaire d'un master en agro-écologie.

Pour aller plus loin...

- TÉOROS. *Revue de recherche en Tourisme*, XXXVI, 1, « Concilier tourisme et développement durable », 2017, [en ligne :] <https://journals.openedition.org/teoros/2977>.
- S. CAMUS, L. HIKKEROVA, J-M. SAHUT, « Tourisme durable : une approche systémique » dans *Management & Avenir*, 2010/4, n°34, p 253-269.

³³ M.-A. ROQUEJOFFRE, « Le tourisme se réinvente », *Lejournaldeleco.fr*, 2 janvier 2019, [en ligne :] <https://lejournaldeleco.fr/le-tourisme-se-reinvente>, consulté le 1^{er} février 2019.

HOUZÉ Solène, *Tourisme durable. Du la nécessité de repenser le tourisme dans le contexte actuel*, Bruxelles : CPCP, Analyse n° 386, 2019, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/tourisme-durable>.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

D'un tourisme aristocratique à un tourisme low-cost et accessible au plus grand nombre, le secteur touristique s'est développé et a conquis le monde entier ou presque. Ces évolutions majeures ne se sont pas faites sans mal. Elles sont souvent accompagnées de dégradations environnementales importantes et de répercussions sociales et économiques sur les populations locales. Face à ces abus, est apparu le concept de tourisme durable. Que se cache-t-il derrière cette nouvelle tendance ? Cette analyse tente de répondre à cette question en replaçant l'apparition du tourisme durable dans le contexte de l'évolution du secteur touristique.

Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises, 45 – 1000 Bruxelles

02 238 01 00 | info@cpcp.be | www.cpcp.be



Chaque jour, des nouvelles du front !

www.facebook.com/CPCPasbl

Toutes nos publications sont disponibles en téléchargement libre :
www.cpcp.be/publications/