



AMBIGUITÉ ENTRE PERCEPTION ET RÉALITÉ FACE AU TOURISME VERT



Dans un contexte où le **tourisme de masse était à son apogée dans les années 2000**, cette tendance sociétale s'essouffle de plus en plus. Cette manière de voyager se confronte aux nombreuses interrogations des touristes sur l'impact environnemental et ses aspects non-éthiques. D'après le Sustainable Travel Report 2023 réalisé par Booking.com, **76% des voyageurs souhaitent voyager de manière plus durable**. Deux tiers des français se sentent concernés par la notion de tourisme durable (étude Kantar x L'ADN, septembre 2021).

L'essor de nouvelles tendances de voyage plus durables essayent de changer des habitudes de consommation déjà très ancrées chez les "consommateurs". Néanmoins ces nouvelles manières de voyager restent encore méconnues des touristes et peuvent laisser place à de **nombreuses confusions et des contradictions entre leurs croyances et leurs perceptions** (Dekhili, S. et Akli Achabou, M., 2014).

Nous notons également des ambivalences, des décalages entre ce que qu'un individu souhaite faire et la réalité.

Dans quelles mesures la perception du tourisme vert diffère-t-elle de la réalité dans ses pratiques ?

I - Une ambivalence déjà existante entre la compréhension et la réalité

Pour vous qu'est-ce que l'écotourisme/tourisme vert ?*

Proximité **Tourisme dans milieu naturel**
Randonnées **Voyage durable** **Nature**
Transports **verts** **Tourisme non-conventionnel** **Grands jardins**
Pas d'excès
Espaces verts



D'après la littérature, qu'est-ce que c'est ?*

*Suite à la lecture de la littérature scientifique sur le sujet, nous avons constaté qu'il existait de nombreuses définitions. Par soucis de clarté, nous avons décidé de nous arrêter sur les définitions ci-dessus.

"L'écotourisme consiste à voyager et visiter des zones naturelles sans les perturber et les polluer, dans le but d'étudier et d'admirer le paysage, les plantes et animaux sauvages qu'elles abritent, ainsi que toute manifestation culturelle (passée et présente), observable dans ces zones » (Coria et Calfucura, 2012). Si l'écotourisme a d'abord été assimilé à un tourisme de nature, les acceptions les plus récentes mettent l'accent sur différents principes associés au développement durable : maintien des sites visités, satisfaction des besoins des pays et des régions d'accueil, etc. (Froger, 2012)

*D'après des entretiens menés sur le terrain auprès de 8 individus entre 16 et 50 ans le 17 avril 2024 à Angers.

II - Un décalage entre les idéaux et réalités

Bien que de nombreux touristes souhaitent voyager de façon responsable, il persiste des divergences entre les idéaux de l'écotourisme et les comportements réels adoptés.

Idéaux

- Prix moins cher que pour le tourisme de masse car la destination est à proximité
- Destinations axées nature, environnementales
- La distance parcourue pour y aller est courte
- Type d'activités et services proposés responsables
- Enrichissement culturel auprès des populations locales
- Moyens de transports responsables
- L'offre se concentre sur des services purement utilitaires
- Produits proposés sont locaux

Réalités

- Offres pas forcément moins chères
- Les consommateurs ne veulent pas s'ajouter des contraintes surtout pour partir en vacances à proximité
- Très environnemental
- Profit à court terme favorisé par les acteurs du tourisme
- Moyens de transports en commun pas forcément plus développés surtout dans des zones "naturelles"



III - Le Prix Vert : quand l'écotourisme demande des sacrifices

Malgré un intérêt pour l'écotourisme, il y a une **discordance** entre les **attentes** des consommateurs et la **réalité**. Les vacances sont vues comme un moment de détente, ce qui rend les pratiques écologiques parfois mal perçues ou difficiles à adopter. En outre, le tourisme durable est souvent associé à une **réduction de la consommation et à une privation de plaisir**, conduisant certains à percevoir les alternatives écologiques comme un **sacrifice** affectant la destination, le voyage ou le confort (Dekhili et al., 2015; Brieu et al., 2011).

La **perception des coûts** influence le comportement des consommateurs envers l'écotourisme. Environ deux Français sur trois considèrent les critères de tourisme durable lors de la planification de leurs vacances, mais seulement 12 à 14% tiennent compte de la durabilité dans le choix du mode de transport (Étude Kantar x L'ADN, septembre 2021).

D'après un sondage Ifop réalisé en 2021, 80% des Français considèrent que la responsabilité de réduire l'impact environnemental du tourisme revient principalement aux professionnels du secteur. Bien que les consommateurs recherchent des offres qui répondent à leurs besoins, ils hésitent à changer leur façon de voyager et à devenir acteurs du changement.

Conclusion

Bien que le **tourisme responsable offre une alternative durable** au tourisme de masse, son adoption reste un défi. Changer les habitudes de confort des touristes est difficile, et l'ambivalence des consommateurs envers l'écotourisme se reflète dans les études. **Les sacrifices perçus peuvent parfois mener à compenser par des pratiques non durables**. Toutefois, en adoptant une approche consciente de notre impact en voyage, nous pouvons favoriser un tourisme respectueux de l'environnement et des communautés locales.

Quelques tips pour un voyage plus durable

Environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Economiser les ressources rares et précises (par exemple, l'eau et l'énergie) • Minimiser la production de déchets • Etaler dans le temps et dans l'espace les flux de visiteurs • Protéger le patrimoine naturel • Imposer des contraintes au tourisme dans les espaces sensibles • Valoriser le tourisme de nature lorsqu'il répond à la capacité d'accueil du lieu
Culture	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter le patrimoine artistique, archéologique et culturel • permettre la survie et l'épanouissement des productions culturelles et artisanales traditionnelles et non pas provoquer leur standardisation et leur appauvrissement • Pour les entreprises multinationales de l'industrie touristique, éviter de devenir le vecteur des modèles culturels et sociaux artificiellement imposés aux communautés d'accueil; s'engager dans le développement local en évitant le rapatriement excessif des bénéfices; ne pas réduire la contribution qu'elles apportent aux économies où elles sont implantées par des importations excessives.
Economie	<ul style="list-style-type: none"> • Permettre aux populations locales de participer équitablement aux bénéfices économiques, sociaux et culturels qu'elles génèrent • Contribuer à l'amélioration des niveaux de vie des populations • Favoriser, à compétence égale, l'emploi local et la main d'œuvre locale

Source : Le tourisme durable : les sept clés du succès. Agnès François-Lecompte, Isabelle Prim-Allaz, Fabien Durif. Dans Gestion, 2013/3 (Vol. 38), pages 84 à 96.



En savoir +
Les méfaits du tourisme de masse



Sources : IFOP, (2021, 12 avril). Les Français et le tourisme durable - IFOP. <https://www.ifop.com/publication/les-francais-et-le-tourisme-durable/> // Dekhili et al. (2015). La perception de l'écotourisme : Complexité sémantique et attentes des consommateurs. RIMHE - Revue Interdisciplinaire Management, Homme et Entreprise, 10 // Hinton, T. (août 16, 2022). Les consommateurs veulent voyager de manière plus durable [Image digitale]. Retrieved mai 13, 2024, from <https://fr.statista.com/infographie/30749/le-dilemme-du-voyage-durable/> // Comment le tourisme peut-il se réinventer à l'ère de la COVID ? <https://www.kantar.com/fr/inspirations/research-services/2022/reinventer-le-tourisme-a-l-ere-du-covid#:~:text=,%C3%A9%20pour,douces%20et%20nata%3%A9%20sur%20place.> // Webmaster. (2023, November 30). Statistiques sur le tourisme durable: chiffres clés et tendances 2023. Avanto. <https://www.avanto.com/fr/blog/statistiques-tourisme-durable/> // Poulain, J. P. (1997). Gout du terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe. Ethnologie Française, Nouvelle Serie, T. 27, 1, 18-26. <https://www.jstor.org/stable/4098924> // François-Lecompte, A., Prim-Allaz, I., & Durif, F. (2013). Le tourisme durable : les sept clés du succès. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-gestion-2013-3-page-84.html> // Dekhili, S., & Achabou, M. A. (2014). La perception de l'écotourisme : Complexité sémantique et attentes des consommateurs. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-rimhe-2014-1-page-37.html> // Archi, Y. E., & Benbba, B. (2022, 15 mai). Ecotourisme et développement durable : étude empirique sur la perception des consommateurs. <https://revue-issg.com/index.php/home/article/view/948> // SOUSSI, M. (2012, juillet). Les pratiques du tourisme vert. LeMagEco. Consulté le 13 mai 2024, à l'adresse https://www.researchgate.net/profile/Mohamed-Soussi/publication/301621684_Les_pratiques_du_tourisme_vert/links/571e060308aeaced7889d5b7/Le-pratiques-du-tourisme-vert.pdf