

Le tourisme saisi par la question de la durabilité

BATES Samuel, professeur en économie, Granem, Université d'Angers

FROCHOT Isabelle, maîtresse de conférences en gestion, IREGE, Université Savoie Mont Blanc
(rapport rédigé avec l'assistance de Kang Wook Cho et Ilse De Klijn, IREGE)

MONDOU Véronique, maître de conférences en géographie, UMR CNRS 6590,
ESO - Espaces et Sociétés, Université d'Angers

PELLERIN Céline, Professeur Associée, UMR CNRS 6590, ESO - Espaces et Sociétés,
Université d'Angers

VIOLIER Philippe, professeur en géographie, UMR CNRS 6590,
ESO - Espaces et Sociétés, Université d'Angers

Introduction

Comme toute activité humaine, le tourisme produit des effets sur l'environnement. Il est parfois particulièrement mis sur la sellette au motif que cette pratique sociale ne serait pas aussi nécessaire que d'autres, comme l'agriculture ou l'industrie. En réponse à cette posture productiviste, il a été souligné que le tourisme en tant que pratique *déroutinisante*¹ (Elias et Dünning, 1994) participe au déploiement de la civilisation industrielle. Cette démonstration développée, nous reviendrons sur les concepts et les enjeux fondamentaux de la durabilité avant de pointer que, s'agissant du tourisme, le point d'achoppement essentiel réside dans le transport et ses évolutions abordées dans la troisième partie. Enfin, cette question du transport en situation touristique fait déjà l'objet d'analyses et de postures qu'il convient de rappeler en quatrième partie, au début de ce projet de recherche qui vise à analyser, à partir de l'étude du comportement et de la sensibilité à la question des plus mobiles comment un tourisme plus durable, qui maîtriserait la question du transport, serait possible.

1. Le sens du tourisme

Deux raisons motivent une réflexion sur le sens du tourisme dans notre société lorsqu'est abordée la question de la soutenabilité dans ce domaine. D'une part, les notions de tourisme, de voyage, de mobilité, de vacances sont confuses dans les esprits et se recouvrent plus ou moins. Une clarification conceptuelle est nécessaire afin de déterminer quel est notre objet de recherche. D'autre part, la tentation est forte dans les discours de considérer le tourisme comme une activité futile, dont les individus pourraient donc se passer eut égard aux enjeux environnementaux. Nous développons ces deux thèmes.

1.1. Comment définir le tourisme ?

Dans la société, il est fréquent de ne pas distinguer le tourisme d'autres mobilités. L'Organisation Mondiale du Tourisme, fondée en 1953, en a une approche très large. Elle définit en effet le tourisme comme une mobilité hors de la résidence principale pour une certaine durée et selon différents motifs. Si la borne inférieure d'une nuitée, hors de son environnement habituel, peut être acceptée, la limite maximale d'une année paraît largement excessive. La somme du nombre de jours de congés payés et des jours fériés n'excède pas 35 jours dans les sociétés les plus généreuses, qui sont aussi les plus riches. Certes cette réflexion vaut pour les salariés. Or si elle ne pose pas de problème vis-à-vis des entrepreneurs et des professions libérales dont les statistiques montrent qu'ils ont tendance à prendre moins de jours de congé que les salariés,

¹ Les routines sont les contraintes qui s'exercent contre les individus et qui amènent à des degrés élevés et épuisants d'auto-contrôle qui nécessitent en retour des modes de *déroutinisation* efficaces pour permettre la recreation des individus, et de ce fait l'épanouissement de la société industrielle. Le tourisme fait partie selon les auteurs des modes les plus efficaces.

elle est questionnée par l'arrivée à l'âge de la retraite de personnes âgées qui ont pris l'habitude d'être touristes pendant leur période d'activité et qui entendent poursuivre ces pratiques. Dès lors se limiter à la durée des congés payés n'aurait pas de sens mais une borne de trois ou quatre mois semble assez pertinente. La question mériterait cependant d'être travaillée pour intégrer des mobilités de longue durée réalisées par cette population, notamment pendant l'hiver (saison thermique froide). Un questionnement équivalent peut être mené sur les populations de backpackers.

La question des motifs interpelle également. L'OMT intègre dans sa définition des mobilités très hétérogènes. Outre que la catégorie « autres motifs » permet de les intégrer toutes, nous relevons que les mobilités d'affaires ont un sens radicalement différent de ce que nous rangeons habituellement dans la catégorie des « vacances ». Ce dernier terme, couramment mobilisé par l'Insee, désigne une interruption de l'activité professionnelle qui n'implique pas nécessairement une mobilité. En effet, les mobilités d'affaires relèvent de décisions prises dans le cadre d'une organisation. Elles visent à atteindre un objectif considéré comme stratégique. Ces déplacements ne sont pas, par ailleurs, financés par les individus et les éventuels déboires sont assumés par l'assurance de l'entreprise. Enfin, et surtout, pendant ce laps de temps passé hors de sa résidence, l'individu subit un programme, n'est pas libre de son temps et de ses activités. Certes, en dehors du planning, il recouvre un peu de marge de manœuvre. Cependant, comme lorsqu'il est dans son environnement quotidien, il s'agit d'un temps libre fragmenté et restreint.

Cette approche institutionnelle domine encore dans les sciences sociales. Elle n'est questionnée qu'en géographie et en France (Stock et al., 2017). Ailleurs, soit la question reste peu analysée et les chercheurs adoptent la définition institutionnelle sans la discuter (Shaw et Williams, 2004), notamment

- en économie : Vellas 1985 et 1992 ; Raboteur, 2000 ; Dupont, 2002 ; Caccomo, 2007 ; Botti et al., 2013, malgré l'avancée théorique produite par Pascal Cuvelier en 1998 ;
- en sciences de gestion, Spindler, 2003 ; Petr, 2010 ; à l'exception de Clergeau, 2014, soit elle est éludée
- en sociologie : le concept de vacances domine (Réau, 2011), or au sens propre les vacances marquent un temps d'arrêt du travail mais ne spécifient pas l'usage fait de ce temps libéré.

1.2. Le tourisme comme système

Une analyse a émergé à la fin des années 1990, portée par une équipe de recherche en géographie, l'Équipe MIT (Équipe MIT 2002 ; Stock et al., 2003 ; Knafou et Stock, 2013). Elle a pris appui sur des travaux produits par des sociologues (Élias et Dünning, 1994) qui ont mis en évidence tout d'abord l'ensemble des contraintes qui se sont exercées sur les individus avec l'avènement de la société industrielle. Celle-ci a supposé l'affirmation d'un espace-temps nouveau caractérisé par la double instauration d'une distinction plus claire entre temps de travail et temps libre, d'une part, et entre espace de travail et espace domestique d'autre part. Dans l'usine dédiée au travail s'instaurent des contraintes de plus en plus fortes qui aboutissent à

épuiser les individus. Le déploiement de la civilisation industrielle s'est donc accompagné de l'instauration d'un temps hors travail qui a pour fonction de permettre le relâchement relatif des contraintes. L'importance du va et vient entre temps quotidien et contraint et temps libre a ainsi joué un rôle fondamental permettant à la civilisation industrielle d'advenir. Cette analyse produite par Élias et Dünning (1994) à propos du sport inventé en même temps peut être étendue au tourisme. En effet, les auteurs développent le concept d'un spectre des loisirs ordonné en trois catégories principales, qui va des formes les moins réparatrices, notamment les tâches domestiques comme l'entretien de la maison ou l'éducation des enfants, aux plus efficaces. Dans cette dernière catégorie, ils distinguent à nouveau plusieurs classes dont notamment la dernière, la plus active, inclut « voyager pendant son temps libre ». De ce point de vue, le loisir recoupe son acception en sciences économiques (i.e., l'usage libre du temps non consacré à travailler) qui légitime un arbitrage clé travail-loisir.

Il appartenait à des géographes de reprendre l'analyse pour proposer une compréhension de la relation avec les lieux, car mobilisant le mot « voyager », Élias et Dünning (1994) intègrent la notion de déplacement (changement de place) mais sans lui donner tout son sens. En réalité, ce changement de lieu signifie quitter le lieu du quotidien vécu comme aliénant et participant des contraintes qui pèsent sur la vie quotidienne pour se diriger vers des lieux dédiés, conçus, arrangés pour favoriser le relâchement des contraintes, et ce en mettant en œuvre des pratiques qui elles aussi concourent à la récréation des individus. C'est pourquoi nous définissons le tourisme comme un système qui a pour finalité la récréation des individus et ce système comprend des lieux, des pratiques, des acteurs, des normes et valeurs... Prendre en compte cette définition écarte de fait l'idée que les individus peuvent se passer du tourisme, activité futile, et questionne plusieurs notions.

En premier lieu, selon certains auteurs, la réponse au défi environnemental réside dans le « tourisme de proximité » ou « le slow tourisme » sans qu'une distinction soit clairement établie entre ces notions. En effet, le marché du conseil génère des propositions marchandes, avec une rapidité étonnante et avec une dynamique sémantique forte qui ont pour objectif mercatique de se positionner et de se différencier. L'idée repose sur une solution simple. Si le tourisme génère des gaz à effet de serre (GES), il suffit de limiter les déplacements. Or, s'il est certain que l'amplitude du déplacement ne garantit pas la qualité de l'expérience et de la *déroutinisation*, la rupture avec le quotidien pendant une durée assez longue semble nécessaire. Il n'est pas sûr que les espaces proches soient toujours arrangés pour l'accomplissement de la rupture avec le quotidien.

En second lieu, le tourisme virtuel s'invite par le truchement de technologies nouvelles qui proposent de substituer au déplacement l'immobilité des individus dument équipés d'un casque. Cette proposition qui convient pour des individus empêchés de se déplacer n'est qu'un pis-aller pour les autres. Car le tourisme consiste à aller ailleurs avec son corps donc éprouver par tous ses sens et pas seulement par la vue, comme ont pu le laisser penser des approches accordant une place excessive au regard, notamment *the tourist gaze* (Urry, 1990). Par ailleurs, nous pointons que le développement des images est allé dans le mêmes sens que la croissance des flux touristiques depuis la fin du XXème siècle. En fait, l'exposition croissante aux images

accroît plutôt notre désir de voyager qu'il ne le satisfait.

Par ailleurs, Caire (2015) montre que dans notre société le tourisme est devenu une valeur cardinale du bien-être et du bonheur de vivre. C'est ce qui explique, au-delà des inégalités sociales persistantes, que ceux qui ne partent pas pendant la crise sont déjà ceux qui ne le faisaient pas ou peu avant, soit les employés et les ouvriers ; que le taux de départ en vacances ne s'est pas effondré avec le passage des trente glorieuses, période pendant laquelle la pratique est passée au stade du tourisme de masse, à la crise économique.

2. La question des impacts environnementaux

2.1. Impact environnemental, de quoi parle-t-on ?

Il existe une rétroaction entre tourisme et environnement qui a une acuité renouvelée par le changement climatique. Ce changement global tend à bousculer l'opportunité touristique des territoires à travers les choix de destination et de déplacement. Les ressorts des mutations en cours sont l'évolution de normes environnementales, sociales et culturelles, ainsi que l'évolution des coûts d'ajustement associés (Buckley, 2011).

D'un côté, toute action humaine induit un impact sur l'environnement. Notre espèce vit sur la croûte terrestre (impact sur le sol) et dans la troposphère (impact sur l'air) au point de qualifier notre époque d'anthropocène (Crutzen et Stoermer, 2000). La mobilité s'inscrit dans les activités humaines et économiques. Les flux des déplacements des individus et des objets ne cessent de croître et permettent aux personnes comme aux organisations de réaliser les activités courantes (travail, formation, loisirs).

De l'autre côté, les effets de nos déplacements sont multiples sur la santé (impact des polluants atmosphériques, bruits, fatigue, stress, insécurité routière...) et sur l'environnement (émission de gaz à effet de serre (GES), consommations d'énergie, nuisances visuelles et sonores, consommation de terres agricoles et naturelles, rupture de corridors écologiques...).

Cet état de fait légitime l'émergence du tourisme durable avec pour corollaire la question des mobilités touristiques durables. La transition de la mobilité vers l'éco-mobilité, ou la mobilité durable intègre bien les notions de cadre de vie (social & économie) à la protection de l'environnement, tout comme le développement durable. Néanmoins, le concept de mobilité touristique reste en débat puisque sa traduction empirique répond encore assez peu aux enjeux globaux de la durabilité tels que définis dans le rapport Brundtland (1987) (Holden et al., 2013). La conformité à des seuils économiques, sociaux et environnementaux tend pour autant à imposer une révision du rapport au transport liées à la mobilité touristique.

2.2. Du développement durable au transport durable

♦ Historique

Une première définition est donnée pour le développement durable en 1987 par Brundtland

(première ministre norvégienne) : « Un développement durable doit répondre à nos besoins présents, sans que cela empêche les générations du futur de répondre aux leurs ».

En 1992, le Sommet de la Terre à Rio, tenu sous l'égide des Nations Unies, officialise la notion de développement durable par l'introduction de 3 piliers fondamentaux.

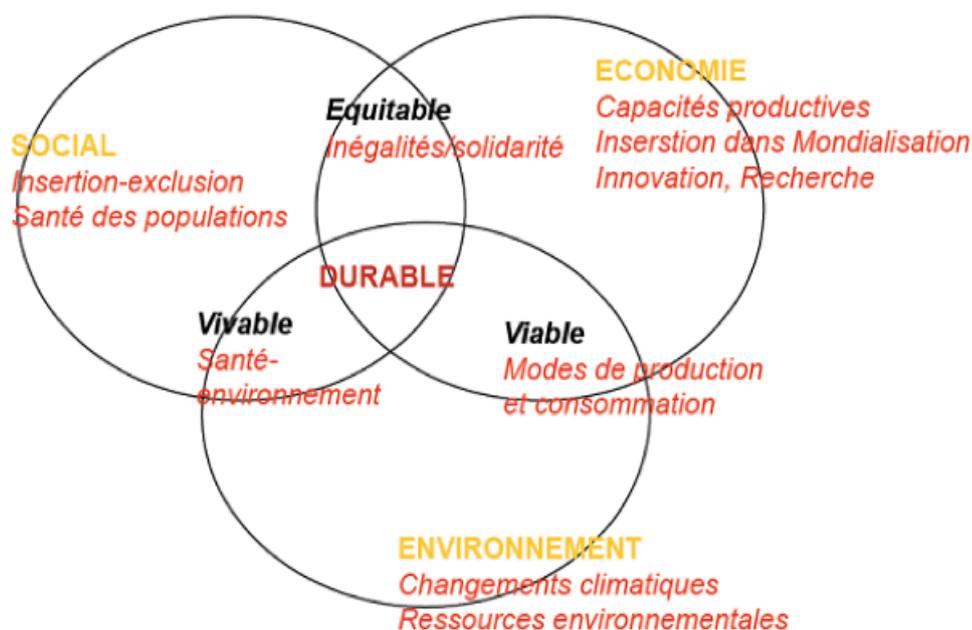


Figure 1. Le triptyque du développement durable vu de façon complète par l'IFEN (Institut français de l'environnement) en 2003

Ce modèle de développement « économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable » est en réponse au grand nombre d'experts et de scientifiques qui tiraient la sonnette d'alarme quant à l'impact de l'activité des êtres humains sur la planète.

En 1997, le Protocole de Kyoto engage les États à la réduction des GES. La COP 21 en 2015 est l'occasion d'un premier accord universel, approuvé à l'unanimité par 196 délégations qui confirme les liens entre le réchauffement climatique et les activités anthropiques.

◆ Principes

Le développement durable tente d'apporter un modèle de société en réponse aux inquiétudes relatives à la planète. Néanmoins, en dépit du flou conceptuel et politique qui entoure cette notion, en dépit des doutes sur les instruments à adopter pour sa mise en pratique, de la difficulté d'articulation et de définition des échelles pertinentes à sa mise en œuvre, malgré la multitude d'acteurs et la prégnance des conflits qui caractérisent leurs relations, le développement durable a acquis une dimension mondiale dont il est nécessaire de souligner l'intérêt comme les contradictions.

Les finalités du développement durable sont les suivantes :

- La lutte contre le changement climatique et la protection de l'atmosphère,
- La préservation de la biodiversité, des milieux et des ressources,
- La cohésion sociale et la solidarité entre les territoires et entre les générations,
- Lépanouissement de tous les êtres humains,
- Une dynamique de développement suivant des modes de production et de consommation responsables.

Chaque finalité est transversale aux enjeux sociaux, environnementaux et économiques, piliers du développement durable.

◆ Limites

La limite de cette notion (un peu fourre-tout) réside dans l'absence de remise en question du modèle de développement économique actuel, caractérisé par le « toujours plus » de production, d'activités... Aujourd'hui, le terme est galvaudé et le « durable » s'accolle à tout, créant parfois même des oxymores (comme consommation durable²).

D'autres formules comme la transition (cf. la Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte promulgué en 2015 en France), l'économie verte (évoquant une baisse de l'impact sur l'environnement du modèle économique actuel), la décroissance (prise de distance entre croissance économique et consommation marchande), émergent et renouvellent le vocable.

◆ Objectifs du développement durable

L'Agenda 2030 est une feuille de route dans laquelle 17 Objectifs de développement durable ont été fixés. Ils couvrent l'intégralité des enjeux de développement dans tous les pays tels que le climat, la biodiversité, l'énergie, l'eau, la pauvreté, l'égalité des genres, la prospérité économique ou encore la paix, l'agriculture, l'éducation, etc.

Le douzième objectif est un appel pour les producteurs, les consommateurs, les communautés et les gouvernements à réfléchir sur leurs habitudes et usages en termes de consommation, de production de déchets, à l'impact environnemental et social de l'ensemble de la chaîne de valeur de nos produits. Plus globalement, cet objectif réclame de comprendre les interconnexions entre les décisions personnelles et collectives, et de percevoir les impacts de nos comportements respectifs entre les pays et à l'échelle mondiale. On y retrouve d'ailleurs un axe sur le tourisme durable, à savoir : « Mettre au point et utiliser des outils de contrôle des impacts sur le développement durable, pour un tourisme durable qui crée des emplois et met en valeur la culture et les produits locaux ».

² La consommation durable qui signifie en science économique l'usage de biens et services de long terme à l'instar du patrimoine immobilier voit sa signification évoluer.



Figure 2. Schéma des objectifs de développement durable en France

Dans le cadre des négociations internationales, un Objectif CLIMAT à l’horizon 2050 de division par deux des émissions mondiales de GES (tous secteurs confondus) par rapport au niveau de 1990 a été fixé. Ceci suppose une réduction très importante des émissions des pays les plus développés. En particulier, la France s’est fixé comme objectif une réduction de 75 % de ses émissions en 2050 (par rapport à 1990).

Dans le cadre de la Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte, la France s’est fixé un objectif de réduction de 40 % des émissions des GES entre 1990 et 2030.

◆ Conclusion

Le concept de développement durable ou les déclinaisons terminologiques plus récentes se voient assortis d’objectifs à divers horizons en termes de réduction des GES. N’oublions pas que la protection de l’environnement, intègre des dimensions sociales indispensables. Les émissions de GES ne doivent pas être le seul indicateur de mesure des impacts environnementaux.

2.3. La prise en compte de l'environnement dans le secteur du transport

◆ De nombreux impacts

L'impact environnemental diffère selon les modes de transport utilisés (marche, vélo, trottinette, voiture, transports en commun, train, bateau, avion). Les dommages des transports sur l'environnement sont nombreux : pollution atmosphérique (notamment émissions de GES), consommation d'énergie, nuisance visuelle et sonore, consommation de terres agricoles et naturelles, rupture de corridors écologiques... Ils se produisent à toutes les étapes : de la production, à la mise hors service.

A ce constat, s'ajoutent les effets sur la santé. En 2013, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) nous alerte sur les enjeux sanitaires des polluants atmosphériques (la pollution de l'air extérieure et les particules associées sont classées cancérigènes certains pour l'être humain). Dioxyde d'azote, ozone ont à la fois des effets néfastes pour l'être humain et les écosystèmes. Les coûts en termes de santé liés à la pollution atmosphérique représentent entre 20 et 30 milliards d'euros chaque année en France.

Enfin, une nuisance sonore associée au transport (routier, ferroviaire, aérien) allonge la liste : le bruit de contact roue-rail, de crissement en freinage...

◆ Des déplacements en hausse

L'ADEME estime que 4 milliards de personnes ont volé dans le ciel en 2017, avec un taux d'occupation des avions de 81,2%. Ce record s'explique par le succès des vols low-cost.

Les émissions liées au transport provenant du tourisme devraient représenter 5,3 % de toutes les émissions de CO₂ d'origine humaine d'ici 2030, contre 5 % en 2016, selon le dernier rapport de l'OMT et du Forum international des transports (ITF), présenté à la COP25, fin 2019. Le transport aérien, lui, représente 2 à 3 % de ces émissions. Selon une étude des Universités de Sydney, du Queensland et de Cheng Kung à Taïwan publiée en mai 2018 dans la revue scientifique *Nature Climate Change* révèle que « l'empreinte carbone » du tourisme mondial est responsable d'environ 8% du total des émissions de gaz à effet de serre de l'humanité. Ce résultat est issu des données sur les flux touristiques entre 160 pays entre 2009 et 2013, et intègre les émissions liées aux transports (combustion du kérosène des avions, essence / gazole des voitures), aux biens / services consommés par les voyageurs (restauration, hôtellerie, achats). Notons que ce résultat intègre les déplacements professionnels et ne déduit pas les émissions liées à la vie à domicile (si le touriste était resté chez lui).

◆ Des évaluations complexes

La chaîne de valeur du transport aérien, ci-dessous, montre la complexité de l'évaluation des émissions de GES.

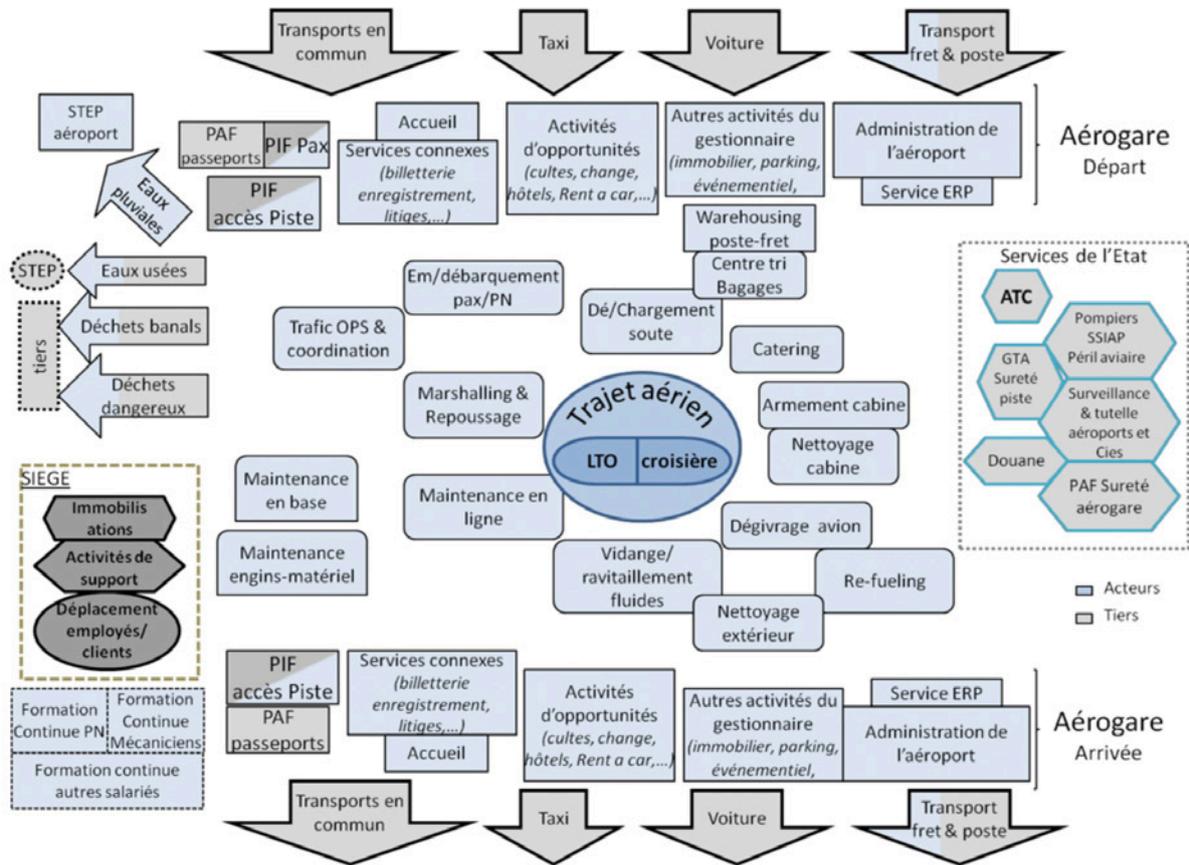


Figure 3. Cartographie de la chaîne de valeur du transport aérien - Guide méthodologique de calcul de bilan des émissions de GES – Fédération Nationale de l'Aviation Marchande

Bien que réduit à l'impact sur la qualité de l'air, le calculateur développé par la Direction Générale de l'Aviation Civile avec le soutien de la Mission interministérielle de l'effet de serre et la collaboration technique du CITEPA, permet d'estimer les émissions de CO₂ par passager pour un ensemble de destinations concernant la France. Il constitue la référence pour répondre à la réglementation pour l'information CO₂ des transports aériens. Pourtant, il ne semble pas prendre en compte : le trajet pour venir à l'aéroport, le forçage radiatif³ positif qui augmente le pouvoir de réchauffement⁴ des gaz émis (facteur de surélévation de 2 – selon l'ADEME – chaque tonne de CO₂ est doublée pour tenir compte du forçage radiatif provoqué par les émissions non CO₂), l'impact de la matière grise...

³ Le forçage radiatif donne une indication de l'ampleur d'un mécanisme de changement potentiel du climat. Il exprime la perturbation ou le changement dans l'équilibre énergétique du système atmosphérique de la Terre, en W m⁻². Des valeurs positives de forçage radiatif laissent entendre un réchauffement net et des valeurs négatives laissent entendre un refroidissement.

⁴ Le pouvoir de réchauffement global d'un gaz se définit comme le forçage radiatif (c'est-à-dire la puissance radiative que le gaz à effet de serre renvoie vers le sol), cumulé sur une durée de 100 ans. cette valeur se mesure relativement au CO₂.

Ce qu'il faut retenir des évaluations : il est extrêmement complexe d'évaluer les impacts sur l'environnement, ce serait-ce que pour un vol défini. Les impacts sont multiples (eau, air, déchets, énergie, sol...) et à toutes les étapes (production, transformation, distribution, usage, fin de vie). Les analyses de cycle de vie (ACV) ne permettent pas d'aboutir à des données fines, mais plutôt à des ordres de grandeurs.

♦ Comparaison entre les modes de transports :

L'ADEME propose un outil de comparaison des modes de transport, uniquement sur l'étape « usage » du cycle de vie et uniquement sur le volet « émission de CO₂ ». Rappelons que cela est très partiel.

TGV : 13 g CO₂/km.

Voiture électrique : 22 g de CO₂/km

TER, Intercités, TéoZ : 43 g de CO₂/km

Voiture avec agrocarburant : 85 g de CO₂/km

2-roues jusque 125 cm³ : 113 g de CO₂/km

Avion, vol long-courrier : 118 g de CO₂/km

Moto de plus de 750 cm³ : 123 g de CO₂/km

Voiture diesel de taille moyenne : 127 g de CO₂/km

Voiture hybride : 128 g de CO₂/km

Autobus : 130 g de CO₂/km

Voiture essence taille moyenne : 135 g de CO₂/km

Avion, vol domestique : 145 g de CO₂/km

Voiture GPL taille moyenne : 188 g de CO₂/km

Voiture 4 x 4 : 250 g de CO₂/km

Au-delà de l'imprécisions des évaluations, ce qui est intéressant ici, c'est les ordres de grandeur entre les modes de transport.

♦ Comparaison des émissions entre les usages :

L'étude « Hypermobilité voyageurs » distingue des groupes de voyageurs (5) français ayant un nombre de voyages entre les groupes assez similaires, de l'ordre de 6,2 à 6,5 par personne et par an :

- Groupe 1 : les voyageurs fréquents qui privilégient les voyages courts (moins de 3 nuits) ou à la journée
- Groupe 2 : les voyageurs qui ont tendance à utiliser les trains, privilégiant les destinations françaises

- Groupe 3 : les voyageurs qui ont tendance à utiliser la voiture, privilégiant les destinations françaises
- Groupe 4 : les voyageurs voyageaient en avion, privilégiant les destinations françaises / européennes
- Cluster 5 : voyageurs fréquents en France et à l'étranger, y compris vers les destinations long-courriers, en utilisant tous les modes de transport

Le groupe 5 émet en moyenne 4 300 kg d'équivalent CO₂, lorsque le groupe 1 est à 536 kg d'équivalent CO₂, soit un facteur 8 entre des voyageurs fréquents.

◆ Conclusion

Avec une tendance mondiale vers une mobilité plus importante aérienne, les émissions augmenteront indéniablement. Cela interpelle forcément sur la cohérence avec les engagements (Kyoto et autres) sur la réduction des émissions. La mobilité est un poste d'émission fort : « Les émissions individuelles associées à la consommation alimentaire peuvent varier d'un facteur 2-5, d'un facteur 5-10 pour le logement, mais éventuellement d'un facteur 100-1000 pour la mobilité. » (Étude « hypermobile travellers »)

3. La question des transports au cœur du système touristique abordé depuis la question de la durabilité

Si nous admettons que les effets sur l'environnement provoqués dans le lieu touristique sont peu différents de ceux qui auraient pu être produits au lieu de résidence, la question essentielle, s'agissant du tourisme, est bien celle des transports.

3.1. Mutation dans l'offre de transport

Les dernières décennies ont montré de profondes mutations dans les systèmes de transport. Si dans les années 1950-1960, des améliorations technologiques ont permis d'améliorer l'efficacité des transports (apparition des avions à réaction, introduction des trains à grande vitesse TGV), les évolutions observées actuellement se font davantage sous l'effet d'un changement de posture des Etats, par l'apparition des nouveaux opérateurs de transport, par l'affirmation de nouvelles puissances économiques et politiques, et par l'évolution de la demande.

◆ Politique des Etats

A l'échelle mondiale, et plus encore aux Etats-Unis et en Europe, les politiques d'encadrement de l'activité du transport tendent à aller vers moins de protectionnisme et davantage d'ouverture à la concurrence. Tous les modes de transport collectifs y sont soumis : l'autocar, le transport ferroviaire et le transport aérien. Si les rythmes peuvent différer selon les pays, ils tendent tous vers la même politique.

Dans le transport aérien, ce sont les Etats-Unis qui ont initié ce mouvement avec la promulgation en 1978 du *Airline Deregulation Act*. L'objectif était de supprimer les restrictions limitant le libre exercice des compagnies. Les leviers de changement concernaient principalement la libre fixation des tarifs par les opérateurs et la non-désignation des compagnies quant à l'obtention de droits de trafic (Windle et Dresner, 1999, Goetz, 2002, Goetz et Vowles, 2009). L'Union européenne a suivi ce mouvement et après deux décennies de déréglementation progressive, la libéralisation du transport aérien communautaire (auquel s'ajoute la Suisse et la Norvège) a été totale en 1997. De cette ouverture à la concurrence, deux conséquences principales apparaissent. On a assisté à la création de nouvelles liaisons, entre les pays européens d'une part, mais aussi sur les marchés domestiques. En effet, la déréglementation permet à n'importe quelle compagnie de l'Union européenne, de réaliser n'importe quel vol au sein de cet espace, y compris des vols intérieurs dans un pays tiers. La seconde conséquence majeure a été la baisse des prix des billets.

Les autres modes de transport ont connu la même évolution. L'ouverture à la concurrence du transport ferroviaire est déjà effective dans la plupart des pays européens et va l'être en France fin 2020. Même si les effets sont moins spectaculaires, notamment sur les prix en raison du poids de l'infrastructure support (le transport aérien ne nécessite qu'un aéroport de départ et d'arrivée, alors que l'accès aux rails est contraignant et fait l'objet de lourdes redevances), cela permet l'entrée sur le marché de nouveaux opérateurs.

Le transport par autocar est lui aussi ouvert à la concurrence, avec quelques opérateurs qui se disputent le marché européen. La France a plus tardivement dérégulé ce mode de transport, mais depuis 2015, l'ouverture à la concurrence est effective ce qui a permis l'arrivée d'opérateurs français (Ouibus) ou étrangers (Flixbus). Avec des prix très attractifs, le bus longue distance est devenu un nouveau concurrent du train et de l'avion, prioritairement sur les marchés domestiques, mais aussi internationaux.

Par ailleurs, il faut noter un changement de statut des opérateurs et des modes de financement des infrastructures de transport. Du statut d'entreprise nationale, la plupart des opérateurs européens sont devenus des entreprises privées. Lorsqu'elles sont nées dans les années 1920-1930 (par exemple, KLM a été fondée en 1919, Lufthansa en 1926, Air France en 1933, La SNCF en 1938), les compagnies aériennes représentaient avant tout un faire-valoir des Etats qui les avaient créées. Il était davantage question de symbole que de rentabilité économique. Les compagnies aériennes étaient à la fois la démonstration d'un savoir-faire technologique et un outil de rayonnement international. Les lignes suivaient d'ailleurs le réseau des comptoirs et des colonies établis dans les autres continents. Avec l'arrivée des indépendances, cela permettait aux Etats européens de maintenir leur réseau d'influence. La logique qui primait était, pour chaque grande puissance européenne, de se doter de sa propre compagnie aérienne et ferroviaire, avec comme clientèle principale, la population nationale. Ce système a disparu et à ces entreprises d'Etat se sont substituées des entreprises privées et transnationales.

Ainsi Air France a été privatisée en 2004 (même si l'Etat conserve une partie du capital) et la SNCF est en passe de devenir une société anonyme à capitaux publics (actuellement il s'agit

d'un EPIC, Etablissements Public Industriel et Commercial). Par ailleurs, l'heure est aux alliances, qu'elles soient commerciales ou capitalistes. La fusion d'Air France et KLM en 2004, l'intégration de British Airways, Iberia, Aer Lingus au sein du groupe IAG en 2011, le rachat par Lufthansa de Swiss, Austrian et Brussels ont permis la constitution de trois géants européens de l'aérien. Ces compagnies s'inscrivent elles-mêmes dans des alliances internationales réunissant des opérateurs états-unis, européens et asiatiques (StarAlliance, OneWorld et Skyteam). Le même mouvement s'opère dans le ferroviaire avec la constitution de sociétés transnationales gérant les réseaux partagés entre deux pays (Eurostar, Thalys, Lyria, Elipsos, Aléo). Face à ces groupes, les opérateurs indépendants résistent difficilement. En témoignent les faillites de compagnies aériennes qui ont émaillé les années 1990 (Air Charter), 2000 (Air Littoral, Euralair et Aéris) et qui se poursuivent aujourd'hui (disparition en 2016 de Air méditerranée, en 2017 de Air Berlin, en 2018 de Primera Air, Wow Air et en 2019, de XL Airways ou Aigle Azur pour ne citer qu'elles).

Par ailleurs, on note un mouvement de désengagement des Etats. En France, l'Etat a à sa charge le contrôle aérien, mais n'est plus propriétaire d'Air France et tend à faire de même avec les aéroports qui sont privatisés (cf. Nice, Toulouse, et les débats actuels sur le désengagement de l'Etat dans les aéroports parisiens). On note aussi la baisse des lignes aériennes en Délégation de Service Public qui visent, dans le cadre des politiques d'aménagement du territoire, à soutenir des lignes dans des territoires à faible accessibilité. En parallèle, on note la montée en puissance de l'implication des collectivités locales (Régions, Départements, regroupement de communes), à la fois dans le transport aérien et ferroviaire. De nombreux aéroports sont supportés financièrement par les collectivités locales grâce au financement des infrastructures et de certaines liaisons. Côté transport ferroviaire, la ligne du TGV Est a été la dernière à connaître un financement n'impliquant pas les collectivités territoriales (Auphan, 2008). Les lignes vers Bordeaux et Rennes inaugurées en 2017 ont été largement soutenues par les acteurs locaux. Pour la LGV Bretagne-Pays de la Loire, la contribution des collectivités locales est équivalente à celle de l'Etat, soit un quart du montant total de 3,4 milliards d'euros (le reste étant financé par des fonds européens et RFF – Réseau Ferré de France) (Conseil Régional de Bretagne, 2014).

A cet engagement financier correspondent aussi de fortes attentes sur l'effet d'entraînement que peuvent avoir de telles infrastructures sur le développement économique et en particulier touristique (voir entre autres pour le ferroviaire Bonnafous, 1987, Mannone, 1995, Bazin et al., 2006, 2013, Mondou et Pébarthe-Désiré, 2018 et pour l'aérien Donzelli, 2010, Graham et Dennis, 2010, Rey et al. 2011, Mondou et Dobruszkes, 2013). Or, il est avéré que si croissance il y a, elle ne peut seulement être imputée à une infrastructure de transport (Offner, 1993) et des politiques d'accompagnement doivent être mises en place. Les collectivités se sont donc largement investies dans la mobilisation de l'ensemble des acteurs publics et privés, et dans la mise de place de politiques visant à renforcer leur attractivité. Il s'en suit une forte concurrence entre les territoires, chacun cherchant à tirer profit des investissements consentis.

♦ De nouveaux opérateurs : le *low-cost*

La conséquence majeure de ces changements a été l'apparition de nouveaux modèles de compagnies de transport : le *low cost*. D'abord apparu dans l'aérien, le modèle gagne, avec des ajustements, le transport ferroviaire (Delaplace et Dobruszkes, 2015).

Le *low cost* est né aux Etats-Unis à la suite de la déréglementation de la fin des années 1970 avec la compagnie Southwest. De façon logique, il a franchi l'Atlantique au fur et à mesure que l'Union européenne suivait le modèle des Etats-Unis (Decker, 2004, Barrett, 2008 et 2011, Alderighi et al., 2012, Gross et Lück, 2013). Deux compagnies aériennes créées dans les années 1980 et 1990, Ryanair (1985) et EasyJet (1995) se sont positionnées sur ce marché et ont conservé depuis leur place de leader. Le modèle de Ryanair a été explicitement copié sur celui de Southwest. Les principes stratégiques sont basiques : il s'agit de simplifier au maximum le produit, en l'occurrence ici proposer un vol entre un point A et B, en diminuant les coûts d'exploitation (d'où leur nom) tout en recherchant à maximiser la recette globale (vendre un maximum de billets et ajouter des services annexes générant des revenus ancillaires).

Pour le consommateur, cela s'est traduit par une baisse du prix des billets grâce aux propositions tarifaires des compagnies *low cost*, mais aussi par l'effet de cette concurrence, sur les prix pratiqués par les compagnies dites traditionnelles.

Les doutes sur le succès de ce modèle que pouvaient avoir les concurrents au début des années 2000 ont vite été balayés devant la croissance spectaculaire des *low cost*. Aujourd'hui, elles sont présentes en Amérique (Canada, Etats-Unis, Mexique, Brésil), en Europe mais aussi en Asie (République populaire de Chine exclue) et représentent 30 % de l'offre mondiale (cette part monte à 40 % en Europe). Il est à noter que le modèle de compagnies *low cost* est particulièrement adapté aux réseaux court et moyen-courriers (moins de 4-5 heures de vol). Cela explique que la grande majorité des vols se déploient par continent, au sein des Etats-Unis, de l'Union européenne (à laquelle s'ajoutent 2 destinations qui ont déréglementé leur marché, le Maroc et Israël) et particulièrement au sein des pays du sud-est asiatique. Même si quelques compagnies commencent à proposer des vols *low cost* long-courriers au départ des pays européens (Norwegian, Level (groupe IAG), Eurowings (groupe Lufthansa), les poids lourds du *low cost*, Ryanair et EasyJet, ne se sont pas lancés dans le *low cost* long-courrier qui pèse peu dans l'ensemble du trafic.

Enfin, il est à noter que si ce modèle s'est développé sur la base de la clientèle loisirs, les compagnies *low cost* attirent une part non négligeable de voyageurs d'affaires. EasyJet annonce ainsi une part de 24 % de clientèle affaires sur ses vols⁵.

Le transport ferroviaire n'échappe pas au *low cost* et en France, la SNCF a progressivement lancé une offre *low cost* à partir de 2013. Même s'il est compliqué d'appliquer tous les principes du *low cost* au ferroviaire (cf. supra), ces trains en présentent certaines caractéristiques :

⁵ https://www.deplacementspros.com/Francois-Bacchetta-Easyjet-24-de-nos-clients-sont-des-voyageurs-d-affaires_a47796.html

moins de services ou payants (bagages), moins de confort, densification des voitures, utilisation plus intensive des trains et des prix plus bas. La SNCF vise 25 % du trafic ferroviaire en 2021⁶. Il s'agit pour la SNCF de contrer la concurrence intermodale du *low cost* aérien et des autocars. Les conséquences que l'on retiendra des politiques de déréglementation sont l'augmentation de l'offre proposée par de nouveaux opérateurs (multiplication des lignes intra-européennes et domestiques) et la baisse des prix.

♦ La montée en puissance de nouvelles compagnies

Un autre phénomène marquant du transport aérien mondial a été la montée en puissance d'Etats qui ont intégré l'outil aérien au sein de leur politique d'expansion. L'accès à l'indépendance de nombreux Etats dans les années 1960 et 1970 et la volonté d'affirmer leur statut de destination touristique les ont poussé à créer leur compagnie aérienne (Air Mauritius en 1967, Singapour Airlines en 1972, etc.). Dans une logique proche, la montée en puissance des monarchies pétrolières du Golfe a démontré la valeur donnée au transport aérien en tant que vecteur de communication. Le milieu des années 2000 a été marqué par l'extraordinaire croissance de nouvelles compagnies aériennes, parmi lesquelles trois font figure de leaders : Emirates de l'Emirat de Dubai, Etihad de l'Emirat d'Abu Dhabi et Qatar du pays éponyme (Hooper et al., 2011, O'Connell, 2011, O'Connell et Bueno, 2018). On remarque que deux d'entre elles, dont la plus puissante, Emirates, appartiennent au même pays, les Emirats Arabes Unis. Ces compagnies sont nées de la réunion de plusieurs objectifs : devenir des destinations touristiques, accompagner le modèle de développement économique basé sur le commerce international et s'affirmer en tant que puissance politique internationale. Pour cela, et parmi d'autres stratégies, ces émirats et états se sont dotés de compagnies aériennes au modèle original. A l'encontre des principales zones du transport aérien (Amérique du Nord, Europe, Asie) où les compagnies régulent volontairement leur offre afin de maximiser leur revenu, les compagnies du Golfe persique propose une offre supérieure à la demande enregistrant ainsi des indicateurs peu performants (le taux de remplissage qui est un indicateur essentiel dans la rentabilité des compagnies aériennes est ainsi de 1 à 1,5 point inférieur aux autres zones et il baisse chaque année). La logique ici n'est pas tant celle de la performance économique que du rayonnement international. Par ailleurs, en se dotant d'une flotte conséquente (Emirates possède 110 A380 et attend la livraison de 13 appareils supplémentaires) et exclusivement composée d'avions gros-porteurs à long rayon d'action (Emirates par exemple ne possède que des A380 et des B777), elles peuvent multiplier les lignes long-courriers au départ de leur hub respectif. Avec ce déploiement mondial, les compagnies du Golfe ont comme cible de clientèle les passagers de tous les continents. Ainsi ces compagnies sont présentes dans les aéroports européens, à la fois dans les principaux aéroports mais aussi dans des aéroports régionaux (en France par exemple Emirates dessert Paris-Charles de Gaulle, mais aussi Nice et Lyon). Enfin, dernier élément du modèle, et pas des moindres pour le consommateur, la flotte importante et

⁶ « SNCF : comment les trains à bas coûts Ouigo ont rendu le TGV populaire », *Le Monde*, 8 juillet 2019.

récente permet de proposer des aménagements et des services de très bonne qualité, à la fois dans les classes avant (première et classe affaires) mais aussi en classe économique (alors que les compagnies traditionnelles avaient tendance à négliger cette classe), le tout à des prix très compétitifs. En effet, le contexte politique, économique et fiscal des pays du Golfe, leur permet de bénéficier de conditions très avantageuses permettant des prix concurrentiels.

Ainsi, la montée en puissance des compagnies du Golfe sur le réseau long-courrier constitue une évolution structurelle qui s'ajoute de celle du *low cost* sur les réseaux court et moyen courriers.

3.2. L'évolution du comportement des touristes

Le système de transport connaît aussi des évolutions en lien avec les attentes des touristes et voyageurs d'affaires. Les opérateurs ont très largement aujourd'hui segmenté leur offre, à la fois en termes de produits et services mais aussi en termes de tarification et commercialisation. La sensibilité des voyageurs selon leur motif de déplacement diffère, avec une attention particulière portée à la flexibilité et au confort pour les motifs affaires alors que les touristes se concentreront sur la variable prix. Il en ressort une offre diversifiée avec la volonté des compagnies de transport d'aller de plus en plus vers de produits personnalisés et à la carte.

Autre adaptation de l'offre aux attentes des consommateurs : on est passé, des années 1950 à 1980, à des offres « packagées » proposées par des entreprises intermédiaires spécialisées dans le tourisme, les tour-opérateurs (TO), au montage dynamique des voyages par les clients eux-mêmes. Si les TO répondaient aux attentes d'une clientèle peu habituée à voyager, qui plus est en avion et à l'étranger, l'augmentation du capital mobilitaire de la population, couplée aux possibilités offertes par les technologies numériques, ont rendu facultatif le recours à un professionnel intermédiaire (Graham, 2008). Cette autonomisation des touristes est largement mise à profit par certaines entreprises et en particulier les *low cost*. Elle permet de transférer vers le client une partie des opérations jusqu'à lors prises en charge par des professionnels (réservation du billet, enregistrement des bagages sur des bornes, impression de la carte d'embarquement par le passager). Dans le modèle *low cost* où chaque poste de dépense doit être réduit, cette diminution de la charge salariale est une aubaine. Et par sa flexibilité, le modèle *low cost*, comparé au tout-inclus des TO, séduit les consommateurs.

En multipliant l'offre en termes de destinations, de prix, de produits les opérateurs de transport répondent aussi à une modification des pratiques des touristes. Ces derniers valorisent les séjours fragmentés, aujourd'hui préférés à une longue période de vacances. On a ainsi vu se développer les courts séjours et city breaks, permettant, en jouant avec la réglementation du temps de travail, de partir quelques jours. Selon l'enquête Suivi de la Demande Touristique (SDT), le taux de départ des Français pour les courts voyages (1 à 3 nuitées) est passé de 52,4 % en 2013 à 57,2 % en 2017. Toujours pour les courts séjours, le nombre moyen de voyages par individu parti est passé de 3,9 à 4,2 (Mémento du tourisme, 2014 et 2018). Pour les séjours de courte durée, le temps et le prix du transport sont déterminants. Encore une fois, l'offre des *low cost* répond à ces attentes, avec parfois le prix qui prime sur la destination.

Ainsi au-delà de la concurrence intra et intermodale que représentent les compagnies aériennes low cost, elles ont su générer un trafic d'induction (voyages qui n'auraient pas eu lieu sans cette offre). En se positionnant sur des aéroports de petite taille, les low cost vont répondre au souhait de territoires peu touristiques et/ou peu ou pas desservis par le transport aérien, de dynamiser leur fréquentation touristique.

Enfin, les politiques d'alliance des compagnies aériennes ont donné naissance à de vastes programmes de fidélisation permettant aux voyageurs de cumuler des miles pouvant être utilisés pour payer des billets d'avion. Par ailleurs, les miles acquis par des voyages professionnels payés par les entreprises peuvent être utilisés à titre personnel. Cette pratique peut favoriser les voyages personnels pour les bénéficiaires. Cette hypothèse sera à vérifier lors des entretiens.

3.3. Les déterminants du choix modal

La question du choix du mode de transport reste peu étudiée et lorsqu'elle l'est, il s'agit d'une approche liée à des déterminants quantitatifs (prix, distance parcourue, etc.). Il n'y a pas, à l'instar des études sur les déplacements quotidiens, une approche davantage sociologique sur les comportements modaux (représentation des différents modes de transport, prise en compte d'éléments plus subjectifs).

Concernant les déplacements touristiques, à longue distance, les études comparent les modes deux à deux, le plus souvent l'avion v/s les lignes ferroviaires à grande distance ou le ferroviaire et l'automobile.

Les études ex-post montrent que les principaux déterminants sont les attributs sociaux (qui vont avoir une influence sur la sensibilité au prix et au temps), le temps de trajet ou le temps en porte à porte et le prix.

La distance parcourue est un élément majeur dans le choix modal. L'automobile l'emporte clairement pour les courtes distances, inférieures à 150 km. Le TGV gagne des parts de marché entre 150 et 600 km, et au-delà l'avion l'emporte sur le train (Albalade et Fageda, 2019).

De nombreuses études montrent que l'introduction d'une ligne à grande vitesse ferroviaire (LGV) diminue l'offre en transport aérien et provoque un report modal (voiture vers train et surtout avion vers train) (Vickerman, 1997, Dobruszkes, 2011, Givoni et Dobruszkes, 2013, Albalade et Fageda, 2019). Le temps de transport étant déterminant, le volume de l'offre aérienne augmente avec l'allongement de la durée du déplacement en train (plus de deux heures) (Dobruszkes et al., 2014).

En France, la dérèglementation des transports en plusieurs étapes (dès 1997 pour l'aérien, 2015 pour le transport par autocar, et pour le ferroviaire domestique ce sera 2020) ouvre une concurrence féroce entre les modes de transport aérien, ferroviaire et automobile favorable aux voyageurs qui bénéficient de prix plus avantageux avec des commodités de transport en sus (Crozet et Guihéry, 2018).

L'évolution de la répartition modale (voiture, train, autocar et avion) des Français montre (tableau 1), pour les déplacements personnels et pour toutes les destinations (France et étran-

ger), un recul de 2013 à 2017 de l'automobile et du train (respectivement -0,9 et -1,3 point). Au contraire, l'autocar progresse de + 0,6 point (conséquence de l'augmentation de l'offre qui a suivi l'ouverture à la concurrence, cf. supra) ainsi que l'avion (+ 1,3 point). En part relative, cela ne fait qu'écorner la très large domination de l'automobile (73,7 % des déplacements) alors que le train occupe la seconde place (12,4 %) et l'avion la troisième (9,3 %). Cependant, l'écart entre ces deux modes se réduit (5,7 points en 2013 contre 3,1 points en 2017). Pour les déplacements à l'étranger, l'avion domine largement avec 59,7 % des parts de marché en 2017, contre 26,7 % pour l'automobile et 5,7 % pour le train (Mémento du tourisme, 2016 et 2018).

Mode de transport	2013			2017		
	France métropolitaine	Etranger et DOM	Toutes destinations	France métropolitaine	Etranger et DOM	Toutes destinations
Voiture, véhicule utilitaire, 2 roues	80,7	26,5	74,6	80,6	26,7	73,7
Train	14,4	7,7	13,7	13,4	5,7	12,4
Avion	1,7	57,6	8	1,9	59,7	9,3
Autocar	1,1	5,2	1,6	1,8	4,9	2,2
Camping-car	1,5	0,9	1,4	1,4	0,8	1,3
Bateau	0,3	1,9	0,5	0,3	1,8	0,5
Autre	0,3	0,2	0,3	0,6	0,4	0,5

Tableau 1 : Répartition modale des voyages pour motifs personnels
(source : Mémento du tourisme, 2014 et 2018)

Plus largement, l'abstraction déduite des observations contemporaines conduit à renouveler le paradigme de la mobilité dans la lignée de Sheller et Urry (2006). C'est l'une des raisons pour lesquelles un cluster de recherche sur les études touristiques ciblant les problématiques de mobilité prend de l'importance depuis 2013 (Koseoglu et al., 2019).

L'accès à une diversité de modes de transport pour vivre l'expérience de la liberté devient un besoin du touriste à satisfaire à travers une stratégie appropriée de promotion de la destination, au même titre que la diversité de biens de consommation quotidienne. Ceci peut aller jusqu'à servir une diversité d'expériences touristiques devient accessible à travers une automobilité plus ou moins intégrées aux nouvelles technologies (Hannam et al., 2014). Ce sont autant de manières de singulariser la liberté du déplacement.

L'hybridation des transports devient également possible, ce qui ouvre un espace des effets de complémentarité au côté d'effets de substitution entre les modes de transport (Dobruszkes, 2011). L'effet net de la concurrence reste incertain pour le maintien d'une diversité locale des modes de transport. En réalité, selon la centralité des destinations, des modes spécifiques de transport s'imposent (Gao, 2019). L'hybridation modale de la mobilité la rend englobante en

atténuant la frontière entre l'acte touristique libre et les autres motifs de déplacement : travail, religion, migration... (Urry, 2012, Unger, 2016).

Deux stimuli transcendent l'hypermobilité au regard de la littérature (Scott, 2015 ; Gössling et Stavrinidi, 2015) :

- La valorisation du capital-réseau d'autant plus significative que la distance, la fréquence la dispersion des déplacements plaident en faveur de modes de transport et de destinations spécifiques.
- La glorification sociale de la mobilité véhiculée à travers les différents canaux médiatiques et de (télé)communication.

Encore récemment, ces stimuli faisaient particulièrement écho à un élitisme du tourisme. Ce dernier témoigne d'une « puissance » financière et d'un statut social supérieur comme prérequis à la pratique du voyage sans frontière de temps et d'espace. Désormais, une massification de l'hypermobilité devient possible. Pour autant, au-delà de l'impact environnemental, des externalités négatives de l'hypermobilité sont indéniables sur le plan psychologique voire sociétale attisant des risques globaux. Cohen et Gössling (2015) parlent de « dark side » de l'hypermobilité.

En s'appuyant sur une diversité d'analyse théorique et / ou empirique (entre autres, Bölher et al., 2006, McKercher et al., 2012, Masiero et Zoltan, 2013, Hannam et al, 2014, Bramwell, 2015), le choix du mode de transport est, dans l'absolu, conditionné par une variété de facteurs que l'on peut résumer comme suit (sans ordre d'importance) :

■ Facteurs exogènes

Démographie et socioéconomie : âge – composition familiale

Localisation de la destination impliquant une sensibilité à la distance géographique et au climat

Confort : sécurité dans la destination et pour y accéder – Accessibilité de la destination et à l'intérieur de la destination, impliquant une sensibilité à la distance logistique – commodités offertes par la destination

Motifs contraints de voyage : hors loisir – injonctions sociales au « capital networking » voire glorification de l'hypermobilité.

■ Facteurs endogènes

Psychologie : perception de la destination, préférences individuelles, appétence à la découverte

Economie : pouvoir d'achat

Contrôle de la liberté : motif libre de voyage – exercice de liberté de circulation et intolérance à la perte de contrôle

Ethique : mode de vie – comportement environnementaliste...

L'ensemble de ces facteurs jouent en sens contraire ou non dans la prise de décision de voyager vers une destination donnée. De la même façon, ils structurent le choix des modes de transport en fonction de leur conformité auxdits facteurs exogènes et endogènes. Il en résulte une incertitude sur l'explication du couple (destination – transport) dans l'absolu. Seule une contextualisation peut répondre à la problématique posée à condition d'y associer les méthodes d'analyse appropriées.

3.4. Motivations pour prendre l'avion

Appliquée au mode de transport aérien, la motivation pour choisir ce mode est analysée par certains auteurs. Dobruszkes et al. (2019) montrent que l'avion est très majoritairement emprunté pour des motifs personnels. Dans l'ensemble des pays étudiés (Etats-Unis, Royaume-Uni, Espagne, Belgique, Mexique, Argentine, Seychelles, Australie, Nouvelle-Zélande, Chili, Sri Lanka) et qu'il s'agisse des flux sortants ou des flux entrants, les voyages pour motif affaires ne représentent qu'entre 3 et 30 % du total.

Si le motif « tourisme » domine, il n'en reste pas moins ambivalent. En regroupant les voyageurs qui se déplacent pour le tourisme et les personnes qui visitent leur famille et amis (on retiendra l'acronyme utilisé en anglais : VFR pour *Visiting Friends and Relatives*), cela en fait un groupe hétérogène. D'après les statistiques étudiées par ces auteurs, le segment « tourisme » compte pour le double des VFR. D'une façon globale, les VFR ne comptent que pour un quart des voyageurs. Il faut tout de même noter que l'ensemble de ces statistiques ne tient pas compte des pays les plus pauvres économiquement.

Par ailleurs, isoler un motif principal de déplacement ne traduit pas la complexité des déplacements. Au contraire, il s'agit souvent d'une combinaison de motifs : à la raison principale peut s'ajouter une extension touristique, ce qui peut être le cas pour les VFR et les voyageurs d'affaires ou les personnes qui participent à des réunions ou colloques.

Les caractéristiques socio-économiques des voyageurs vont affecter leur propension à se déplacer. Si l'on prend en compte l'ensemble des motifs, ce sont les 25-44 ans qui voyagent le plus, mais si on supprime les motifs professionnels, ce sont les 18-24 ans qui utilisent le plus l'avion (Dobruszkes et al., 2019). Cela tend à confirmer un changement de comportement générationnel en lien avec le développement de l'offre aérienne *low cost* d'une part et avec de nouvelles facilités de voyager d'autre part, comme les séjours d'étude à l'étranger. Enfin, le revenu des ménages et la catégorie socio-professionnelle influencent les comportements. Sans surprise, ce sont les cadres et les ménages aux revenus les plus élevés qui voyagent le plus en avion quelque soit le motif retenu.

Gössling et al. (2012) ont étudié les comportements des voyageurs français et ont ainsi identifié que les segments de voyageurs contribuant le plus aux GES sont ceux qui voyagent en France et Europe utilisant différents modes de transport et plus particulièrement les frequent flyers. Le segment caractéristique des hypermobiles ont des revenus plus élevés que la moyenne (+ 7500 € par mois), des positions de dirigeants, des niveaux d'éducation plus élevés et une moyenne d'âge également élevée (50-69 ans). Dans l'étude de Gössling et al. (2012), la

moitié des émissions de GES sont attribuables à 5% de la population. Cependant de nouveaux segments d'utilisateurs émergent : VFR, voyageurs d'affaires fréquents, résidents secondaires éloignés, touristes au long cour en court séjour et court-séjours en low-cost.

Même si les statistiques montrent une progression du nombre de voyageurs aériens, certains chercheurs (Demoli et Subtil, 2019) montrent qu'il s'agit avant tout d'une « démocratisation quantitative – autrement dit une augmentation uniforme des chances d'avoir recours au voyage aérien – accompagnée d'une forme de polarisation – c'est-à-dire une multiplication des voyages plutôt qu'une multiplication des voyageurs ».

3.5. *Transport aérien et impact environnemental*

◆ Evolution de la perception de l'impact écologique des transports

En 2018, le mouvement « *flight shaming* » (« honte de prendre l'avion ») est apparu en Suède. Il est à noter que dans ce pays l'avion correspond à un mode de transport important puisque les Suédois voyagent en avion 5 fois plus que la moyenne mondiale⁷. Au-delà de l'impact médiatique et de la diffusion de ce mouvement à d'autres pays européens, cela a eu des répercussions sur la fréquentation aérienne. En 2018, les vols domestiques en Suède ont baissé de 3% (mais dans un même temps, les vols internationaux ont augmenté de 2%) et en juillet 2019, on note une baisse de 11% du trafic par rapport à l'année précédente au départ des 10 plus grands aéroports⁸. Cette tendance semble se confirmer sur l'année 2019 avec une diminution de 8 % sur les 7 premiers mois de l'année. Même si l'on ne dispose pas pour l'instant de chiffres plus précis, cela semble avoir provoqué un report modal vers le ferroviaire. Ainsi la principale entreprise ferroviaire suédoise, SJAB, a annoncé une augmentation de 10 % de son chiffre d'affaires au premier semestre 2019⁹. Même si le mouvement vise à une prise de conscience de la population, la mise en place par la Suède d'une taxe « climat » allant de 6 à 39 euros sur les billets d'avion n'est sûrement pas étrangère à cette baisse du trafic aérien.

Le mouvement fait flores et on voit aujourd'hui se multiplier les campagnes de boycottage de l'avion dans de nombreux pays européens (We stay on the ground ou le réseau international Stay grounded).

Des voies moins extrêmes pour rendre compatible impératif économique et écologique réside dans la mise en place de contraintes tolérables à la mobilité. Elles peuvent prendre différentes formes complémentaires parmi lesquelles on peut notamment citer (Pompl, 2002 ; Bolher et al., 2006) :

- Une incitation logistique à la limitation du trafic aérien à travers une réallocation des flux aériens
- Une mise en concurrence des modalités de transport ou une création de complémentarité des modes de transport, l'ensemble se voulant moins énergivores. Cette tendance légitime un regain d'importance des transports lents à la Honore (2004).

⁷ « De plus en plus de Suédois acceptent d'avoir « honte de voler » en avion, *Le Monde*, 2 avril 2019

⁸ « Suède : la "honte de prendre l'avion" s'installe pour durer... », *Air Journal*, 17 août 2019

⁹ « Environnement : faut-il supprimer des vols intérieurs en France ? », *Air Journal*, 14 juin 2019

- Un surcoût payé pour « compenser » l'impact environnemental des énergies fossiles. Cette solution reste contestable au regard de l'inélasticité-prix de la demande de voyages selon Nawijn et Peeters (2010).

♦ Quid de l'impact écologique de l'avion ?

On considère que l'avion est responsable de 2 à 5 % des émissions de CO₂ toute activité confondue et de 14 % si l'on ne prend en compte que les activités de transport.

Cet écart de 3 points s'explique par des différences de méthodologie : cela dépend du type d'avion, de son taux de remplissage, du poids des bagages et du fret.

On peut établir des comparaisons entre l'usage de l'avion et l'émission moyenne de CO₂ par personne et par an. Selon les modes de calcul, cette dernière est comprise entre 5 tonnes et 12 tonnes de CO₂ (ce dernier chiffre correspond à l'empreinte carbone totale, notamment en prenant en compte les produits importés). Un aller-retour à Paris-New York correspond à 2,5 tonnes par passager. L'avion représente donc entre la moitié et le cinquième d'une année d'émission de CO₂. Du côté du secteur aérien, l'objectif est d'arriver à une neutralité carbone malgré l'augmentation du nombre de passagers et d'appareils. Les professionnels de l'aérien mettent en avant différentes mesures pour y parvenir : réduction de la consommation, utilisation de biocarburant, optimisation des itinéraires, diminution du poids de l'avion, nouvelles procédures opérationnelles permettant de limiter la consommation de carburant, optimisation de la chaîne de traitement des avions au sol. Ainsi en juin 2019, United Airlines a annoncé avoir opéré un vol considéré comme le plus respectueux pour l'environnement. L'utilisation de biocarburant durable a été associée à un service en cabine sans déchet, à une compensation des émissions carbone et à une optimisation opérationnelle. Les constructeurs et les compagnies collaborent aussi pour trouver de nouvelles sources d'approvisionnement. Ainsi Airbus et SAS ont signé un accord concernant la recherche autour des avions hybrides et électriques. Par ailleurs, les compagnies aériennes proposent un dispositif de compensation carbone. Cette idée, apparue en 1997 lors du protocole de Kyoto, permet aux opérateurs de transport de proposer aux passagers une participation financière permettant de planter des arbres.

Cette série de mesures s'inscrit dans une demande toujours plus importante de nouveaux avions. Le constructeur Airbus a même relevé ses prévisions. Dans les vingt prochaines années, la flotte mondiale doublerait pour atteindre 47 000 appareils contre 22 680 avions aujourd'hui. Compte tenu du retrait d'appareils, cela correspondrait à plus de 39 000 nouveaux avions¹⁰. Les chiffres du trafic aérien laissent apparaître une croissance quasiment sans décrochage depuis ses débuts il y a environ 100 ans. On est ainsi passé de 385 millions de passagers en 1970 à 1,6 milliard en 2000 pour atteindre le chiffre de 4,3 milliards en 2018. En se basant sur le taux de croissance actuel, l'International Air Transport Association (IATA) prévoit 8,2 milliards de voyageurs aériens en 2037.

¹⁰ « Airbus relève ses prévisions de commandes d'avions », *Le Monde*, 18 septembre 2019

◆ Position de la France sur les projets de taxation du transport aérien

La question de la pollution liée au transport aérien a mobilisé de nombreux partis politiques ces derniers mois. Deux grandes options sont mises en avant : la première vise à sensibiliser les citoyens afin de les inciter à adopter de nouveaux comportements. Par exemple, Delphine Batho (ancienne ministre de l'Ecologie) mais aussi des élus écologistes en Suisse ont proposé que l'on interdise la publicité du transport aérien. La seconde est davantage coercitive et adopte le principe du « pollueur-payeur ». Parmi ces mesures, on trouve la taxation du kérosène, la taxation des billets, l'interdiction des vols intérieurs lorsqu'une alternative modale ferroviaire existe, ou l'instauration de quotas sur les vols long-courriers. L'analyse de la suppression de vols domestiques conduirait à 72 vols quotidiens en moins. En France, ces vols domestiques sont à la fois réalisés par les compagnies *low cost* européennes (vols permis par les mesures de déréglementation prises par les Etats, cf. supra) et Air France pour alimenter son hub de Paris Charles de Gaulle. Ce type de mesure n'est pas nouveau et les compagnies peuvent elles-mêmes en tirer profit : si on supprime des vols domestiques, cela libérera des créneaux horaires (aujourd'hui plafonnés dans les aéroports parisiens) qui pourront être attribués à des vols moyen ou long-courriers... ce qui serait contre-productif du point de vue environnemental. Par ailleurs, comme dit précédemment, les chercheurs ont montré que lorsqu'une ligne à grande vitesse ferroviaire existe, cela a une incidence négative sur le volume de l'offre aérienne. Ce partage modal train/avion est donc déjà effectif en laissant faire le jeu de la concurrence et sans régulation législative.

Par ailleurs, la proposition d'amendement au projet de loi sur les mobilités de l'instauration d'une taxe sur le kérosène (qui est exonéré de la taxe de consommation sur les produits énergétiques – TICPE) a été rejetée par l'Assemblée nationale en juin 2019.

Le gouvernement français a retenu une autre solution : l'instauration d'une écotaxe sur le kérosène à partir de 2020. Son montant sera compris entre 1,5 et 18 euros selon la distance parcourue et la classe de réservation (1,5 euro pour les vols domestiques en classe économique et 18 euros pour un vol hors Union européenne en classe affaires). Tous les vols ne seront pas concernés. Ainsi les vols en correspondance, les lignes de continuité territoriale, l'Outre-Mer et la Corse en seront exclus. Les réactions ont été contradictoires. Les ONG environnementales considèrent que le montant est trop faible pour avoir un effet incitatif. Le secteur du transport s'est au contraire élevé contre cette taxe et ce pour plusieurs raisons. D'une part, l'activité aérienne française connaît un niveau élevé de taxation comparé aux autres pays européens. En effet, il existe déjà la Taxe d'aviation civile (4,58 euros pour les vols intra-communautaires et à 8,24 euros pour les destinations hors Union Européenne) et la Taxe Solidarité Passagers – (dite « Taxe Chirac »), créée en 2006. Cette taxe, destinée à aider les pays en voie de développement, s'élève à 1,13 euro pour les vols intra-communautaires et domestiques, à 4,51 euros pour les vols long-courriers en classe économique. Pour la classe affaires, elle s'élève à 11,27 euros sur les lignes intra-européennes et domestiques et à 45,07 euros pour les vols long-courriers. Par ailleurs, les compagnies s'élèvent contre le fait que le montant généré par cette écotaxe, estimé à 180 millions d'euros en 2020, aille à l'investissement pour les autres

modes de transport et non à la recherche d'une meilleure efficacité du transport aérien. Enfin, il est à noter qu'Air France estime le surcoût à 60 millions d'euros par an, ce qui correspond aux mesures prises en 2019 lors des Assises du Transport Aérien et qui visaient à rendre plus compétitif les compagnies françaises. Les faillites d'Aigle Azur et de XL Airways en septembre 2019 attestent de la fragilité des compagnies françaises.

4. Un enjeu déjà saisi par la société

La question des effets du transport en situation touristique fait déjà débat au sein de la société.

4.1 Le comportement pro-environnemental

Malgré la médiatisation du réchauffement climatique et des problèmes environnementaux, une partie encore importante de la population porte peu d'intérêt à ces enjeux. On ne peut pas attribuer à l'ensemble des individus un comportement responsable mais certains consommateurs sont plus sensibles aux enjeux environnementaux que d'autres. Le segment de clientèle que l'on peut qualifier de touriste responsable a un profil socio-économique clairement identifié, avec notamment des revenus et un niveau d'études supérieurs à la moyenne (Juvan et Dolnicar, 2016, Buffa, 2015, Ramchurjee et Suresha, 2015, Shamsub et Lebel, 2012, Miller et al., 2010). Le niveau d'éducation joue donc un rôle clé dans l'orientation environnementale, tout comme c'est une variable centrale dans certains comportements touristiques : voyages en autonomie, consommation culturelle, voyages à l'étranger, etc. (Frochot et Legohérel, 2018). Dolnicar (2010) a démontré que l'intérêt pour les enjeux environnementaux, l'altruisme, le sentiment de se sentir moralement obligé d'agir d'une façon durable, l'âge et enfin l'identité régionale sont les indicateurs les plus pertinents des individus ayant adopté un comportement pro-environnemental dans leur vie quotidienne. Selon Cottrell et Graefe (1997), le comportement responsable vis-à-vis de l'environnement se reflète dans la préoccupation, l'engagement et les connaissances écologiques d'un individu. Le comportement pro-environnemental se traduit par des comportements divers tels que le recyclage des déchets et la gestion de l'énergie (Iwata, 2001). Pour Thapa (2010), le comportement responsable vis-à-vis de l'environnement se manifeste dans l'action politique, le recyclage, l'éducation, la consommation verte et l'activisme communautaire. Un comportement respectueux de l'environnement est corrélé à la connaissance des problèmes, des stratégies d'action, du locus de contrôle (notre capacité à concevoir que nous pouvons contrôler ce qui nous arrive dans nos vies) et le sens des responsabilités (Hines et al., 1987).

Il existe encore peu de recherches sur les attentes des nouvelles générations de touristes, mais Buffa (2015) a identifié que les jeunes touristes étaient plus particulièrement attirés par des marqueurs visibles de durabilité dans les destinations choisies et par des tour-opérateurs éthiques. La prise en compte des questions environnementales dans les programmes éducatifs et les mouvements lycéens en écho à l'appel de Greta Thunberg laissent certainement

présager des comportements plus responsables pour les générations à venir, celles qui auront été impactées plus directement par le réchauffement climatique.

Cependant, il est indéniable que le lien entre sensibilité environnementale et comportement pro-environnemental en vacances est loin d'être systématique.

Tout le contexte précité facilite les comportements d'hypermobilités. Ces extrémités peuvent se traduire par une incohérence entre, d'une part, des orientations individuelles parfois environnementalistes sur son lieu de résidence habituelle et, d'autre part, les conséquences environnementales de l'hypermobilité (Bolher et al, 2006). Un tel constat contredit la possibilité d'externalités positives sur son choix modal de transport de l'éthique écologique dont le voyageur se dote (Nordlund et Garvill, 2003). L'hypermobilité reste peu compatible avec les restrictions des normes sociales et environnementales exigées par un tourisme durable (Kosterke et von Laßberg, 2005). Selon Bolher et al. (2006) la contradiction est particulièrement observée pour les voyageurs long courrier.

4.2. L'attitude-behaviour gap dans la consommation touristique

L'attitude-behaviour gap fait référence au fait que de nombreux consommateurs se déclarent sensibles aux problématiques environnementales mais au final cette sensibilité ne se traduit pas dans leurs comportements, et c'est d'autant plus vrai lorsqu'ils sont en vacances. En réalité, dans la consommation touristique, la sensibilisation au changement climatique semble avoir peu d'incidence sur la consommation touristique.

Miller et al. (2015) ont mesuré les comportements de touristes en faveur de l'environnement dans quatre situations clés : le recyclage, l'utilisation de transports doux, l'utilisation d'énergie et de matériaux durables, et les consommations alimentaires issues de l'agriculture biologique. Les auteurs confirment que, bien que ces touristes fassent preuve d'une attitude positive envers l'environnement dans leur vie quotidienne, ils s'engagent dans des actions pro-environnementales au cours de leurs voyages uniquement si cela n'est pas contraignant. Une autre étude de Ramchurjee & Suresha (2015) a identifié que selon les différents niveaux d'éducation des touristes, et même s'ils sont conscients de l'impact de leur comportement, ils ne sont pas prêts à agir en faveur de l'environnement lorsqu'ils visitent une destination.

Juvan et Dolnicar (2016) ont porté leur attention sur le concept de dissonance cognitive et d'attitude-behaviour gap en focalisant leurs recherches sur les consommateurs activement engagés dans la protection de l'environnement. Leur étude a porté sur des consommateurs impliqués dans des associations / organisations pour la protection de l'environnement dont le travail quotidien était d'organiser des actions de protection ou d'échange sur l'environnement. Étonnement, même si ces touristes font preuve d'un comportement éthique et responsable dans leur vie quotidienne et professionnelle, ils donnent moins d'importance au respect de l'environnement lorsqu'ils sont en vacances. En ce qui concerne les transports, les activistes environnementaux étaient bien informés des émissions de carbone des transports (en particulier de l'aviation) et des activités liées au tourisme ; néanmoins, ils doutaient de l'impact

négalif de ces impacts. Le résultat de l'étude a permis d'identifier les stratégies développées par ces consommateurs pour justifier l'écart entre leur attitude et leur comportement. Ces stratégies incluent : sous-estimer la situation, rejeter la responsabilité sur les cas les plus graves ou nier sa propre responsabilité ; trouver des raisons pour ne pas être plus durable en vacances (manque d'argent / d'informations / d'options) ; les vacances sont considérées comme une exception ; ou équilibrer son comportement environnemental avec d'autres impacts positifs (profitant aux communautés locales, etc.).

♦ La perception des choix de modes de voyage

L'attitude-behaviour gap est particulièrement présent dans les choix pour des modes de transport. Hares et al. (2010) indiquent que des facteurs contextuels, tels que le manque d'alternatives au transport aérien et les habitudes des choix de déplacement, semblent amener les personnes préoccupées par l'environnement à des choix au final non durables. Mais au-delà du champ des possibles, on voit bien que le choix pour un mode de consommation durable est plus complexe qu'un arbitrage de choix.

♦ Le prix

Le prix est nécessairement une des barrières couramment mise en avant comme limite principale à l'achat de produits bios/verts. Même si les voyageurs ont bien conscience de leur impact sur la destination, le coût plus élevé reste un frein considérable pour adopter un rythme de vie plus responsable en vacances ou pour faire des choix de produits touristiques durables (Budeanu, 2007). Pulido-Fernandez et Lopez-Sanchez (2016) ont également identifié un écart entre les attitudes à l'égard de l'environnement et le comportement réel, et le prix semblait être l'un des principaux facteurs explicatifs.

Bien entendu, les consommateurs qui ont une sensibilité environnementale acceptent plus facilement une augmentation de prix (Moser, 2015). Si les bénéfices environnementaux peuvent être clairement identifiés, la sensibilité au prix est diminuée. Cependant, Carrus et al. (2008) ont démontré que la dissonance attitude-comportement est particulièrement élevée pour les produits à coûts élevés, produits pour lesquels la consommation verte induit des efforts personnels considérables (comme dans le choix des transports publics). Il semblerait par contre que pour les produits à faible-coût, comme l'alimentaire, la dissonance existe moins car les choix alimentaires sont considérés comme engageant un changement de comportement faible et produisant peu de désagréments (Diekmann et Preisendörfer, 2003).

♦ L'image de soi

Une des difficultés dans le changement de mode de transport est liée à l'image que les usagers renvoient lorsqu'ils utilisent certains modes de transport. « La société considère les modes de vie très mobiles sous un angle positif : une mobilité élevée est associée à un degré élevé de "rencontres", c'est-à-dire que la position d'un individu dans la société est reflétée dans les schémas de mobilité, nécessitant en définitive des déplacements aériens » (Hibbert et al.,

2013, page 1 000). Par ailleurs, les programmes de fidélisation des compagnies aériennes récompensent et donc augmentent l'intérêt pour la mobilité : « On pourrait faire valoir que de telles stratégies de marketing assument une part de responsabilité dans le statut impliqué dans des modes de vie très mobiles grâce à l'inclusion de salons VIP pour certains membres et à un statut supplémentaire lié aux voyages long-courriers et au tourisme international exotique, un marqueur d'identité positif pour la plupart des entreprises. (Gössling et Nilsson, 2010).

Hibbert et al. (2013) soulignent que la difficulté dans l'étude des comportements pro-environnementaux tient au fait que chaque individu a des identités multiples qu'il va mobiliser pour faire ou non certains choix. « Alors qu'un vol long-courrier peut enfreindre les codes culturels environnementaux, un touriste peut s'appuyer sur d'autres ressources identitaires pour le justifier, telles que la nécessité de maintenir des liens familiaux étroits » (page 1 002). Les préoccupations des touristes en matière de temps de transport et de coût des voyages, d'engagement familial et/ou de simple désir de « voir le monde » peuvent l'emporter sur toute considération de l'impact de leurs voyages sur l'environnement. On voit donc bien que l'individu va jongler entre ses différentes aspirations, circonstances et identités pour faire ses choix. En conséquence, les consommateurs ont des comportements variables et qui apparaissent comme contradictoires. Hibbert et al. (2013) identifient que les identités jouent un rôle important dans les décisions de modes de transport. Leur étude montre que dans un contexte familial, quand l'identité familiale est le premier focus des vacances, les individus prendront des décisions pour la famille en premier, au-delà des problématiques environnementales.

Par ailleurs, les individus ont des identités en devenir qu'ils vont parfois chercher à atteindre (un idéal en quelque sorte qu'ils n'arrivent pas nécessairement à réaliser pour l'instant, mais qui est bien présent dans leur esprit). C'est une voie d'amélioration car ces individus ont une sensibilité environnementale, et aiment se projeter dans une image d'eux-mêmes idéale (au sens pro-environnemental).

♦ Normes sociales et personnelles

Moser (2015) s'est intéressé aux normes sociales et personnelles et a démontré que, dans le cadre de la consommation verte, les normes personnelles ont le plus d'impact sur le comportement. Les normes personnelles, traduisent les standards moraux personnels d'un consommateur alors que les normes sociales sont des règles partagées socialement. Jansson et Dorrepal, (2015) démontrent que les normes personnelles ont un effet positif sur le changement de comportement dans le cadre des modes de transport. En creusant davantage, les chercheurs identifient que la consommation verte pour les produits bios, s'auto-alimente en se renforçant dans le temps (Thøgersen et Ölander, 2003). On observe même un facteur de contagion positive d'une consommation verte à une autre, qui est d'autant plus forte que les normes personnelles sont pro-environnementales. Thøgersen et Ölander (2003) démontrent ainsi que la contagion peut avoir lieu du recyclage des déchets, à la consommation bio puis à des modes de transport doux (tels que les transports publics ou le vélo). Carrus et al. (2008) étudient

les choix de transport public (plutôt que la voiture) pour se rendre au travail. Leur étude démontre que : « les émotions anticipées et les comportements passés semblent prédire des intentions comportementales pro-environnementales, indépendamment de variables telles que les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçu. » (page 56). L'effet des émotions anticipées est médié par la variable « désir » mais les expériences passées ont un impact direct sur le choix de transport. Anticiper des émotions négatives semble être un frein majeur dans le choix des transports en public. La fréquence des comportements passés serait alors le meilleur prédicteur du désir et des intentions. Cet élément est démontré dans des conditions situationnelles similaires par Bamberg et al. (2003).

Par extension, Gibson et Pennington-Gray (2005) travaillent sur la notion de rôle : « Les rôles sont considérés comme un ensemble de comportements associés à une position sociale. Ces comportements sont largement régis par les normes et les attentes sociales » (Gibson et Pennington-Gray, 2005, page 445 - et voir section 2.4). La théorie du rôle (du jeu) stipule que si les individus adoptent un comportement conforme à la demande de la société, ils commencent à se sentir normaux, ce qui conduit finalement à un changement d'attitude (Biddle, 2002).

4.3. Facteurs influençant les intentions de changement de comportement des touristes

Pour l'instant, les travaux s'intéressant aux changements de comportement pro-environnementaux sont disparates mais ont néanmoins déjà identifié certains facteurs qui peuvent durablement affecter le comportement. Quatre dimensions sont à ce jour identifiées : les dimensions immersives et éducatives des expériences, la reconnexion avec la nature, l'attachement au lieu et l'évolution du comportement au cours de l'expérience.

♦ Le contenu éducatif, immersif et engageant de l'expérience

Parmi les facteurs qui pourraient influencer une intention d'adopter un comportement plus responsable, les notions de contenu éducatif et le concept d'interprétation sont ceux qui ont reçu le plus d'attention. Parmi les techniques pour diffuser un contenu éducatif, celle de l'interprétation est mise en avant par Powell et Ham (2008) lors d'une étude menée dans le Parc National des Galápagos auprès de touristes qui participaient à un séjour de 7 jours organisé par un tour-opérateur. L'excursion est construite de telle sorte que les touristes sont directement impliqués dans la conservation de l'archipel : utilisation de différents médias, signalisation, flyers pour communiquer sur les thèmes principaux, des conférences, différentes expériences, rappel régulier de faire des dons etc. Le modèle utilisé pour construire l'interprétation est EROT (Ham et Weiler 2002b) : amusante (Entertaining), pertinente (Relevant), organisée (Organised) et thématisée (Thematised). L'interprétation est aussi couplée à une expérience immersive. L'étude est concluante car à la fin de l'expérience le score concernant le comportement responsable et l'intention d'agir a augmenté de 17%. 70% des participants déclarent alors vouloir faire un don au Parc National. L'étude rapporte également que plus l'expérience est récente, plus l'individu a l'intention d'agir (ici, faire un don).

Hungerford et Volk (1990) et Cho & Frochot (2019) considèrent que l'éducation environnementale permet d'initier un changement de comportement individuel vis-à-vis de l'environnement. Ils ont également souligné que l'expérience personnelle et la participation à l'environnement peuvent promouvoir un comportement respectueux de l'environnement.

Lee et al. (2015) se sont intéressés au lien potentiel entre les expériences récréatives, de loisirs et leur influence sur le comportement responsable en basant leur étude sur le cas de l'île Liuqiu à Taiwan. L'étude propose de mettre les touristes en contact avec le monde animal local, en particulier avec une certaine espèce de tortue. Les auteurs construisent leurs recherches autour de quatre éléments du marketing expérientiel : l'éducation, la participation, l'esthétique et l'escapisme et de deux éléments du comportement responsable : le comportement sur site et en général. Les chercheurs démontrent que le fait d'apporter des connaissances spécifiques lors d'une excursion peut encourager les individus à adopter certaines attitudes à l'égard de la nature et peut promouvoir un comportement responsable à un niveau individuel. La dimension esthétique entre en jeu également lorsque les touristes sont interpellés par la dégradation d'un paysage par exemple, ceci affecte leur intention d'agir. Cette étude relate cependant que ces volontés de changement seraient plutôt directement liées au lieu de séjour. Lorsque le touriste est beaucoup plus impliqué et en immersion dans l'activité (dimension escapist), l'acquisition de connaissances sur l'environnement s'accroît. L'étude rapporte que ces éléments affectent non seulement le comportement sur site mais aussi le comportement général. En résumé, une expérience plutôt éducative et esthétique aura un impact sur le comportement sur site du touriste, alors qu'une expérience escapist (qui demande sa participation) aura un impact général. Kolb (1984) a développé la théorie du cycle d'apprentissage par l'expérience, qui suggère qu'une personne peut changer son comportement lorsqu'il a fait une expérience. L'expérience est donc un facteur important de changement individuel comportement (par exemple, l'adaptation d'un mode de déplacement à faible émission de carbone). Chiu et al. (2014) démontrent que « le comportement responsable vis-à-vis de l'environnement se manifeste pendant et après la prestation de l'expérience de voyage » (page 326). Dans leur étude, la participation aux activités est identifiée comme une variable médiatrice entre la valeur perçue et le comportement responsable vis-à-vis de l'environnement. Au-delà de ces approches éducatives, le contact avec la nature semble avoir, en lui-même un impact indéniable sur le comportement.

◆ La reconnexion avec la nature

Mayer et Frantz (2004) défendent l'idée qu'une connexion accrue voire une reconnexion avec la nature pourraient jouer un rôle prépondérant dans le changement de comportement puisque cela permettrait de rappeler à l'individu qu'elle fait partie intégrante de lui-même. C'est une relation à double sens : si l'homme préserve la nature, la nature préserve l'homme. Mayer et Frantz (2004) élaborent une échelle de connexion à la nature. Cette échelle mesure l'attachement et la connexion émotionnelle d'un individu à la nature suite à des expériences vécues. Ces travaux démontrent que plus les individus se sentent connectés à la nature, moins ils ont tendance à la maltraiter, comme si le fait de porter atteinte à la nature revenait à porter

atteinte à une partie de l'individu. Cette théorie se rapproche fortement de celle de *Nature Relatedness* (Nisbet et al., 2009) qui met l'accent sur cette notion de nature comme étant une source de bien-être physique et mental. La détruire reviendrait donc à affecter de façon négative la santé psychologique de l'être humain.

Le paradigme de la nouvelle écologie (*New Ecological Paradigm*) de Dunlap et Van Liere (1998) concerne la vision que chacun possède du monde et se scinde en deux segments : d'une part la vision anthropocentrique selon laquelle les humains et la nature ne seraient pas reliés. Ainsi, leurs actions n'auraient pas d'impact sur la terre (abondance des ressources, croissance, progrès). D'autre part, la vision écocentrique qui dépeint l'humanité comme un membre d'un écosystème beaucoup plus important et qui pourrait avoir des retombées sur la terre et le climat. Naturellement, les individus dotés d'une vision écocentrique ont une propension à adopter un comportement responsable.

Nisbet et al. (2009) vont encore plus loin puisqu'ils considèrent que la nature fait intrinsèquement partie de l'homme et reprennent l'idée de « biophilia hypothesis » de Kellert et Wilson (1993) selon laquelle les humains n'ont que tardivement commencé à vivre dans les villes et ils ont par conséquent été séparés du monde naturel ; de ce fait, les valeurs de la nature sont toujours inscrites dans leur biologie. Les travaux de Nisbet et al. (2009) s'intéressent non seulement à la nature comme source de relaxation, de guérison et de bien-être mais aussi, et surtout, comme une source régénératrice. Ces études sont appuyées par des tests menés auprès d'étudiants ayant été en contact avec la nature pendant toute leur année scolaire et d'autres n'ayant eu aucun contact. Le premier groupe affiche une vitalité nettement supérieure au deuxième groupe. De surcroît, les émotions positives qui résulteraient du contact avec la nature stimuleraient la curiosité, l'intérêt, l'exploration et l'acquisition de connaissances plus précises. En conséquence, l'individu développerait une connaissance plus fine de l'environnement et donc un comportement mieux adapté. Clark et al. (2019) prouvent qu'une expérience touristique impliquant une rencontre avec les baleines pouvait engendrer chez les touristes une intention d'adopter par la suite un comportement pro-environnemental. L'expérience avec les baleines prédisait 12,5% des intentions des répondants à changer de comportement.

◆ L'attachement au lieu

Certains chercheurs s'intéressent à l'attachement émotionnel qu'un individu crée avec un lieu et de ce fait, son envie de le préserver. Une étude menée notamment auprès de fermiers par Gössling et Williams (2010) et leur rapport avec la façon de gérer leurs terres démontre ce lien. Les recherches de Williams et Vaske (2003) et de Vaske et Cobrin (2001) confirment également l'idée selon laquelle certains facteurs moins tangibles tels que l'attachement au lieu motivent la volonté de le protéger.

◆ Le post-expérience

Ballantyne et al. (2011a) soulignent que l'intégration des informations acquises au cours d'une expérience nécessite du temps et ne peut pas être complètement achevée au cours de l'activité.

En effet, il faut un délai aux visiteurs pour affectivement et cognitivement intégrer l'expérience, pour développer des nouvelles idées, des concepts et pour expérimenter ces changements dans la vie quotidienne. Ainsi, un accompagnement des visiteurs post- expérience semble avoir du sens. Parmi les ressources envisagées par ces chercheurs : délivrer des supports papiers en lien avec l'expérience et ses apprentissages juste à la sortie de la visite, donner accès à une base d'informations en ligne, diffuser des informations sur les forums, les blogs, envoyer des emailings, proposer des événements en lien avec la visite etc. Dans l'idéal, le contenu de ces supports devrait cibler les changements de comportements en proposant des exemples de « nouveaux » comportements durables. Six études (Ballantyne et al., 2011, Ballantyne, et al., 2011b, Hughes, 2011 & 2013, Hughes et al., 2011, Rattan et al., 2012) démontrent d'ailleurs que des actions menées après le voyage auprès de ces touristes auraient des résultats positifs eu égard à la pérennité de ces comportements durables. Ainsi, l'expérience vécue par le touriste permettrait de le sensibiliser à ce type de comportement et les supports qui interviennent post-expérience permettraient d'aider à concrétiser et pérenniser ce changement.

Limite : quelle pérennité de ces comportements suite à une expérience touristique ?

Ardoin et al. (2015) soulignent que l'un des plus gros challenges des recherches actuelles est de comprendre de quelles façons le tourisme durable peut promouvoir une attitude et un comportement pro-environnemental chez les touristes et dans quelles mesures ces changements peuvent perdurer lorsque ce dernier est retourné à sa vie quotidienne. Parmi les travaux existants, très peu considèrent le comportement responsable des touristes post- expérience. Pour ces quelques travaux, les chercheurs qui ont choisi de recontacter les participants entre trois et douze mois après leur expérience rapportent un changement incomplet ou nul en termes de connaissances, d'attitudes et d'intentions de changer de comportement (Powell et al. 2008 ; Powell et al. 2009).

Cependant, lorsque l'on communique avec les participants au-delà de l'expérience (quizz, lien vers un site web, un email hebdomadaire, des coloriages pour enfants, un kit pour la famille, etc.), les connaissances acquises lors d'une expérience semblent rester davantage en mémoire (à trois mois) (Hughes et al., 2011). Stamation et al. (2007) démontrent que les résultats sur le long terme (six – huit mois) sont nuls même lorsque les retours immédiats post-visite suggèrent une sensibilité croissante à l'environnement. Il en va de même avec le changement d'attitude : Ballantyne et al. (2011) initialement perçoivent un changement d'attitude chez les visiteurs lors d'une excursion dans un milieu naturel, mais lorsqu'ils sont recontactés quatre mois plus tard, ces changements sont partiellement estompés. Enfin, parmi toutes les études présentées, aucune n'a exploré les effets post-expérience au-delà d'un an. D'après cette même étude, les nouvelles connaissances acquises restent mais la volonté de changer d'attitude et de comportement se dissipe (p. 1250).

Lee et al. (2015) indiquent également qu'il y a un manque de connaissances sur ce qui fait qu'une expérience influence le comportement (quand le changement s'opère-t-il ? qu'est-ce qui provoque le changement ?). On ne sait pas non plus vraiment quand et pourquoi ces changements finissent par se dissiper ni comment on pourrait maintenir et entretenir ces changements.

Conclusion

De l'ensemble des facteurs identifiés dans la littérature pour expliquer les mobilités touristiques, il en résulte une difficulté à anticiper l'effectivité des transitions touristiques et dans les choix de mobilité. Sur le plan méthodologique, une diversité d'approches sont communément recensées pour appréhender ces transitions dans un contexte donné :

- Les analyses quantitatives relèvent de la statistique pour l'étude de seuils ou de trajectoires discriminant les profils de touristes, en passant par l'économétrie temporelle ou de données de panel pour extraire des déterminants de la mobilité touristique ;
- Les analyses qualitatives approfondissent la contextualisation des résultats tirés d'analyses quantitatives. Les données qualitatives sont le plus souvent récoltées par des interviews ou des enquêtes avec un suivi de cohorte de populations mobiles.

Quel que soit le contexte, l'interprétation des données doit permettre d'évaluer les voies de transition des mobilités touristiques. Selon Williams (2013), elles oscillent entre, d'une part, une trajectoire lourde de mobilité caractérisée par une durabilité sous-optimale et, d'autre part, une trajectoire flexible ouverte aux ruptures de pratiques. Tout dépend de la réponse effective des touristes aux jeux de contraintes individuelles et sociales qu'ils subissent ou qu'ils se donnent (Higgins-Desbiolles, 2010).

Bibliographie

Albalade D., Fageda X. (2019): "Intermodal competition and tourism", in Graham A., Dobruszkes F. *Air Transport: A Tourism Perspective*, Oxford, Elsevier, 69-81.

Alderighi M., Cento A., Nijkamp P., Rietveld P. (2012): Competition in the European aviation market: the entry of low-cost airlines. *Journal of Transport Geography* 14, 223-233.

Ardoin N.M., Wheaton M., Bowers A.W., Hunt C.A., Durham W.H. (2015): Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research, *Journal of Sustainable Tourism*, 23:6, 838-858,
Auphan E. (2008) : Un quart de siècle de grande vitesse ferroviaire en France. *Bulletin de l'Association des Géographes Français* 4, 431-442.

Ballantyne R., Packer J., Falk J. (2011a): Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management* 32, 1243-1252.

Ballantyne R., Packer J., Sutherland L.A. (2011b): Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management* 32, 770-779.

Bamberg S., Ajzen I., Schmidt P. (2003): Choice of travel mode in the Theory of Planned Behavior: The roles of past behaviour, habit and reasoned action. *Basic and Applied Social Psychology* 25, 175-187.

Barrett S.D. (2008): "The emergence of the low-cost carrier sector", in Graham A., Papatheodorou A., Forsyth P. *Aviation and Tourism. Implications for Leisure Travel*, Aldershot, Ashgate, 103-118.

Barrett S.D. (2011): "Ryanair and the low-cost revolution", in O'Connell J. F., Williams G., *Air transport in the 21st century*. Key strategic developments, Aldershot, Ashgate, 113-127.

Bazin S., Beckerich C., Delaplace M. (2006) : *Analyse prospective des impacts de la Ligne à Grande Vitesse Est-européenne dans l'agglomération rémoise et en région Champagne- Ardenne*, Rapport final de recherche pour le Conseil Régional Champagne-Ardenne, tome 1, 262 p.

Bazin S., Beckerich C., Delaplace M., (2013) : Valorisation touristique du patrimoine et dessertes TGV dans les villes intermédiaires à moins d'1h30 de Paris : le cas de Reims, Metz, Le Mans et Tours. Communication au colloque Culture, patrimoine et savoirs, ASRDLF, Association des Sciences Régionales de Langue Française, Mons, du 8 au 11 juillet.

- Biddle B. (2002): Recent Developments in Role Theory. *Annual Review of Sociology* 12, 67- 92.
- Böhler S., Grischkat S., Haustein S., Hunecke M. (2006): Encouraging environmentally sustainable holiday travel. *Transportation Research Part A*, 40, 652-670.
- Bonnafeous A. (1987): The regional impact of the TGV. *Transportation* 14, 127-137. Botti L., Peypoch N., Solonandrasana B. (2013) : *Économie du tourisme*, Paris, Dunod.
- Bramwell B. (2015): Theoretical activity in sustainable tourism Research. *Annals of Tourism Research* 54, 204–218.
- Budeanu A. (2007): Sustainable tourist behaviour – A discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies* 31, 499-508.
- Buffa F. (2015): Young tourists and sustainability. profiles, attitudes, and implications for destination strategies. *Sustainability* 7, 14042-14062.
- Cacomo J-L. (2007): *Fondements d'économie du tourisme. Acteurs, marchés, stratégies*, Bruxelles, De Boeck.
- Caire G. (2015): Partir à tout prix ? La résistance du désir de vacances des Français face à la crise. *Revue Partances*, Conseil scientifique de l'accès au départ en vacances UNAF, VF, VO, 23-28.
- Carrus G., Passafaro P., Bonnes M. (2008): Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: the case of recycling and use of public transportation. *Journal of Environmental Psychology* 28, 51-62.
- Chiu Y-T, Lee W.I., Chen T.H. (2014): Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management* 40, 321-329.
- Cho K-W., Frochot I. (2019): Rail or Air?: Assessing the Impact of involvement into sustainable behaviour upon attitude change, ATMC Conference, Namur, 4-7th September.
- Clark E., Mulgrew K., Kannis-Dymand L., Schaffer V., Hoberg R. (2019): Theory of planned behaviour: predicting tourists' pro-environmental intentions after a humpback whale encounter, *Journal of Sustainable Tourism* 27, 649-667.
- Clergeau C., Glasberg O, Violier P. (2014): *Management des entreprises du tourisme. Stratégie et organisation*, Paris, Dunod.

Cohen S.A., Gössling S. (2015): A darker side of hypermobility. *Environment and Planning A*, 47, 1661-1679.

Conseil Régional de Bretagne (2014): Bretagne à grande vitesse. Mieux desservir les territoires pour que le progrès profite à tous, 12 p.

Cottrell S.P., Graefe A.R. (1997): Testing a Conceptual Framework of Responsible Environmental Behavior. *The Journal of Environmental Education* 29, 17-27.

Crutzen P.J., Stoermer E.F. (2000): The “Anthropocene”. *Global Change Newsletters* 41, 17- 18.

Cuvelier P. (1998): *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. Une approche socio- économique*, L'Harmattan, Paris, 238p.

Decker M. (2004): *Structures et stratégies des compagnies aériennes à bas coûts*, L'Harmattan, Paris, 160 p.

Delaplace M., Dobruszkes F. (2015): “From low-cost airlines to low-cost high-speed rail? The French case”, *Transport Policy* 38, 73-85.

Demoli Y., Subtil J. (2019): “Boarding classes. Mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008)”, *Sociologie* 10, 131-151.

Diekmann A., Preisendörfer P. (2003): “Green and greenback: the behavioral effects of environmental attitudes in low-cost and high-cost situations”. *Rationality and Society* 15, 441- 472.

Dobruszkes F. (2011): High-speed rail and air transport competition in Western Europe: a supplied oriented perspective. *Transport Policy* 18, 870-879.

Dobruszkes F., Dehon C., Givoni M. (2014): Does European high-speed rail affect the current level of air services? An EU-wide analysis. *Transportation Research Part A* 69, 461-475.

Dolnicar S. (2010): Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of Sustainable Tourism* 18, 717-734.

Donzelli M. (2010): The effect of the low-cost air transportation on the local economy: evidence from Southern Italy. *Journal of Air Transport Management* 16, 121-126.

Dunlap R.E., Van Liere K.D. (1998): The “new environmental paradigm”: A proposed measuring instrument and preliminary results. *Journal of Environmental Education* 9, 10–19.

Dupont L. (2002): *Contribution à l'étude des dimensions économiques du tourisme et des voyages*, L'Harmattan, Paris, 619p.

Élias N., Dünning E. (1994): *Sport et civilisation. La maîtrise de la violence*, Paris, Fayard (1ère édition anglaise 1965).

Équipe MIT (2002): *Tourisme 1. Lieux communs*, Belin Editions.

Festinger I. (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford university press, Stanford.
Frochot I, Legohérel P. (2018): *Le Marketing du Tourisme*, 4ème édition, Dunod.

Gibson H.J., Pennington-Gray L. (2005): Insights from Role Theory: Understanding Golf Tourism. *European Sport Management Quarterly* 5, 443-468.

Givoni M., Dobruszkes F. (2013): A review of ex-post evidence for mode substitution and induced demand following the introduction of high-speed rail. *Transport Reviews*, 33, 720- 742.

Goetz Andrew R. (2002): Deregulation, competition, and antitrust implication in the US airline industry. *Journal of Transport Geography* 10, 1-19.

Goetz A.R., Vowles T.M. (2009): The good, the bad, and the ugly: 30 years of US airline deregulation. *Journal of Transport Geography* 17, 251-263.

Gössling S., Ceron J-P, Dubois G., Hall M.C. (2012): Hypermobility travelers, Chapter 6, by Gössling S. (ed.), *Climate Change and Aviation*.

Gössling E.K., Williams J.H. (2010): Connectedness to nature, place attachment and conservation behaviour: Testing connectedness theory among farmers. *Journal of Environmental Psychology* 30, - Gössling, S., Stavrinidi, L. (2015): Social Networking, Mobilities, and the Rise of Liquid Identities. *Mobilities*. 1-21

Gössling S., Nilsson J.H. (2010): Frequent flyer programs and the reproduction of aeromobility. *Environment and Planning A* 42, 241-252.

Graham A. et al. (2008): Trends of leisure travel demand, in Graham A., Papatheodorou Graham Anne, Dennis Nigel (2010): The impact of low cost airline operations to Malta. *Journal of Air Transport Management* 16, 127-136.

Gross S., Lück M. (2013): *The low cost carrier worldwide*, Farnham, Ashgate, 239 p.

- Ham S., Weiler B. (2002): Toward a theory of quality in cruise-based nature guiding. *Journal of Interpretation Research* 7, 29-49.
- Hannam K., Butler G., Paris C.M. (2014): Developments and key issues in tourism mobilities. *Annals of Tourism Research* 44, 171-185.
- Hares A., Dickinson J., Wilkes K. (2010): Climate change and the air travel decisions of UK tourists, *Journal of Transport Geography*, 18, 466-473.
- Hibbert J. F., Dickinson J. E., Gössling S., Curtin S. (2013): Identity and tourism mobility: An exploration of the attitude-behaviour gap. *Journal of Sustainable Tourism* 21, 999.
- Higgins-Desbiolles F. (2010): The elusiveness of sustainability in tourism: The culture- ideology of consumerism and its implications. *Tourism and Hospitality Research* 10, 116- 129.
- Hines J.M., Hungerford H.R., Tomera A.N. (1987): Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis, *The Journal of Environmental Education*, 18:2, 1-8
- Holden E., Linnerud K., Banister D. (2013): Sustainable passenger transport: Back to Brundtland. *Transportation Research Part A* 54, 67–77.
- Honore C. (2004): *In praise of slowness: How a worldwide movement is challenging the cult of speed*, New York: Harper.
- Hooper P., Walker S., Moore C., Al Zubaidi Z. (2011): The development of the Gulf region's air transport networks – the first century. *Journal of Air Transport Management*, 17, 325-332.
- Hughes K. (2011): Designing post-visit actions resources for families visiting wildlife tourism sites. *Visitor Studies* 14, 66-83.
- Hughes K. (2013): Measuring the impact of viewing wildlife: Do positive intentions equate to long-term changes in conservation behavior? *Journal of Sustainable Tourism* 21, 42-59.
- Hughes K., Packer J., Ballantyne R. (2011): Using post-visit action resources to support family conservation learning following a wildlife tourism experience. *Environmental Education Research* 17, 307-328.
- Hungerford H.R., Volk T.L. (1990): Changing Learner Behavior through Environmental Education. *Journal of Environmental Education*, 21, 8-22.

Iwata O. (2001) Attitudinal determinants of environmental responsible behavior. *Social Behavior and Personality* 29, 183-190.

Jansson J., Dorrepaal E. (2015): Personal Norms for Dealing with Climate Change: Results from a Survey Using Moral Foundations Theory. *Sustainable Development* 23, 381-395.

Juvan E., Dolnicar S. (2016): Measuring environmentally sustainable tourist behaviour. *Annals of Tourism Research*, 59, 30-44.

Kellert S.R., Wilson E.O. (Eds.) (1993): *The biophilia hypothesis*. Washington, DC: Island press.

Knafou R., Stock M. (2013), Article Tourisme, in Lévy Jacques et Lussault Michel (dir.) *Dictionnaire de la géographie et des sciences de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, p. 1018- 1021.

Kolb D.A. (1984): *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*, Prentice-Hall.

Koseoglu M.A., Mehraliyev F., Xiao H. (2019): Intellectual connections in tourism studies. *Annals of Tourism Research* 79, 102760.

Lee T.H., Jan F.H. (2015): The influence of recreation experience and environmental attitude on the environmentally responsible behavior of community-based tourists in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism* 23, 1063-1094.

Mannone V. (1995): *L'impact régional du TGV sud-est*, Thèse de Doctorat en géographie, Université d'Aix-Marseille I, 567 p.

Masiero L., Zoltan J. (2013): Tourists Intra-Destination Visits and Transport Mode: A Bivariate Probit Model. *Annals of Tourism Research*, 43, 529-546.

Mayer F.S, Mc Pherson Frantz, C. (2004): The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. 24, 503-515.

McKercher B., Shoval N., Ng E., Birenboim A. (2012): First and repeat visitor behaviour: GPS tracking and GIS analysis in Hong Kong. *Tourism Geographies* 14, 147-161.

Mémento du tourisme, DGE, édition 2014, 146 p.

Mémento du tourisme, DGE, édition 2018, 148 p.

Miller D., Merrilees B., Coghlan A. (2015): Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism* 23, 26-46.

Miller G., Rathouse K., Scarles C., Holmes K., Tribe, J. (2010): Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research* 37, 627-645.

Mondou V., Dobruszkes F. (2013): Aviation liberalization as a mean to promote international tourism: The UE-Morocco case. *Journal of Air Transport Management*, 29, 23-34.

Mondou V., Pébarthe-Désiré H. (2018): Ligne à grande vitesse et affirmation des destinations : quelles stratégies pour le tourisme et les rencontres d'affaires ? Le cas de la LGV Bretagne-Pays de la Loire. *Norois* 248, 53-66.

Moser A.K. (2015): Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior. *Journal of Consumer Marketing* 32, 167-175.

Nawijn J., Peeters P.M. (2010): Travelling “green”: Is tourists’ happiness at stake? *Current Issues in Tourism* 13, 381–392.

Nisbet E.K., Zelenski J.M., Murphy S.A. (2009): Happiness is in our Nature: Exploring Nature Relatedness as a Contributor to Subjective Well-Being. *Journal of Happiness Studies* 12, 303-322.

Nordlund A., Garvill J. (2003): Effects of values, problem awareness, and personal norm on willingness to reduce personal car use. *Journal of Environmental Psychology* 23, 339-347.

O’Connell J.F. (2011): The rise of the Arabian Gulf carriers: an insight into the business model of Emirates airline. *Journal of Air Transport Management* 17, 339-346.

O’Connell J.F., Bueno O.E. (2018): A study into the hub performance Emirates, Etihad airways and Qatar airways and their competitive position against the major European hubbing airlines. *Journal of Air Transport Management* 69,257-268.

Offner J.-M. (1993): Les effets «structurants» du transport : mythe politique, mystification scientifique. *L’Espace Géographique* 3, 233-242.

Organisation Mondiale du Tourisme <http://www2.unwto.org/fr>

Petr C. (2010): *Le marketing du Tourisme*, Dunod, Paris.

Pompl W. (2002): *Luftverkehr: eine ökonomische und politische Einführung*. Springer, Berlin, Heidelberg, New York.

- Powell R., Ham S. (2008): Can Ecotourism Interpretation Really Lead to Pro-Conservation Knowledge, Attitudes and Behaviour? Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism* 16, 467-489.
- Powell R.B., Kellert S.R., Ham S.H. (2009): Interactional theory and the sustainable nature-based tourism experience. *Society and Natural Resources* 22, 761-776.
- Pulido-Fernández J.I., López-Sánchez Y. (2016): Are Tourists Really Willing to Pay More for Sustainable Destinations? *Sustainability* 8, 1240-1260.
- Raboteur J. (2000) : *Introduction à l'économie du tourisme*, L'Harmattan, Paris.
- Ramchurjee N.A., Suresha S. (2015): Are tourists' environmental behavior affected by their environmental perceptions and beliefs? *Journal of Environmental and Tourism Analyses* 3, 26-44.
- Rattan J.K., Eagles P.F.J., Mair H.L. (2012): Volunteer tourism: its role in creating conservation awareness. *Journal of Ecotourism* 11, 1-15.
- Réau B. (2011) : *Les Français et les vacances*, CNRS Editions, Paris.
- Rey B., Myro R.L., Asun G. (2011): Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model. *Journal of Air Transport Management* 17, 163-167.
- Shamsub H., Lebel L. (2012): Identifying tourists with sustainable behaviour: A study of international tourists to Thailand. *Journal of Advanced Research in Management* 3, 26-40.
- Shaw G., Williams A.M. (2004): *Tourism and tourism spaces*, Sage, London.
- Sheller M., Urry J. (2006): The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A* 38, 207-226.
- Spindler J. (dir.) 2003 : *Le tourisme au XXI^e siècle*, L'Harmattan, Paris.
- Stamation K.A., Croft, D.B., Shaughness, P.D., Waples K.A., Briggs S.V. (2007): Educational and conservation value of whale watching. *Tourism in Marine Environments* 4, 41-55.
- Stock M. (coord.) (2003) : *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin Editions, Paris.
- Stock M., Coëffé V., Violier P., Duhamel P. (2017) : *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*, Presses Universitaires de Rennes.

Thapa B. (2010): Environmentalism: The Relation of Environmental Attitudes and Environmentally Responsible Behaviors Among Undergraduate Students. *Bulletin of Science Technology & Society* 19, 426-438.

Thøgersen J., Ölander F. (2003): Spillover of environment-friendly consumer behavior. *Journal of Environmental Psychology* 23, 225-236.

United Nations Environment Programme. (2017): Climate change. Nairobi, Kenya: Author. Retrieved from <https://www.unenvironment.org/resources/report/climatechange-adaptation-and-mitigation-tourism-sector-frameworks-tools-and>

Urry J. (1990): *The Tourist Gaze*, Routledge, London.

Urry J. (2012): Social networks, mobile lives and social inequalities. *Journal of Transport Geography* 21, 24-30.

Vaske J.J. & Cobrin K.C. (2001): Place attachment and environmentally responsible behavior. *Journal of Environmental Education* 32, 16-21.

Vellas F. (1985): *Economie et politique du tourisme international*, Economica, Paris. Vellas F. (1992): *Le tourisme*, Paris, Cyclope Economica.

Williams A. (2013): Mobilities and sustainable tourism: Path-creating or path-dependent relationships? *Journal of Sustainable Tourism* 21, 511-531.

Williams D.R., Vaske J.J. (2003): The measurement of place attachment: validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science* 49, 830-840.

Windle R., Dresner M. (1999): Competitive responses to low cost carrier entry. *Transportation Research Part E* 35, 59-75.