

Auteurs

Isabel BABOU
Consultante, Secrétaire Générale AFEST
Diplôme d'expertise judiciaire
40, rue Anna Jacquin
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
isabel.babou@wanadoo.fr

Philippe CALLOT, Dr. Professeur,
Groupe Ecole Supérieure de Commerce Et de Management Tours-Poitiers
1 rue Léo Delibes, BP 035,
37205 TOURS CEDEX 3 France
Tél (33)2 47 71 71 77 / Fax (33)2 47 71 73 07
pcallot@escem.fr

Les nouvelles tendances du tourisme en regard du développement durable et de l'éthique

Résumé

Le tourisme est la plus belle conquête de l'homme sur terre. Le tourisme c'est la vie, or vivre c'est « vivre poétiquement, d'amour, de jeu, de communion » (Morin, 2007). Ne doit-on pas envisager un tourisme plus lent, plus éthique ? Quid de la mise en place d'une carte CO₂ ? Quid d'un tourisme de proximité ? Le *slow tourism* est un mélange de temps retrouvé, dans un espace esthétique où le jeu de l'amour peut s'exprimer.

Temps, espaces, argent, CO₂ composent ainsi ce que nous nommons le trèfle du tourisme favorisant un positionnement des marchés, une segmentation des cibles.

Mots clés :

Tourisme durable, écotourisme, *slow tourism*, temps, éthique

Abstract

Tourism is mankind's most beautiful conquest. Tourism is life, but life consists in "living poetically of love, fun and unity/relationship" (Morin, 2007). Ought we not envisage a slower form of tourism with its greater concern for greenhouse effect gases production? How about implementing a CO₂ credit card? Is it that ridiculous to believe in local tourism?

Slow tourism is a mix of rediscovered time in an aesthetical space in which romance may find a way to prosper.

Time, space, money and CO₂ are the four petals of what we call the new tourism clover. It will help in positioning and targeting markets.

Keywords

Sustainable tourism, ecotourism, slow tourism, time, and ethics.

Introduction

Le tourisme résistera-t-il aux turbulences économiques, écologiques que nous connaissons ? Cet article tente une réponse positive par l'intermédiaire de plusieurs propositions. Nous préférons ce terme à hypothèses. Celles-ci seront indiquées clairement dans le texte en italiques et numérotées. Les paramètres semblent s'accélérer au rythme de la globalisation rajoutant à la complexité des choix à entreprendre et des ambitions de l'Humanité. Le réchauffement climatique complexifie considérablement la donne au quotidien. L'Humanité est-elle en danger ? Oui si nous persévérons dans les excès et égoïsmes exacerbés du XX^e siècle (en tous les cas du côté des économies développées). Non si nous nous mettons à consommer mieux au sens de la protection des ressources, notamment fossiles. Mais cet article ne se limite pas au phénomène climatique. Les questions posées gravitent autour du voyage et de sa nécessité, de comportements pas toujours éthiques, de l'économie, le tourisme étant supposé contribuer à l'enrichissement des pays, de l'utilité même du tourisme. Les excès des économies développées ne doivent plus perdurer. Alors que les écarts entre les nations et/ou entre les individus à l'intérieur d'une même nation s'amplifient, parler du tourisme, *a fortiori* le pratiquer, peut paraître en effet un non sens.

Les événements se multiplient au rythme des croissances capitalistes (pays de la Triade) ou issus des oligopoles (Chine), la contingence environnementale s'accélère : enrichissement des plus riches, augmentation des revenus des couches moyennes, allongement de la durée de vie, tout cela en opposition à l'aggravation des conditions de vie des plus pauvres.

Les « sur » que nous dénonçons dans cet article doivent nous faire réfléchir aux conditions d'un nouveau tourisme moins égoïste, moins colonialiste, moins gaspilleur. La rencontre de l'autre, son respect, le partage, la proximité – pourquoi aller si loin ? - peuvent être les nouvelles conditions d'une approche des tourisms que nous connaissons aujourd'hui.

Dans une première partie nous évoquerons les dilemmes auxquels est confronté le tourisme tout en recommandant une voie à suivre, une façon de revisiter la manière de pratiquer le tourisme pour oser alors affirmer que celui-ci se pratique dans un cadre éthique. La question de savoir si nous sommes rentrés dans l'ère de la civilisation des loisirs, posée en son temps (Dumazedier, 1962), reste d'actualité. Alors que pour certains « le tourisme constitue une nécessité fondamentale parce qu'il traduit un besoin d'échanges humains, de découvertes et de rupture avec ses habitudes » (Py, 2002 : 169) d'autres rappellent que c'est une invention de l'inutile (Boyer, 1999 : 16). Traiter de l'inutile alors que l'essentiel n'est pas acquis pour certains est à la base des dilemmes que nous connaissons (Babou et al, 2007a).

Méthodologie

Ce papier s'inscrit dans une démarche inductive. La recherche est ici de type logico formelle c'est-à-dire concernant des travaux qui conduisent, selon un procédé de compilation d'idées ou de théories, de démonstration ou d'argumentation logique, à établir des propositions dans un langage littéraire ou mathématisé... L'adhésion du lecteur est recherchée par la consistance logique du discours et non par l'évidence de l'exemple ou la preuve de l'expérience. Il s'agit d'une recherche exploratoire qui doit nous permettre d'avancer sur des thématiques clairement positionnées autour de l'éconologie du tourisme ou la mise en œuvre d'une carte CO₂.

1. Des dilemmes conséquents

1.1. Où l'économique côtoie l'écologique et le sociologique

Les nouvelles logiques éco-citoyennes nées de la médiatisation autour du développement durable ont provoqué, tant du côté de l'offre touristique que de la demande, des changements d'attitudes. Nous pensons qu'il ne s'agit plus d'un effet de mode mais, au contraire, une profonde prise de conscience liée aux constats de la réalité d'un réchauffement climatique. Les activités de l'homme participent à la dégradation environnementale résultant des émissions de gaz à effet de serre (Ges) et des rejets de CO₂ dans l'atmosphère. En moins de 20 ans (1987 : rapport Bruntland ; 1997 : protocole de Kyoto ; 2007 : pacte écologique lors de l'élection présidentielle), nous sommes passés, dans les économies développées, du « tout est permis » irresponsable, à la mesure des actes accomplis quotidiennement et de l'empreinte écologique due à notre consommation et que nous laissons après notre passage.

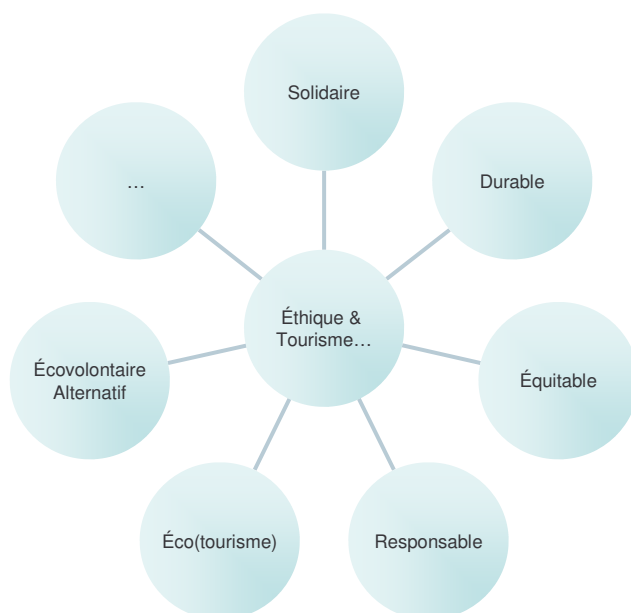
Est apparu un florilège de termes forts où éthique et durabilité côtoient solidaire et équitable traduisant une volonté de mieux faire. Cela est positif. Pour autant et si nous voulons vraiment parler d'éthique (science des mœurs et de la morale), nous pouvons observer les paradoxes liés aux comportements des acteurs tant du côté de l'offre que de la demande.

Le tourisme pose la question du rapport à l'autre, à la nature (écosystèmes, biodiversité), les définitions ci-après, les chartes et engagements en tous genres permettant alors de distinguer ce qui semble favoriser la pratique d'un comportement qui nous paraît respectueux de nos hôtes, de leurs ressources naturelles... de ce qui ne l'est pas.

L'éthique dans le tourisme est relativement nouvelle. Par exemple, du côté des consommateurs, 90% des Français ignoreraient ce qu'est le tourisme éthique (sondage Ifop, 2003). Il s'inscrit dans une logique de prise de conscience collective. Le schéma 1 montre les

déclinaisons de cette approche au vu des apports récents dans ce domaine (Conseil économique et social des Nations unies, 1999 ; OMT-Pnud, 2002 ; Wirth, 2006 ; Blangy, 2006).

Schéma 1 : les relations de l'éthique et tourisme



Nous donnons ci-après, pour chaque élément, une définition montrant, d'une part, la convergence des termes et, d'autre part, le flou organique qu'ils comportent laissant la porte ouverte aux paradoxes, voire aux dilemmes sous-jacents. Chaque définition est discutée.

Tourisme solidaire.

- « Le tourisme solidaire introduit une notion de solidarité entre le touriste et les populations d'accueil [...] Il peut revêtir plusieurs aspects comme, le soutien à un projet de développement ou la participation à un fonds d'entraide. Il s'inscrit dans la durée afin de garantir la pérennité des actions de solidarité » (Unat, 2002).

Nous sommes ici au cœur de l'intention du voyage : la rencontre de l'autre. Se pose alors la question de l'empreinte écologique, nous y reviendrons.

- « Le tourisme solidaire attire, pour l'essentiel, des clientèles extérieures aux territoires visités (touristes internationaux) ce qui contribue, marginalement, à l'augmentation des émanations de gaz à effets de serre. En effet, 22% de l'effet de serre serait dû aux émissions produites par les déplacements de loisirs » (Laurent, 2004 : 30).

L'avertissement ici est de taille. Le dilemme du tourisme s'amplifie. La solidarité ne semble pas intégrer le réchauffement climatique. A quel prix/profit aussi pour les visités ? Par

ailleurs, le tourisme solidaire doit permettre une découverte des conditions de vie de celui auquel on rend visite « ce qui implique évidemment aussi que le touriste solidaire accepte de partager les contraintes quotidiennes de la population, comme le logement, l'alimentation ou les restrictions d'eau » (Pince, 2007 : 38) Ceci suppose le consentement de l'hôte.

Tourisme durable.

Selon la *Conférence mondiale du tourisme durable* de Lanzarote en 1990, le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité :

- « il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan éthique¹ et social pour les populations locales ».

La définition conceptuelle de l'Omt (août 2004) est la suivante :

- « Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destinations, y compris au tourisme de masse, et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects »². Ainsi selon l'Omt, le tourisme durable doit (Omt, 2004) :

- « Exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement [...] en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ».

Il nous semble que cet équilibre ne pourra être atteint que si le nombre de visiteurs simultanés est limité, dans le temps comme dans l'espace (réduction des vols quotidiens par exemple, réservations anticipées obligatoires...).

A condition aussi que les investisseurs se conduisent de manière éthique sans « coloniser » les nouveaux hôtes en les dépouillant par exemple du sol qu'ils achètent à vil prix. L'idéal serait d'impliquer les « vendeurs de voyages » dans une démarche de formation à l'intention des touristes³, les sensibilisant à des comportements respectueux dans tous les domaines. Bien pensés, ces « stages d'achat » pourraient même être des arguments commerciaux, en ce sens qu'ils donneraient un avant goût du séjour aux partants, agissant comme des aiguillons stimulant l'impatience du départ.

Tourisme équitable.

¹ Souligné par nous.

² www.world-tourism.org/sustainable/fr/concepts.htm

– « C'est un ensemble d'activités de services, proposé par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés d'accueil, autochtones (ou tout au moins en grande partie avec elles). Ces communautés participent de façon prépondérante à l'évolution de la définition de ces activités (possibilité de les modifier, de les réorienter, de les arrêter) » (Unat, 2006, www.unat.asso.fr).

Dans une vague portée par le commerce équitable certains proposent de partir autrement afin de protéger la faune, sauvegarder la flore, préserver le patrimoine et... de s'engager dans l'humanitaire. Ce tourisme est qualifié également d'alternatif, d'utile, de responsable ou d'équitable (Wirth, 2006 : 2).

Il y aurait selon nous ici deux niveaux de tourisme équitable (*proposition 1*). Un ouvrant la porte à un tourisme mercantile bon chic-bon genre avec la mise en place d'un marketing des destinations inexplorées. C'est un schéma très tendance, très *fashion* initié par les *gate keepers*. L'autre serait un tourisme nécessitant un très fort engagement, voire un travail, de la part de celui qui le pratique (*proposition 1bis*). Pour nous ce n'est déjà plus du tourisme. Ou alors, ensemble, redéfinissons le tourisme...

Encadré 1 : Le tourisme équitable comme nouveau fer de lance de la différenciation stratégique

Il nous apparaît clairement ici encore que la recherche de « spots » (*sight seeing*) inconnus ne participe pas d'une volonté de découvrir les rares points blancs subsistant sur le planisphère du tourisme avec l'aide aux populations locales comme dessein. C'est plutôt de donner à voir à un marché avide de sensations, des endroits nouveaux dont l'éloignement se mesure à l'aune des distances, c'est évident, mais aussi à l'aune de l'identité, de la culture et des traditions de ses ressortissants. S'il y avait un département R&D chez les opérateurs, ce serait sa principale mission. Tout est donc orienté vers le plaisir du consommateur, il faut le surprendre et le flatter à grands coups d'exotisme. Il faut trouver le site quasiment vierge qui crée la différenciation au sens stratégique, l'unicité perçue, chez le consommateur, la différence tout simplement. Nous voici flirtant avec l'univers du luxe dans le total mépris de ce que pensent les visités... mais avec le client au cœur de la démarche marketing, il y aurait beaucoup à dire. (Babou et al, 2007a)

Tourisme responsable.

– « Le tourisme responsable part de l'émetteur (le voyageur, qu'il soit marchand ou non). Il est né de la prise de conscience que l'opérateur est "responsable" des effets du tourisme sur la population et sur l'environnement » (Zysberg, 2004 : 15).

Nous dépassons ici le cap du tourisme solidaire en intégrant la dimension environnementale. C'est le principe, discutable par ailleurs, du pollueur/payeur. La responsabilité de l'opérateur, signalée dans cette définition révèle d'une part l'incapacité des consommateurs à assumer leur responsabilité et, d'autre part, le rôle éminemment pédagogique joué par les acteurs en amont.

³ Voir à ce sujet les efforts entrepris par *Tourisme sans frontières*, 30, rue des Dames – 75017 Paris. www.tourisme-sans-frontieres.com

Une taxe éco-voyageur – citons les précurseurs comme l'association *MyClimate* (www.myclimate.org) - responsabilise certes les acteurs en leur faisant prendre conscience des effets des vols aériens et donc des efforts à faire pour limiter ceux-ci. Nous l'avons dit (Babou et al, 2007a), le problème est qu'ici, nous gérons les conséquences plutôt que les causes – les émissions de gaz à effet de serre - mais cette piste est à méditer.

Compenser financièrement les émissions ne fera pas tomber la neige... Au contraire nous préconisons la mise en place d'une carte CO₂ (*proposition 2*).

Nous devons également citer le cas de l'association Agir pour un Tourisme Responsable (ATR)⁴. Certains professionnels se sont ainsi regroupés en association pour garantir le développement d'un tourisme responsable, alerter les visiteurs, les responsables politiques, les acteurs locaux du tourisme et les populations d'accueil sur la nécessité de développer un tourisme responsable, plus équitable dans le monde, favoriser une plus grande transparence des secteurs d'activités. Notons qu'il y a peu encore, on appelait ces voyages « voyages d'aventure » comme au temps des pionniers, quand dormir à la belle étoile était entre un must et une nécessité. La nature retrouvée dans toute sa rusticité. Pourquoi s'efforce-t-on de la dompter depuis des millénaires ? « La nature est un tout en elle-même et pour elle-même. Elle peut vivre sans l'homme tandis que l'inverse n'est pas vrai. » A la lecture de la charte éthique nous pensons que le voyage est peut-être remis en cause (Ruffin, 2007 : 183).

L'écotourisme.

Il est défini par la *Société internationale d'écotourisme* (Ties) de la façon suivante :

– « Une forme de voyage responsable, dans des espaces naturels, qui contribue à la protection de l'environnement et au bien être des populations locales »⁵.

La condition de lieu (espaces naturels) et du bien être des populations locales est significative ici. Cela suppose, dans un espace particulier, de répondre à la difficulté des rapports dominants/dominés qui pervertissent souvent les relations touristiques visiteurs/visités. On se demande comment la Société internationale sait ce qui procède du bien être des populations locales. La question leur a-t-elle seulement été posée ? Et si le bien être pour ces populations était de vivre heureuses et cachées... Alors le beau voyage perdrait de sa superbe. Qu'il ne soit pas répondu que ce bien être est économique, parce qu'alors se poserait inévitablement la question de l'utilisation des revenus ainsi obtenus : achat de médicaments, amélioration de

⁴ Les voyageurs membres de ce réseau sont : *Allibert, Atalante, Chamina Sylva, Club Aventure, Déserts, Intermèdes, La Balaguère, Saïga, Terra Incognita, Terre Voyages, Terres d'Aventure, Tirawa* (site Atr, Octobre 2006).

⁵ www.ecotourism.org

l'hygiène et de l'alimentation... ou augmentation de la consommation de drogues et d'alcool, achat d'armes... Cette réponse est partiellement donnée par l'Omt.

Encadré 2 : définition de l'écotourisme selon l'Omt

- « L'écotourisme rassemble toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du touriste est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles ;
- il comporte une part d'éducation et d'interprétation ;
- il est généralement organisé, mais pas uniquement, pour des groupes restreints par de petites entreprises locales spécialisées [...] ;
- l'écotourisme s'accompagne de retombées négatives limitées sur l'environnement naturel et socioculturel ;
- il favorise la protection des zones naturelles [...] ».

Plusieurs éléments contradictoires se dégagent ici. Comment maintenir la fréquentation à un niveau « tolérable » ? Ce tourisme s'adresse-t-il à un marché de masse ? Si oui, et c'est ce que semble signifier la formule : « pas uniquement pour des groupes restreints », c'est une catastrophe ; si non c'est de la ségrégation ! L'observation et l'appréciation des cultures traditionnelles posent aussi question. Serions-nous prétentieux jusqu'à revendiquer le statut d'anthropologue et de naturaliste ? Nous reprendrions volontiers la formule de Lévi-Strauss (1955) : « Je hais les voyages et les explorateurs ».

Tourisme éco-volontaire et alternatif

Dans son guide Sylvie Blangy introduit cette discipline en nous invitant à découvrir les destinations indigènes « où l'accueil est conçu, réalisé et géré par des populations autochtones et villageoises ayant la volonté de maîtriser leur développement [...] en rejetant toute folklorisation de son patrimoine culturel » (Blangy, 2006 : 11)

Ce tourisme laisse, lui aussi, quelques questions en suspens, questions évoquées dans l'ouvrage récent des auteurs (Babou et al, 2007a) et dont nous donnons dix exemples :

A qui s'adressent ces offres commerciales, à qui profitent-elles ? Qu'éprouveront le *sangoma*, guérisseur des gîtes de Masakala, (Blangy, 2006 : 23-25) ou le *sikkerei*, chaman de la communauté Mentawai, (Blangy, 2006 : 276-278) après la dixième visite ? Ont-ils envie d'être vus comme une rareté ? Un objet d'études ? N'est-ce pas leur imposer une vision, notre vision d'un développement que nous souhaitons pour eux ? Une nouvelle forme de colonialisme ? Qui sont les touristes ? D'où viennent-ils ? Et pourquoi cette soif d'aller vivre « à la manière de » ces populations dont les us et coutumes sont si éloignés des nôtres ?

Sous couvert de tourisme équitable il semble que le colonialisme touristique s'insinue, insidieusement...

Cela confirmerait ici la thèse de Boyer : « le peuple touriste d'aujourd'hui est en quête de l'exotisme des privilégiés du XIX^{ème} » (Boyer, 1999 : 41).

Au vu de ce qui précède et de ces définitions superposées, force est d'admettre que « le tourisme engendre, parfois, quelques oppositions, contradictions ou conflits entre tel ou tel choix économique, énergétique, écologique, social et culturel » (Lozato-Giotart et al, 2004 : 330). Les rapports humains (autochtones/visiteurs, autochtones/investisseurs), les réalités économiques et horreurs écologiques (activités polluantes, capacités de charge largement dépassées) doivent tempérer les élans des défenseurs du tourisme durable, solidaire, responsable. C'est vrai que ce type de discours est tentant. Peut-être arriverons-nous à réguler nos excès, à modérer nos "sur"⁶, à tempérer nos attitudes coloniales. Cela ne sera possible qu'en acceptant certaines concessions et ce malgré les atouts proposés par le tourisme. Nous proposons ci-après des pistes.

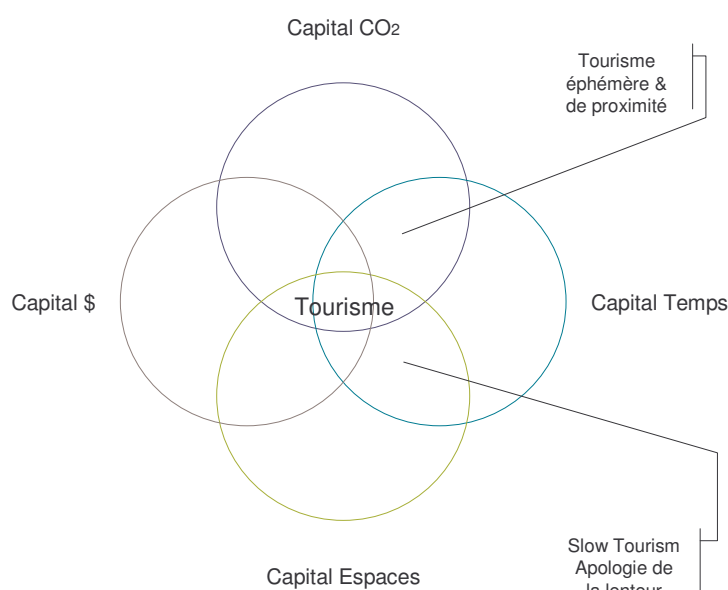
1.2. Pour un nouveau *design* des segmentations touristiques

La philosophie du voyage comme l'évoque le responsable de *Point-Afrique*, Maurice Freund, c'est « le retour à la simplicité, le sens de la famille, de la tribu, du village [...] moins on a, plus on est heureux ! »⁷. Gandhi ne disait rien d'autre : « Vivre simplement pour que tout le monde puisse simplement vivre ! ». Nous sommes là en face d'un vœu, celui d'un tourisme lent (*proposition 3*) ou d'un tourisme de proximité qui ne disent pas leur nom. Nous avons pu présenter récemment le nouveau trèfle du tourisme (*proposition 4*). Celui-ci s'appuie sur la convergence des quatre capitaux qui, selon nous, contribuent aux nouvelles tendances du tourisme de demain. Le croisement des pétales du trèfle dessine en effet les futures tendances (Babou et al, 2007a).

Schéma 2 : Le trèfle du tourisme et deux segments majeurs autour de la variable du temps

⁶ Surabondance, surconsommation, surcharge, surpoids, surexploitation, surinvestissement, suréquipement, surchauffe, surpopulation, surpêche, surémissions de déchets.

⁷ *France Inter*, 24 juillet 2006, 9 h-10 h, émission *Tchatch*.



Le *slow tourism*, le tourisme éphémère et de proximité encadrent, dans cette approche, la variable du temps. Nous considérons qu'au vu des espaces qui motivent la destination, le voyage et des contraintes sous-jacentes se rapportant au CO₂, cette variable permettra des réponses positives aux dilemmes relevés (Babou et al, 2007a).

Espaces, air et temps sont des biens, qualifiés ici de capitaux, qui devraient être aussi inaliénables qu'inaltérables. Or force est d'admettre que le tourisme altère les paysages. Les écosystèmes sont modifiés, souvent, du fait des espaces que se sont appropriés les acteurs du tourisme sans les différencier (offre/demande). Il n'est pas nécessaire de rappeler les conséquences de nos « sur » et les conséquences au niveau des émissions de gaz à effet de serre. A propos du temps, nous pensons que nous aurions intérêt à utiliser ce capital comme variable de ressourcement (santé, stress...).

2. De nouvelles pistes à explorer

D'un *slow tourism*...

Plusieurs tendances sociologiques nous amènent à penser que le *slow tourism* est promis à un bel avenir. Parmi ces facteurs notons : le vieillissement des populations, l'élévation du niveau de vie, le désir d'une meilleure qualité de vie, l'augmentation du temps de loisir.

En effet, la pauvreté a plus régressé au cours des cinquante dernières années que dans les cinq derniers siècles (Lomborg, 2001) et l'espérance de vie sur la planète est passée de 30 à 67 ans au cours du XX^{ème} siècle. Ainsi entre 1950 et 2005 l'espérance de vie, en France, a progressé

de près d'un quart de siècle pour les femmes (69,2 vs 83 ans) et de 23 ans pour les hommes (63,4 vs 76). L'accroissement du « temps de vie » est donc conséquent.

Les pays développés ont atteint des niveaux d'équipement voire de suréquipement qui impactent, tout en les modifiant, les budgets des ménages. Le PIB (produit intérieur brut) et sa croissance reste l'indicateur clé de cette élévation sociétale (tableau 1).

Tableau n° 1. PIB par habitant et écart entre les régions, 1870-1998
(Dollars internationaux de 1990)

Années	1870	1973	1998
+ fort PIB	2 431	16 172	26 146
- fort PIB	444	1 231	1 368
Moyenne monde	867	4 104	5 709
Écarts interrégionaux	5,1	13,1	19,1

Source Maddison, A. 2001.

La conséquence de cette évolution longitudinale est un transfert du budget des ménages dans les pays développés et une aspiration au modernisme dans les pays en transition.

Ces transferts ont pour conséquence une forme de démocratisation des loisirs et des pratiques touristiques et partant un développement des services - meilleure accessibilité, plus d'acteurs dans les filières, de nouvelles filières comme le e.tourisme, plus de qualité -. Le marketing des services et les politiques sociales apportent leurs lots d'innovations à des pratiques restées trop longtemps exclusives (ex : gratuité de la SNCF sur certaines lignes au moment des vacances pour des jeunes défavorisés, le fort succès des chèques vacances, hausse de fréquentation des villages vacances, démocratisation des vols aériens avec la percée des compagnies à bas prix...). Le temps loisible augmente. Certains parlent de désoccupation (Boyer, 1999). Les chiffres montrent que le voyage arrive bien après des formes basiques d'occupation (se reposer, bricoler, jardiner...). Le budget temps s'amplifie d'année en année au détriment de celui consacré au travail – avec 1 400 heures travaillées en moins par an en Europe occidentale en un siècle - (Callot, 1999). Ce budget temps en hausse est utilisé de diverses façons (Insee, 2003 : 191)⁸. Cette question reste d'actualité après celle posée en son temps par Dumazedier (1962) « Vers une civilisation des loisirs ? ».

L'augmentation de ces temps, a favorisé l'émergence de nouveaux services – réservations en ligne, forte pression sur les agences de voyages, design des portails électroniques -, l'habitude de pratiques – multiplication des courts séjours, intensification du phénomène des résidences secondaires -, l'envie de découvrir et de connaître d'autres expériences là tout près grâce aux

⁸ Plus de temps à : se reposer, dormir (47 %), s'occuper de la famille, des enfants (44 %), bricoler, jardiner (41 %), recevoir des amis, de la famille ou leur rendre visite (33 %), aller dans les magasins, faire les courses (32 %), regarder la télé (31 %)... partir en voyage (16 %). On remarquera que, bien

axes de communication s'intensifiant – désenclavement, nouvelles autoroutes, voies rapides, suppression des points noirs.

La sophistication des moyens de transport (vitesse, confort), les prix baissés, voire cassés, favorisent l'accès à certains rêves (croisières, vols rapides et répétés) et encouragent la découverte de nouveaux espaces, de nouveaux sites. Pour l'écologie nous verrons plus tard, pour l'éthique aussi.

Les activités touristiques en phase avec ces évolutions sociologiques, comportementales doivent donc intégrer la perspective d'un accroissement significatif de la variable du temps avec des caractéristiques aussi spécifiques que majeures pour :

- Un tourisme lent (*slow tourism*) impliquant des temps de trajet, de consommations – repas, visites, excursions, navigations, randonnées – beaucoup plus longs qu'aujourd'hui et où le temps retrouvé favorise le bien être ; associé à un tourisme « autochtone temporaire » chacun rejoignant sa résidence secondaire pour se ressourcer loin des nuisances de la vie active et des conflits générationnels ; et dont l'apogée serait un tourisme intemporel – donc très lent -, celui d'un long voyage autour du monde en trois ans, à pieds, à vélo, en train, en voilier...
- Un tourisme éphémère, de proximité, (*proposition 5*) aux distances courtes (20 à 50 km) du fait de la fatigue ou de la difficulté tout simplement à se déplacer et renforcé par un tourisme virtuel car le nombre d'internautes va croître naturellement au vu de la pyramide des âges et également par capillarité ; du fait de la responsabilité eu égard à l'émission de CO₂, du fait des trop longs déplacements.

De l'évolution sociétale des 40 dernières années - en Occident en tous cas - nous entretenons une relation aussi ambiguë que paradoxale avec le temps. Nous disposons de plus en plus de temps libre mais la consommation de ce budget est plus que variable. Entre rapidité du voyage pour consommer la destination finale et, une fois sur place, faire l'apologie de la lenteur, il y a là effectivement des pistes à creuser, des voies d'un nouveau tourisme à imaginer.

Il peut être virtuel, car cette liberté se trouve renforcée aujourd'hui par l'utilisation et la consommation de l'internet. Grâce aux technologies de l'information et des communications (TIC), les destinations sont plus visibles, plus tangibles et favorisent l'envie, l'idée du voyage. Ces technologies invitent à l'exploration de destinations jusque là réservées aux élites et CSP

avant la décision de partir en voyage, figurent des occupations essentiellement centrées sur les relations avec autrui, qu'il s'agisse de la famille ou des amis.

supérieures, la démocratisation du tourisme s'intensifie au rythme du développement de la toile.

Ce contredit nous frappe : les distances sont abolies grâce aux nouveaux modes de transmission de l'information mais quand il s'agit de se déplacer, la vitesse n'est plus de mise. Le temps est ressourçant, avec par exemple celui pris pour « faire » les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. Il ne compte pas sur ce tracé de 1 600 km, voie sacrée propice au recueillement et dont bénéficie l'économie locale. En 2003, le bureau des pèlerins a délivré 75 000 exemplaires de *la compostella*, ce document attestant de la réalisation du pèlerinage, soit cinq fois plus qu'en 1993 (Meignan, 2005). Au-delà des hébergements monastiques et des restaurants bon marché, c'est toute une économie qui « profite » du périple ouvert à tous.

Gîtes, auberges, chambres d'hôtes emboîtent le pas aux abbayes traditionnelles ouvertes aux pèlerins. Des villages abandonnés retrouvent une certaine vigueur. C'est l'aspect séduisant du succès de ce chemin... Même si, fatalement, le mercantilisme guette...

La nature, les espaces et le temps comme valeurs évoquent ensemble l'équilibre premier engendrant l'harmonie. Cette harmonie est un luxe auquel nous aspirons.

La lenteur peut aussi créer de la valeur. Cette envie de ralentir le rythme, chère à Carl Honoré, a, sinon des justifications, en tous les cas des matérialisations intéressantes, signes (précurseurs ?) que, dans un processus d'invention de la distinction, la lenteur pourrait devenir le fer de lance du tourisme de demain.

Cette vertigineuse vitesse de notre quotidien est enivrante et il faudrait parfois « s'arrêter ». Au point que le temps libre qui symbolisait la richesse de la bonne société au siècle dernier symbolise aujourd'hui la rupture de travail mettant au ban cette même société. Il faut donc faire des pauses, et ces pauses sont réservées au temps de loisir, temps libre permis. Ce temps doit être lent.

Ces valeurs peuvent être très tendance et permettre une segmentation alors différente : le groupe de ceux qui font « l'apologie de la lenteur » (Honoré, 2005).

A un tourisme *économique* et *éthique*

Cette démocratisation du tourisme pose aussi la question de l'impact du voyage sur les émissions de gaz à effet de serre (GES). L'intensification des loisirs doit aujourd'hui intégrer la réalité du réchauffement climatique et imaginer des voies alternatives d'un tourisme moins polluant, plus éthique. Les voies possibles gravitent autour des normes HQE, du retraitement de l'eau et des déchets, de l'évaluation pédagogique de notre empreinte écologique.

L'écotourisme, l'écovolontariat et l'éthique n'ont de sens si dans le même temps il faut utiliser des tonnes de kérosène pour pratiquer cette forme responsable du tourisme.

Nous avons pu mettre en évidence dans un précédent article que les pratiques décrites par les opérateurs restent marchandes et que l'éthique, pour certains, est parfois galvaudée (Babou et al, 2007b).

Nous avons toutes les clés en main pour répondre à ces questions. En préalable, nous devons cependant être convaincus des réalités écologiques actuelles – bouleversements liés au réchauffement climatique - et de la conséquence de nos actes si nous persévérons dans nos excès. Cette prise de conscience établie, nous pourrions alors imaginer des alternatives au tourisme, pas avant. L'*éconologie*, contraction des mots économie et écologie, n'est pas un gadget supplémentaire mais une nécessité élémentaire pour garantir un sursaut d'humanité (*proposition 6*). Force est de reconnaître que nous sommes encore trop souvent aveuglés par le rendement économique, stressés par les rythmes conduisant à la profitabilité, égoïstes face aux perspectives de croissance et à l'embourgeoisement d'un confort moyen. Déjà des concepts apparaissent du fait des contraintes exprimées ici. Elles augurent de ce que pourrait être le tourisme de demain.

Le tourisme c'est la vie, hors vivre c'est « vivre poétiquement, d'amour, de jeu, de communion » (Morin, 2007 : 27) et d'exception !

Il est temps d'envisager un tourisme plus lent, le *slow tourism*, plus contrôlé au titre des émissions individuelles et collectives de gaz à effet de serre.

Nos travaux futurs portent sur la mise en œuvre d'une carte d'apprentissage de la mesure et du contrôle des émissions de CO₂ (tests, appuis des collectivités, de l'Ademe).

Le *slow tourism* n'est rien d'autre que ce que prône Edgar Morin. Un mélange de temps retrouvé, dans un espace esthétique où le jeu de l'amour ou de la complicité peut s'exprimer. L'idée est de pouvoir bientôt parler d'un tourisme peu polluant, d'un tourisme, respectueux et mieux partagé, enfin source d'enrichissement. Est-ce si utopique ?

Le statut des "*slow cities*" est l'une de ces concrétisations qui doivent nous inspirer pour le futur proche en nous ramenant à plus de raison.

Carlo Petrini, le créateur du mouvement *slow food*, parle de globalisation vertueuse. Qu'on ne s'y trompe pas, « les activistes *slow* ne sont pas pour détruire le système capitaliste. Ils cherchent plutôt à lui donner un visage humain » (Honoré, 2005 : 25)⁹. L'équilibre est

⁹ www.slowfood.fr

recherché à plusieurs niveaux. L'éco-gastronomie (redécouverte de produits délaissés¹⁰, dîners tranquilles entre amis) et donc la protection de l'environnement sont un leitmotiv. Bien manger et sauver la planète, voilà un programme qui ne peut laisser personne insensible !

La démarche *slow food* est destinée à faire redécouvrir des saveurs du passé, authentiques autant qu'originales, des saveurs de l'autre bout du monde. Nous avons dit il y a vingt ans (Babou, 1989) que l'envie de voyage pouvait être déclenchée dans un supermarché en face d'un rayon de mets lointains, insistant alors sur le lien puissant entre gastronomie et tourisme, la démarche initiée par Carlo Petrini et reprise lors du salon de Turin fin octobre 2006, le confirme. La gastronomie en effet dans sa production agricole, façonne des paysages magnifiques qui ont inspiré gourmets autant que peintres et poètes.

Le combat contre le stress de la vitesse est aussi un engagement fort qui caractérise la démarche *slow*. C'est « la ville de Bra et trois autres cités italiennes [qui] se sont engagées, en 1999, à devenir des havres protecteurs contre la frénésie du monde moderne » (Honoré, 2005 : 89-90)¹¹.

Encadré 3 : Le romantisme touristique autour de la Jungfrau (les auteurs)

Le cas d'Interlaken

La Jungfrau est pour les Japonais un lieu mythique qui fait partie des incontournables sites à visiter lors des classiques tours d'Europe qu'ils entreprennent. Ici le rythme est forcément lent. Il se cale sur les crans de la crémaillère qui permet l'accès à la plus haute gare d'Europe. Vous franchissez Wengen (sans voitures) puis la petite (Kleine) Scheidegg qui est la dernière étape avant de gravir les derniers hectomètres par ce rail véritable proue d'un autre âge.

Elle s'offre aux regards avec une lascivité répétée, joue avec les courbes de la rampe à crémaillère, caresse la focale des appareils désormais numériques. C'est elle la Jungfrau, cette jeune femme fièrement dressée ici au-dessus des deux lacs d'Interlaken. La vie est alors ici autant poésie que communion avec les éléments naturels frisant la symbolique et expliquant certainement la présence des nombreux touristes japonais venus de nulle part...

Le *manifeste de Bra* comporte cinquante-cinq engagements « comme la réduction du bruit et de la circulation en ville, l'augmentation des espaces verts et des zones piétonnes [...] des magasins et des restaurants qui vendent leurs propres produits [...] l'adoption d'un esprit d'hospitalité et de bon voisinage » (Honoré, 2005 : 90). Le soutien aux productions locales est également un élément à souligner dans un monde global. La lenteur devient un leitmotiv de conduite, de respect de l'autre. Le temps est un luxe comme l'espace. Ils trouveront maintes applications en tourisme.

Encadré 4 : Faire rentrer le touriste dans l'intimité du pays (les auteurs)

Le cas de Batz-sur-Mer

¹⁰ Asperge violette d'Albenga, céleri noir de Trévi, l'abricot du Vésuve, la prune de Pardigone, la pomme *Firiki*, en Italie, la pêche de Californie, la dinde *Jersey Buff* aux Etats-Unis.

¹¹ D'autres villes ont suivi, notons ici Ludlow (Royaume Uni), Hersbruck (Allemagne), Sokndal et Levanger (Norvège), Australie.

Se poser un temps à Batz-sur-Mer permet des escapades douces tout autour ; la découverte des marais salants peut ici se faire au rythme du cheval de trait breton ou à pied pour rencontrer, discuter avec le paludier pour comprendre son métier et le rôle de gardien de ces zones humides vivantes et généreuses. D'autres hisseront les voiles d'un sloop sardinier pour mimer les grands marins, vivre quelques frissons selon la risée avec la garantie du retour à Piriac... Et nous pourrons le soir venu tenter une visite des belles villas de La Baule où les styles nous transportent de la Normandie au Pays Basque en passant par la Provence tant les architectures font cohabiter les cachets si particuliers des provinces que nous aimons. Le touriste rentre ici dans l'intimité du pays...

Nous l'avons dit : « faire aimer et partager ce que l'on apprécie (lieux, produits, habitants) est indirectement la richesse de ces expériences très positives » (Babou et al, 2007a). Ce tourisme est ouvert à tous, peu émetteur de CO₂ et riche de sens au titre des rapports humains. Les balades peuvent se transformer en ballades romantiques.

Encadré 5 : Faire un voyage dans l'espace... si proche (les auteurs)

Le cas des plus beaux villages de France

Vous irez siroter votre Quincy frais et gouleyant à la terrasse du seul bar à l'entrée du village. Là en surplomb de la vallée de la Vienne, si verte, vous discuterez de tout et de rien avec l'être cher, vous oublierez le temps. Vous referez le parcours de ce plus beau *Village de France* en visionnant les derniers clichés pris ensemble en artistes, là assis, paisibles, assurés qu'en cet instant rien ne peut vous arriver. Vous attendrez comme un signal de retour à la ville, le coucher du soleil tout en admirant les variations de couleurs qu'il tente sur les pierres, les champs et forêts, le ciel. Plus tard, c'est le clocher du village qui vous invitera à quitter vos lentes méditations.

En ville les quartiers se construisent en fonction des piétons et non des voitures. C'est d'ailleurs ce qui frappe en premier le voyageur découvrant Venise : la venelle appartient aux piétons, ils y boivent une *ombra* à même la chaussée, sans autre bruit que celui des conversations des autres buveurs. C'est exactement ce que l'association *ParisGo* a mis en place par des visites « autrement » de Paris¹². Cela pour nous montrer et démontrer que vivre moins vite est possible et que cette démarche a des vertus. La première d'entre elles est sans aucun doute la réduction des émissions de CO₂ au cœur des villes.

Les visites virtuelles par des systèmes de plus en plus accessibles – ou des émissions télévisuelles bien orchestrées -, performantes et globales devraient (*proposition 7*) se substituer aux séjours trop coûteux en temps, en argent, en CO₂.

Les professionnels doivent déjà imaginer des *e.meeting rooms* pour le tourisme d'affaires et répondre aux besoins de colloques planétaires par des visioconférences technologiquement possibles (*proposition 8*).

Outre les problèmes que le tourisme engendre en termes d'environnement, il semble essentiel de se préoccuper des hommes qui le « subissent ».

Est-ce éthique que de s'imposer en nombre au sein de communautés mal ou peu préparées ?

¹² Voir www.parisgo.fr

Les habitants de Saint-Tropez ont répondu à cette question en refusant d'élargir leurs routes pour le seul confort des visiteurs estivaux, entre autres mesures... Lassés par l'envahisseur en vacances, ils opposent une résistance passive à sa venue. Mais nul ne songe à ce qui pourrait advenir si des cars entiers déversaient sur notre sol des visiteurs venus des pays du Sud, curieux de voir les « méridionaux du Nord » : partager la vie quotidienne de ces petits villages, discuter avec le Maire, boire un pastis traditionnel et pousser la boule près du cochonnet avec les jeunes et les moins jeunes sur les terrains de pétanque improvisés.

Mais vous pourrez vous joindre aussi aux artisans qui fabriquent encore des spartiates tropéziennes, comme jadis... Imaginez un peu – mais non, c'est impensable, surréaliste diront certains,- ce que pourraient être les brochures des pays émetteurs du Sud vantant ces spots inédits et lointains à leurs clients ! Pauvre Marius, lui si fier, subissant le regard de tous ces yeux de maquignons voyeurs.

Voilà le scénario que sans vergogne nous imposons aux populations accueillant des touristes.

Conclusion

Redécouvrir le plaisir de « se retrouver au bord de Loire, au cœur de Tours, tout au long de l'été, autour d'animations et de rencontres inédites et conviviales. Il s'agit ainsi de se réapproprier, ensemble, un espace naturel propice aux échanges et aux émotions, en y créant avant tout une ambiance et des rendez-vous réguliers aptes à séduire tous les publics, tous les âges, toutes les curiosités ». Cette phrase est celle de l'Adjoint au Maire de la ville de Tours chargé du tourisme à propos du lancement de l'opération Tours sur Loire 2007¹³. Nous aurions pu prendre bien d'autres exemples. Le choix fait ici est apolitique. Il colle particulièrement bien au contexte actuel, fait de doutes, d'incertitudes sur notre capacité à construire un autre tourisme, d'imaginer d'autres modes de vie moins polluants, moins stressants aussi.

¹³ Opération du 16 Juin au 16 Septembre 2007.

Bibliographie

- BABOU, I., CALLOT, Ph. 2007a. *Les dilemmes du tourisme*, Editions Vuibert.
- BABOU, I., CALLOT, Ph. 2007b. Ethique et tourisme : entre intentions et réalités, *colloque Ethique dans les métiers et les professions, Escem*, 25-26 Octobre.
- BABOU, I. 1989. Publicité et tourisme à thème, in revue *Espaces*, n° 98.
- BOYER, M. 1999. *Histoire du tourisme de masse*, PUF, coll. « Que sais-je ? », Paris.
- BLANGY, S. 2006. *Le guide des destinations indigènes, Tourisme équitable*, Indigène édition.
- CALLOT, Ph. 1999. La restauration d'hier à demain, *Espaces*, n° 166, décembre, pp. 34-39.
- Commission Mondiale pour l'Environnement et le Développement, CMED. 1988. *Notre avenir à tous (Rapport Bruntland)*, éditions du Fleuve, Québec.
- DUMAZEDIER, J. 1962. *Vers une civilisation des loisirs ?*, Éditions du Seuil, Paris.
- HONORÉ, C. 2005. *Eloge de la lenteur*, Editions Marabout.
- INSEE, 2003. *France, portrait social*, Insee Éditeur, Paris.
- LAURENT, Alain. 2004. La longue marche du tourisme responsable vers le développement durable, *Espaces* n° 220, novembre.
- LEVI-STRAUSS, C. 1955. *Tristes tropiques*, Plon éditeur.
- LOMBORG, Bjørn. 2001. *The Skeptical Environmentalist. Measuring the Real State of the World*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LOZATO-GIOTART, J.P. et BALFET, M. 2004. *Management du tourisme. Les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies*, édition Pearson.
- MADDISON, A. 2001. *L'économie mondiale, une perspective millénaire*, OCDE éditeur
- MEIGNAN, Géraldine. 2005. Compostelle le pèlerinage qui marche, *L'Expansion*, juillet-août, n° 699, pp. 118-120.
- MORIN, Edgar. 2007. Où va la France ? Dialogue entre Edgar Morin et Luc Ferry, *Le Monde* 2, samedi 5 mai.
- Omt-Pnud. 2002. Document conceptuel, *Année internationale de l'écotourisme*, éditeur.
- PINCE, Robert. 2007. Etre éco-voyageur, *Nature & Découverte* éditeur.
- PY, P. 2002. *Le tourisme. Un phénomène économique*, nouvelle édition, La documentation française.
- RUFFIN, J.C. 2007. *Le parfum d'Adam*, Flammarion, 2007.
- UNAT. 2002. *D'autres voyages, du tourisme à l'échange*, Unat éditeur.
- WIRTH, H. 2006. *Partir autrement. Guide des vacances alternatives*, Village Mondial, Pearson.
- ZYSBERG, Claudine. 2004. Le tourisme solidaire et responsable, c'est du tourisme ! *Espaces* n° 220, novembre.