



sociovision
GROUPE IFOP

**Le tourisme
en transition**
*Relever le défi
du passage à l'action*



En synthèse

1

Les constats sont sans appel : le tourisme doit évoluer pour réduire son empreinte environnementale et assurer sa pérennité

Fortement contributeur aux émissions de gaz à effet de serre, il est également fragilisé par les effets du changement climatique, auxquels il doit s'adapter. La sur-fréquentation menace également de plus en plus l'équilibre de certaines destinations, jusqu'à parfois remettre en cause l'acceptabilité même du tourisme.

Si le tourisme durable reposait jusqu'à présent à parts égales sur le triptyque environnement, société et économie, la donne a changé. Le défi environnemental est désormais un prérequis pour pérenniser ses effets vertueux sur le développement local.

11 %

Part du tourisme dans les émissions nationales de gaz à effet de serre¹



2

Les attentes et comportements des clientèles sont paradoxaux

Des paradoxes persistent dans l'opinion et limitent l'adoption de nouvelles pratiques. Si la majorité déclare être concernée par les enjeux du tourisme durable, les Français sont toujours autant attachés à profiter de leur temps de vacances et de loisirs même si leurs choix de séjours ne sont pas toujours vertueux.

Force est de constater que les touristes changeront donc leurs comportements plus par désir que par devoir. Justement, des valeurs et tendances structurelles cheminent dans la société et permettent de repenser des offres nouvelles, séduisantes autant que responsables, capables de faire basculer les pratiques.

81 %

des Français considèrent urgent la mise en place de quotas pour limiter les déplacements en avion dans un horizon de 5 ans mais pourtant...

Près d'1/2 souhaite continuer à voyager comme avant²

3

Il est nécessaire de construire un référentiel complet pour outiller le secteur du tourisme dans son adaptation environnementale

Il existe aujourd'hui de nombreuses grilles pour engager la transition, mais qui parlent peu aux clientèles. Ces approches, parfois segmentées, manquent bien souvent de prendre en compte toute l'étendue des 6 enjeux environnementaux clés : jauge des destinations, carbone, empreinte biodiversité, ressources, vulnérabilités, désartificialisation et restauration des écosystèmes. Ces enjeux environnementaux sont un préalable pour mettre en perspective les autres effets sociaux et économiques du tourisme.

6

Nous distinguons 6 critères constituant le référentiel durable des destinations et constituant le socle de leur transition³



4

Nous identifions 11 actions pour réussir la transformation vers un tourisme durable

Incarner de nouveaux imaginaires par des offres innovantes est nécessaire pour dépasser les paradoxes. Voyager étant avant tout un désir et un plaisir plus qu'un besoin, le choix d'une destination repose autant sur des critères rationnels comme le prix et la distance, que sur sa capacité à faire rêver et à entrer en résonance avec des valeurs et des aspirations. Il est donc nécessaire de développer une nouvelle mise en récit du voyage, en résonance avec les valeurs attendues par la société et les citoyens. Au-delà du récit, onze actions structurantes nous semblent à mener pour accompagner la transformation vers un tourisme plus durable sur les territoires :

I. Développer une politique de l'offre

- 1 Construire des produits itinérants grand public
- 2 Faire rêver via des hébergements en communion avec la nature
- 3 Passer à masse critique l'offre de proximité
- 4 Accompagner les sites touristiques dans leurs transitions économiques et environnementales

II. Maîtriser les impacts sur la nature

- 5 Encadrer l'immersion dans la nature
- 6 Associer étroitement protection et sensibilisation des espaces naturels, forestiers et marins
- 7 Développer des projets de renaturation ambitieux, incluant éventuellement des stratégies de désartificialisation et de replantation / compensation

III. Mieux gérer sa destination

- 8 Maîtriser et organiser les flux en s'appuyant notamment sur le numérique
- 9 Aménager l'espace public à destination des visiteurs comme des habitants
- 10 Animer et piloter la transition
- 11 Optimiser l'organisation territoriale des acteurs du tourisme

¹ Camille DIAMANT, César DUGAST, Bao-Tran NGUYEN, Juliette SORRET, Simon TAPIERO. 2021. ADEME SCET Carbone4. Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France

² Sociovision, 2022

³ SCET 2023

Sommaire

6

Le tourisme doit évoluer pour réduire son empreinte environnementale et assurer sa pérennité

8

Les clientèles et le tourisme durable : paradoxes et prise de conscience

11

Construire un référentiel pour outiller le secteur du tourisme dans son adaptation environnementale

15

Incarner de nouveaux imaginaires par des offres innovantes

Rédaction et analyse

Thomas Lamand, Rémy Oudghiri, Faustine Kuster, Lise Brunet, Thaïs d'Audeville

Remerciements

Anne-Catherine Ottevaere, Roxane Benedetti, Christophe Lasnier, Audrey Van Hezel, Katia Awona

Le tourisme doit évoluer pour réduire son empreinte environnementale et assurer sa pérennité

Le tourisme est responsable de pollution et d'émissions de gaz à effet de serre (GES), notamment à cause des transports longue distance.

En freinant brutalement le tourisme, la crise sanitaire a permis de poser un regard nouveau sur ce secteur. D'une part, elle a mis en avant le lien entre tourisme, pollutions et émissions de GES. D'autre part, elle a renforcé des pratiques jusqu'alors émergentes et a mis en lumière l'engouement des Français pour (re)découvrir leur pays. Cette situation unique a offert une occasion de repenser le lien entre tourisme, développement local et développement durable.

Car il y a désormais urgence. Dans notre étude, réalisée par la SCET et Carbone 4 pour le compte de l'ADEME, nous avons

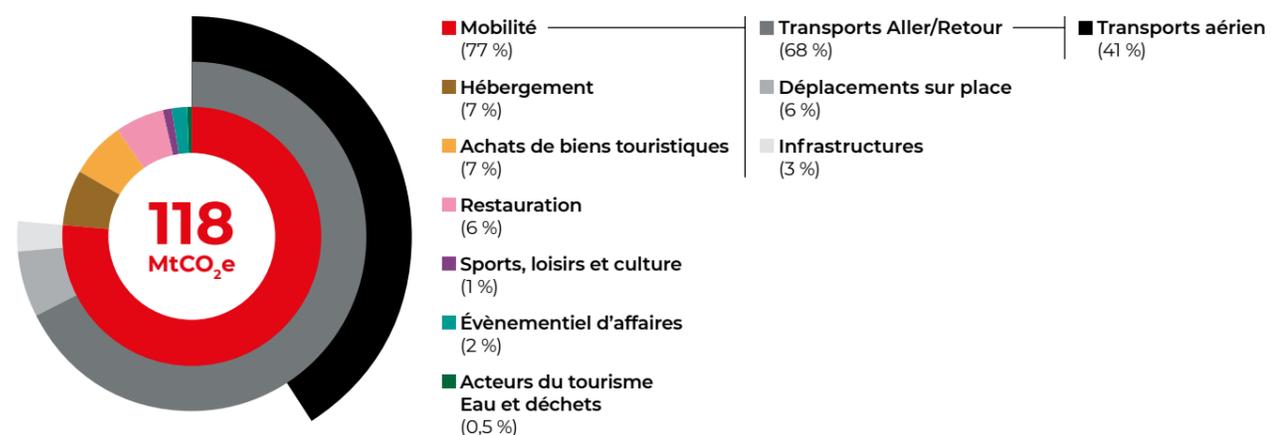


évalué que **le tourisme a engendré 118 millions de tonnes d'équivalent CO₂ en 2018, soit l'empreinte carbone annuelle de 11 millions de Français.** Le tourisme est à l'origine de 11 % de l'inventaire national d'émissions de GES de la France, tout en représentant 7,4 % du PIB.⁴

Ces émissions proviennent aux trois quarts de la mobilité des touristes, le transport aérien représentant 40 % du total à lui seul. Cette part n'a cessé de croître depuis 20 ans. On comptait 674 millions de touristes internationaux en 2000 contre 1 500 millions en 2020⁵. Le poids croissant des transports et notamment de l'avion dans les pratiques touristiques invite à remettre en question le rapport à la distance dans les voyages. L'hébergement, les achats de biens et la restauration sont quant à eux à l'origine de 20 % des émissions.

Au-delà de la production de GES, le tourisme génère aussi des pressions sur les ressources, des menaces sur la biodiversité ainsi que des besoins énergétiques accrus. Plus particulièrement, les mobilités touristiques génèrent des externalités délétères tant pour l'environnement que pour la santé publique (pollution atmosphérique, des milieux, nuisances sonores, accidentologie, etc.). L'étude que nous avons réalisée sur le sujet pour l'ADEME⁶ montre que **les externalités environnementales et sociales monétarisées des mobilités touristiques pourraient représenter 50 milliards d'euros en 2030.**

Bilan GES du secteur du tourisme en France : répartition par sources d'émissions⁴



⁴ Camille DIAMANT, César DUGAST, Bao-Tran NGUYEN, Juliette SORRET, Simon TAPIERO. 2021. ADEME SCET Carbone4. Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France.

⁵ ADEME. Des vacances au kilomètre, infographie. Disponible en ligne. Consulté le 16/11/2022.

⁶ Camille DIAMANT, César DUGAST, Bao-Tran NGUYEN, Juliette SORRET. 2020. ADEME SCET Carbone4. Evaluation des externalités générées par les mobilités touristiques en France à l'horizon 2030.

Un secteur fragilisé par le changement climatique et le surtourisme, qui doit s'adapter pour rester pérenne.

En même temps qu'il est en partie à l'origine des phénomènes qui contribuent au dérèglement climatique, le tourisme subit, par ricochet, l'influence de ceux-ci. En premier lieu, les territoires de montagne connaissent une altération des capacités d'enneigement et de la ressource en eau, remettant en question leur modèle. Sur les littoraux, le recul du trait de côte et l'augmentation des phénomènes climatiques extrêmes font peser des risques nouveaux pour les hébergements et les installations touristiques, de même que l'acidification des océans fragilise d'ores et déjà des activités comme la plongée sous-marine. De plus, la raréfaction des ressources affectera la disponibilité d'une eau courante de bonne qualité, voire l'eau d'agrément des jardins et des piscines.⁷

Au-delà des pressions induites par le changement climatique, les pratiques touristiques sont également fragilisées par le « surtourisme », le phénomène de saturation des sites touristiques par un nombre croissant de visiteurs⁸, parfois au-delà des équilibres. Cet accroissement des flux dans des lieux emblématiques mais fragiles menace la pérennité des richesses

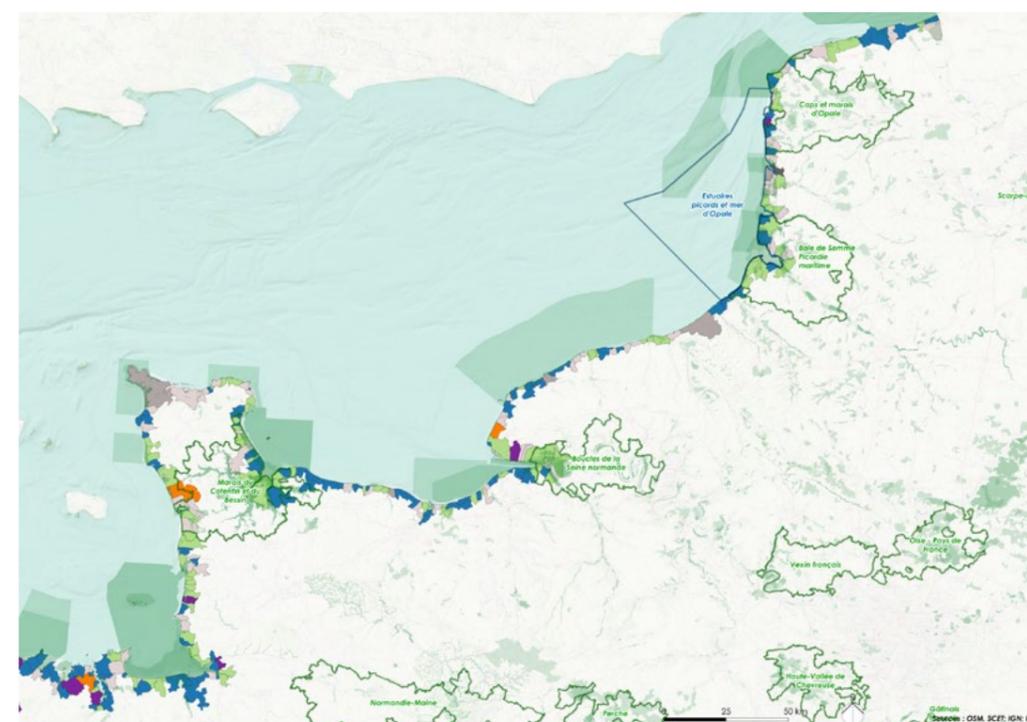


naturelles ou culturelles qui fondent parfois la destination, tout en dégradant le confort de visite offert aux voyageurs. Vécu comme une nuisance, il remet en cause l'acceptabilité même du tourisme pour les habitants.

Il s'agit donc de **remettre le territoire dans l'équation pour répondre à ces menaces très directes, et engager la filière dans la transition environnementale et vers une meilleure acceptabilité sociale.** S'il doit prendre sa part dans l'atténuation avec la réduction des pollutions et des GES, la filière doit aussi trouver des solutions d'adaptation, et au-delà, retrouver du sens pour les voyageurs comme les habitants.

Résilience littorale : analyse des enjeux par thématiques

Analyse des facteurs de risque sur les territoires littoraux et construction d'un indicateur composite pour identifier les intensités d'enjeux par thématiques : ■ risques naturels ■ pression foncière ■ activités touristiques ■ économie ■ enjeux multithématiques
Étude SCET & EVEN, 2022.



⁷ Gouvernement. 2021. Tourisme durable : une solution pour voyager dans le monde de demain ? Disponible en ligne. Consulté le 16/11/2022.

⁸ Vie publique. 2019. Le surtourisme : quel impact sur les villes et sur l'environnement ? Disponible en ligne. Consulté le 16/11/2022.

Les clientèles et le tourisme durable : paradoxes et prise de conscience

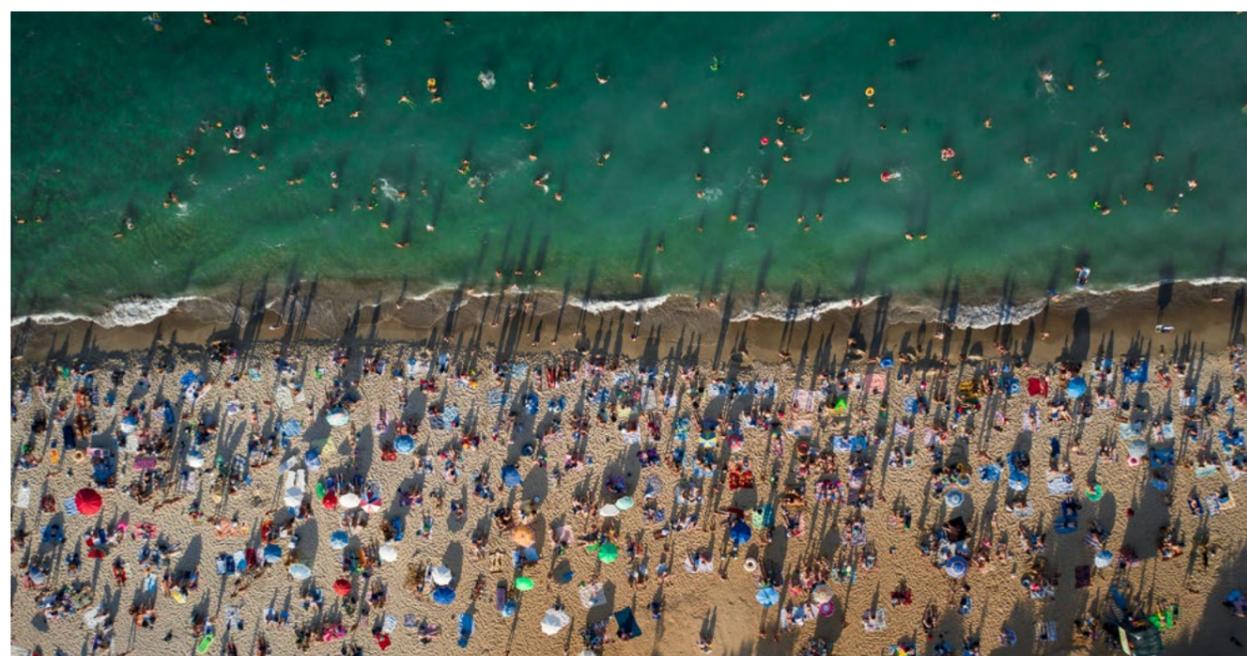
Des paradoxes persistent malgré une prise de conscience des impacts du tourisme.

Les touristes n'échappent pas à la lame de fond qui touche l'ensemble de la société française. Ils sont de plus en plus nombreux à être sensibles aux enjeux environnementaux et aux conséquences négatives du tourisme de masse. Dès 2019, dans une enquête de Sociovision, 64 % des clients déclaraient en effet qu'ils ne supportaient pas « d'aller dans les sites très fréquentés par les touristes » et 81 % affirmaient que « le développement touristique dénature certains sites et certaines villes ». **Historiquement « développeur » des territoires, le tourisme est désormais parfois perçu comme « destructeur ».**



Mais il existe toujours un écart significatif entre les paroles et les actes. En effet, si la majorité des touristes déclare être concernée par les enjeux environnementaux, cela ne se traduit pas forcément par une propension à changer de comportement. Le rapport à l'avion cristallise bien ce paradoxe. 51 % des Français interrogés par Sociovision en 2022 considèrent « urgent » la mise en place de quotas pour limiter les déplacements en avion et ils sont même 81 % à penser qu'il faudra le faire dans un horizon de 5 ans. Une majorité de 58 % estime qu'il faut interdire les vols nationaux quand une alternative en train en moins de 2H30 existe⁹. Pourtant, la plupart des Français aisés apprécient de voyager à l'étranger régulièrement et ne sont pas prêts à y renoncer. Maintenant que les restrictions liées au covid semblent appartenir au passé, 1/2 déclare souhaiter reprendre

l'avion comme avant et n'envisage pas de changer ses habitudes de voyage. Une partie de la jeunesse n'a pas non plus renoncé à voyager en avion : 45 % des moins de 30 ans se disent favorables à la reprise du trafic aérien suite au covid⁹. Dans les enquêtes d'opinion, la « génération climat » affiche ses inquiétudes face au dérèglement climatique, mais a toujours soif d'ailleurs et voyager demeure en tête de ses priorités. Pour l'instant, elle se contente de constater cette contradiction sans en tirer de conséquences concrètes sur sa propre mobilité. Ces contradictions se retrouvent dans d'autres domaines. Si le « made in France » est très largement plébiscité dans les paroles, il l'est moins dans les comportements. Idem pour les consommations de type responsable.



⁹ Sociovision, 2022

Des freins sociétaux à relever pour tendre vers des pratiques plus responsables.

Derrière ces écarts ou contradictions, Sociovision a identifié en 2022 trois principaux freins à lever dans la voie d'un tourisme plus responsable :



Construire un référentiel pour outiller le secteur du tourisme dans son adaptation environnementale

De nombreuses grilles aux ambitions diverses, mais qui parlent peu aux clientèles.

Afin de pouvoir agir concrètement sur l'atténuation et l'adaptation au changement climatique, il est impératif d'identifier comment mesurer l'impact des différentes dimensions du tourisme, et l'objectiver à travers des indicateurs à surveiller. De nombreux organismes institutionnels, organisations internationales et acteurs locaux se sont déjà saisis du sujet, créant des grilles d'analyse des différents critères d'un tourisme plus durable à destination des professionnels de la filière et des territoires. Ces réflexions se déclinent en plus de 200 labels et certifications vertes¹⁰. Le champ des travaux est très vaste et les propositions diverses, à la fois dans les domaines traités, dans

les ambitions affichées et dans la maille observée : filière, territoire ou équipement.

Mais ces travaux restent ignorés du grand public et ne semblent pas infléchir la réalité du marché. Nous sommes face à un étrange paradoxe : avec coté professionnels et institutionnels, des cadres d'actions très détaillés et à l'inverse côté clientèles une approche souvent limitée à un label ou une case « durable » à cocher au moment de réserver un séjour. In fine, les touristes ne disposent pas d'outils concrets pour adapter leurs pratiques et comprendre comment leurs choix pourraient faire bouger les choses.

Coté démarches institutionnelles et labels

Coté clientèles

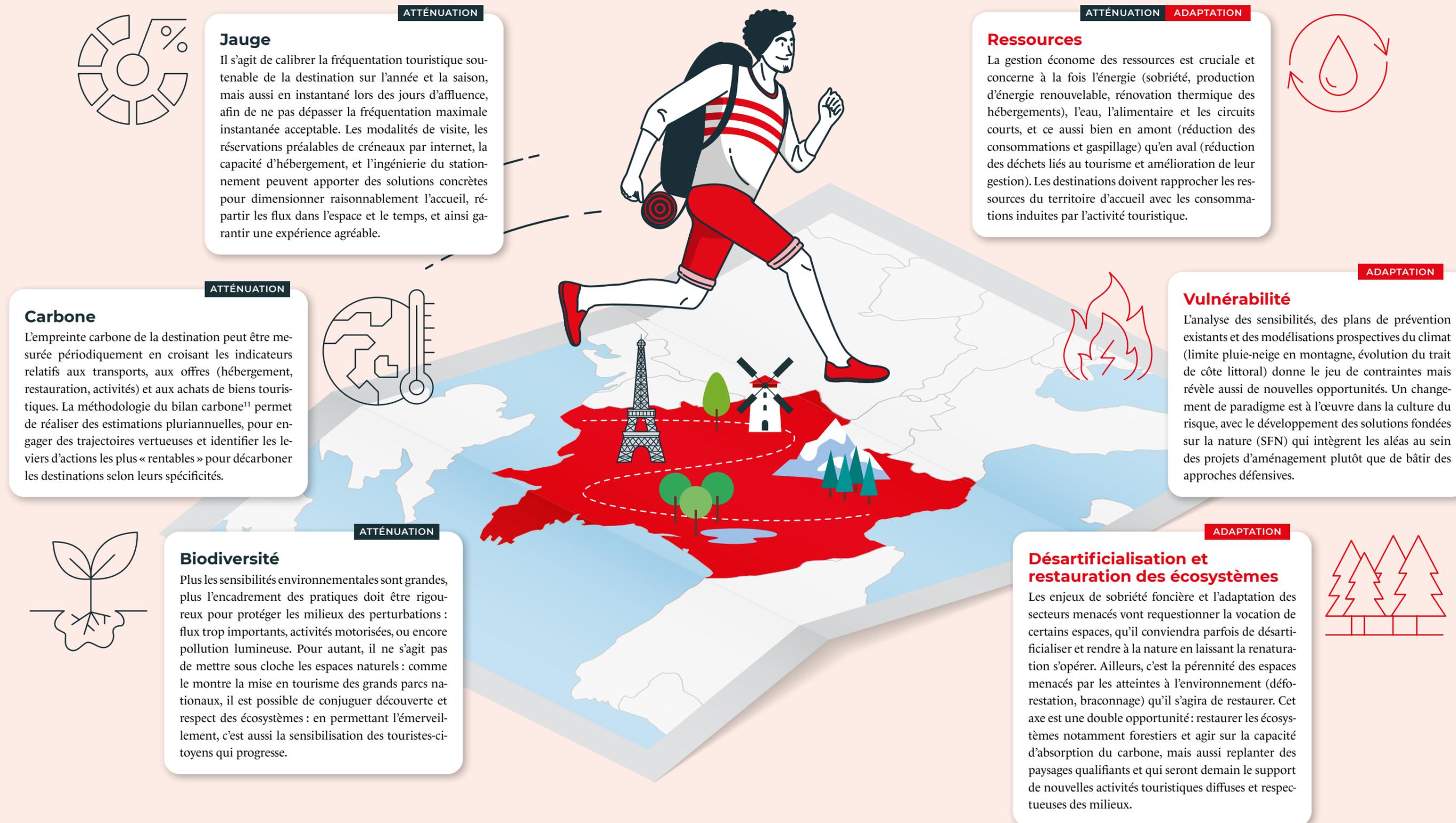


¹⁰ Les échos. 2021. Opinion | Impact du tourisme sur l'environnement : une affaire locale ? Disponible en ligne. Consulté le 16/11/2022.

Nous identifions un socle de 6 enjeux environnementaux dans le référentiel durable des destinations.

Pour permettre aux touristes d'arbitrer sur un séjour plutôt qu'un autre, les destinations doivent être transparentes sur les six enjeux clés de la transition :

Une fois ce socle de critères clés environnementaux bien appréhendé par les destinations et acteurs, il est important de les mettre en perspective avec les autres effets sociaux et économiques du tourisme : développement local & rayonnement, création d'emplois et retombées économiques, conflits d'usages, ...



¹¹ Le Bilan Carbone® est une méthode développée par l'ADEME en 2004

Incarner de nouveaux imaginaires par des offres innovantes

Développer une nouvelle mise en récit du voyage, en résonance avec les valeurs attendues par la société et les citoyens.

Voyager étant un désir plus qu'un besoin, le choix d'une destination repose autant sur des critères rationnels comme le prix et la distance, que sur sa capacité à faire rêver et à entrer en résonance avec des valeurs et des aspirations, dont 3 se dégagent depuis la sortie de la crise sanitaire :



Reconnexion

Le besoin de reconnexion à la nature et de retour à l'essentiel ne cesse d'augmenter. De plus en plus de Français souhaitent reconstruire un lien plus direct et sensible avec leur environnement.



Proximité

Le retour en grâce de la proximité, avec le regain d'intérêt pour des destinations « nature » à l'instar des Vosges, du Massif central ou de la Bretagne intérieure, très plébiscitées ces dernières saisons.



Lenteur

La recherche de lenteur (ou slow tourisme) parle à une frange croissante de la population séduite par l'idée d'aller moins vite et de faire du trajet une composante à part entière de l'expérience du voyage.

Pour donner envie et inciter à un changement de pratiques, il faut parvenir à réenchanter l'imaginaire du voyage et décliner ces aspirations dans des offres concrètes, bien intégrées aux territoires et peu consommatrices en ressources.

Nous identifions 11 actions pour faire émerger de nouvelles expériences de voyage sur les territoires.

Développer une politique de l'offre

1

Construire des produits itinérants grand public : que ce soit par le rail, le fluvial ou le vélo, il est nécessaire de réinventer une narration du voyage au long court dans des produits familiaux et grand public, avec des circuits de visite multimodes au sein des territoires.

2

Faire rêver via des hébergements en communion avec la nature : le désir de retour à l'essentiel peut se matérialiser dans une offre d'hébergement léger de plein air, et s'incarner dans des offres très communicantes bien intégrées dans les grands paysages, qui contribuent à faire basculer l'image et la désirabilité d'une destination.

3

Passer à masse critique l'offre de proximité : les destinations recèlent des pépites « déjà-là », qu'elles soient culturelles, gastronomiques, artisanales ou industrielles. Elles sont à remettre en lumière par des excursions, des événements, des ateliers, voire à compléter avec de nouvelles expériences, afin de proposer des temps de visite suffisants pour légitimer un séjour. Et rendre ainsi ces offres plus visibles par rapport aux offres classiques.

4

Accompagner les sites touristiques dans leurs transitions économiques et environnementales : mettre en place des dispositifs d'ingénierie territoriale permettant d'accompagner les sites dans leur transition, par exemple accompagner la transformation du modèle économique des campings menacés par l'érosion du trait de côte ou accompagner l'évolution de la stratégie d'offre et du modèle économique des stations de montagne, etc.



Maîtriser les impacts sur la nature

5

Encadrer l'immersion dans la nature : les activités de plein air comme la randonnée ou l'escalade sont de plus en plus plébiscitées. Elles nécessitent d'être encadrées mais aussi parfois « mises en scène » via de nouveaux aménagements iconiques (belvédères et panoramas, installations artistiques) qui capturent l'émotion dans les sites grandioses, sans les dégrader.

6

Protéger et sensibiliser : les espaces naturels, forestiers et marins représentent des terrains d'exploration à part entière qui peuvent devenir des supports de sensibilisation à la protection de la nature au travers d'offres d'interprétation repensées et attractives.

7

Désartificialiser et renaturer : une réflexion plus globale sur les espaces naturels doit permettre d'identifier des localisations stratégiques où développer des projets de renaturation ambitieux, incluant éventuellement des stratégies de replantation/compensation.



Mieux gérer sa destination

8

Maîtriser et organiser les flux : afin de limiter leur impact sur les sites sur-fréquentés ou naturellement sensibles, il est possible d'agir sur des aménagements spécifiques (parkings déportés) ou des services numériques (réservation de créneaux) et désaisonnaliser les flux en densifiant les offres sur les ailes de saison.

9

Aménager l'espace public : l'espace public et paysager des destinations se pense désormais à cheval entre animation locale et offre à part entière pour les touristes, et doit inévitablement être résilient aux effets du changement climatique.

10

Animer et piloter la transition : avec l'animation d'un collectif d'acteurs qui s'engage dans la transition et la mise en place de nouveaux indicateurs globaux de suivi de l'impact des activités touristiques, c'est tout un écosystème touristique qu'il s'agit d'organiser et de mettre en musique pour tendre vers une meilleure résilience.

11

Optimiser l'organisation territoriale des acteurs du tourisme : dans un contexte de tensions sur l'argent public, de transformations profondes des modes d'actions sous l'impulsion du numérique et de recherche permanente d'une meilleure efficacité, il est important pour les territoires de questionner en permanence l'organisation de leurs outils et satellites (fusion, réorganisation, etc.).

Expertises et accompagnement

Nos expertises

La pratique tourisme, culture et loisirs maîtrise les enjeux spécifiques du tourisme durable et allie des compétences de haut niveau pour accélérer la transition de la filière.

Nos expertises couvrent à la fois les méthodologies d'évaluation et leurs implications concrètes pour accompagner les destinations à développer des offres attractives, de mobilités douces et d'itinérances, de renouveau des offres littorales et de montagne, de tourisme rural et d'agritourisme, et de tourisme inclusif.

Notre accompagnement

- Stratégie de développement touristique durable
- Organisation et management des destinations
- Faisabilité et programmation d'offres et d'équipements
- Stratégies énergie climat, notamment d'adaptation
- Stratégie de maîtrise des impacts environnementaux des sites / projets touristiques



Qui sommes-nous ?

Le Groupe SCET



La **SCET**, filiale à 100% de la Caisse des Dépôts, accompagne les initiatives locales publiques et privées sur les nouveaux enjeux des territoires et des équipements et leurs transitions.

À travers ses quatre entités, la **SCET** (conseil aux collectivités et appui à l'économie mixte à travers son Réseau de 350 EPL), **CITADIA** (conseil en urbanisme et aménagement), **Aatiko Conseils** (conseil aux bailleurs sociaux), **CEI** (conseil immobilier), **le groupe SCET constitue le seul acteur intégré de conseil et d'appui au développement des territoires.**

Le groupe SCET est mobilisable à travers les principaux canaux structurant la commande publique :

- **UGAP** : Lot 1 Conseil en Stratégie en partenariat avec PWC
- **Centralis®** : Lot 101 – Assistance à maîtrise d'ouvrage / Lot 103 – Urbanisme et paysagisme
- **ANCT** (Agence Nationale de la Cohésion des Territoires) : Lots d'ingénierie amont en appui aux collectivités locales
- **Banque des Territoires** : Lots d'ingénierie amont dans le cadre de grands programmes (ACV, PVD, ...)
- **DITP** (Direction Interministerielle de la Transformation Publique) : Canal d'achat de conseil de l'Etat, Lot 1 Stratégie

sociovision GROUPE IFOP

Sociovision est une filiale du groupe Ifop spécialisée dans les études de tendances et de prospective.

À partir de données historiques collectées sur plusieurs décennies, ses équipes de sociologues décryptent les grands changements sociétaux en France et dans le monde qui vont influencer la société de demain.

- Une expertise reconnue sur les problématiques de modes de vie et de consommation.
- Une approche qui intègre toujours une dimension prospective afin d'anticiper les comportements de demain.
- Le souci de dégager des pistes opérationnelles claires et concrètes à partir de diagnostics sociologiques.

VOS CONTACTS



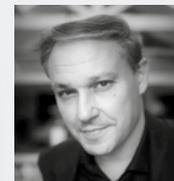
Thomas LAMAND
Directeur Tourisme, Culture, Loisirs
SCET

✉ thomas.lamand@scet.fr
☎ 06 45 80 22 31



Roxane BENEDETTI
Directrice EVEN conseil – **CITADIA**

✉ rbenedetti@citadia.com
☎ 06 99 59 01 99



Remy OUDGHIRI
Sociologue, Directeur
de Sociovision (groupe Ifop)

✉ remy.oudghiri@sociovision.fr
☎ 07 76 08 69 12