

Intervention n°1

8h50 à 9h20 > Un temps pour penser le tourisme et le touriste.

Revenons aux origines du voyage et à son évolution, décryptons les figures du tourisme, pointons les tendances, reconnaissons ses apports et ses nuisances, questionnons le rôle de l'hôte, envisageons quelques perspectives pour l'avenir.

Geneviève CLASTRES - voyageuse, journaliste et enseignante sur les questions de tourisme durable (France)

Présentation de l'intervenante :

Contact : genevieve.clastres@wanadoo.fr

Pour commencer, coup d'œil dans le rétroviseur, **madame Geneviève Clastres** va nous balader au fil de l'histoire du tourisme, de ses origines à nos jours.

Auteure et journaliste indépendante spécialisée sur le tourisme durable, elle collabore régulièrement avec le portail d'information sur le tourisme durable « Voyageons-Autrement.com », le Monde Diplomatique, le Guide vert Michelin, TV5Monde, etc. Auteure d'un ouvrage intitulé "Dix ans de tourisme durable", Madame Clastres est également enseignante et conférencière sur le sujet qui nous occupe et elle nous gratifie ce jour de sa présence et de son éclairage.

En guise d'introduction

L'idée de cette petite allocution est d'ouvrir la matinée avec pour la vision que nous avons une journée qui porte sur un thème fantastique – le tourisme. Pourquoi un thème fantastique ? Parce que finalement, sans chercher à le définir mais juste à le comprendre, on réalise que lorsque l'on parle de tourisme, on touche à un nombre d'univers et de secteurs infinis.

Le tourisme c'est aller vers le monde

Mais le tourisme contient également un véritable monde en lui-même.

Puisque lorsque l'on parle de tourisme : on parle de transport, de culture, d'environnement, d'économie, d'énergie, de territoires, de loisirs, de géographie, d'humain et d'humanités et même de philosophie....

Extrêmement transversale, le tourisme est en ce sens un sujet fascinant par la passerelle ou le trait d'union qu'il représente entre mille et un secteurs et univers emboîtés.

Et c'est aussi pour cette raison que ce matin, **il sera avant tout question de réfléchir et de s'interroger sur le tourisme tout en égrainant comment ce dernier s'est peu à peu immiscé dans le siècle et dans nos vies, en jugeant ses évolutions, sans oublier cet étonnant personnage qu'est le touriste, insaisissable et éphémères, nous posant aussi la question de l'après.**

Where are you from ?

En outre, on pourra aussi imaginer que le tourisme est **aussi un état d'esprit, une forme de curiosité sur le monde.**

Le tourisme une question philosophique pour **réfléchir à ce qu'est l'autre, ce qui est loin, ce qui est proche....**

« *Cette idée d'aller dans le Tiers monde alors que le quart monde n'est qu'à sept stations de métro* » Claire Brétécher

Ce qui est humain

Le tourisme est donc aussi un état d'esprit – un outil formidable – un pas de côté.
Une curiosité de chaque instant.

Si l'on prend un élève – il peut faire du tourisme rien qu'en promenant son regard sur ses camarades de classe – entre un copain ou une copine d'origine chinoise, marocaine, argentine... il pourra faire, parfois, un véritable tour du monde.

Les origines du tourisme

Certes, le tourisme est un phénomène récent. Mais L'homme a toujours voyagé.

A chaque époque ses formes de voyage. Nomades ou sédentaires, les sociétés se définissent dans leur rapport à l'espace.

Néanmoins, dès l'Antiquité, Grecs et Romains possédaient leurs lieux de villégiature sur les côtes et, à l'instar d'Hérodote ou de Sénèque, Rome envoyait déjà les jeunes hommes de la société aisée à Athènes ou Rhodes pour parfaire leur éducation.

Au Moyen Âge : L'Église impose des jours chômés qui servent notamment aux pèlerinages.

En pleine révolution industrielle, les Britanniques inventent le « tourisme moderne » : les chemins de fer facilitent l'accès à la mer, à la campagne, à la montagne, partout où l'air est frais et pur, à l'inverse de l'air pollué des villes !

Les transports étant plus faciles, l'aristocratie anglaise envoie sa jeunesse se former en Europe – **« le fameux grand tour »**

Les Congés payés

En 1934 : La moitié des Londoniens prennent des vacances hors de chez eux !

Le XXe siècle a ajouté la quête du temps à la quête de l'espace. Les luttes passées et les débats en cours sur le temps de travail vont conditionner l'apparition de toute une industrie du loisir.

En France, **en 1936 le Front Populaire** (Léon Blum) révolutionne les vacances en instaurant **12 jours de congés payés par l'employeur.**

Ce temps dégagé, il va falloir à nouveau l'occuper. L'homme a horreur du vide.

L'industrie touristique va naître progressivement et ces terres vierges que l'on voulait faire siennes vont devenir la cible des nouveaux conquérants.

Mais un tourisme, pour quelques-uns ou pour tous ?

Le tourisme, pour tous ? Pour une frange privilégiée ?

Dès 1920, il faut noter la création de l'UNAT par l'Automobile Club de France, le Club alpin français et le Touring club de France.

Après la guerre, en 1950, le « Congrès des associations de tourisme » marque un nouveau tournant pour l'UNAT, qui commence à s'intéresser à ce qu'on appelle alors le « tourisme populaire ». En 1959, l'Union crée une commission « Tourisme Social » qui sera le principal lieu d'échanges sur ce thème jusqu'en 1990

Le tourisme social en France - UNAT : réseau – tourisme social qui a fêté ses 100 ans en 2020
Objectif : donner accès aux vacances à tous

Aujourd'hui toutefois, le tourisme social est en crise. On peut aller chez Mc Do avec des chèques vacances et le patrimoine social – les châteaux du social - sont souvent des passoires thermiques que les villes ou les grandes entreprises ont du mal à rénover. **Certes, ce n'est pas la fin du tourisme social, mais c'est la fin d'un tourisme social.** La société aussi a évolué, s'est individualisé. Les gens n'ont plus forcément envie de partir en vacances avec leurs collègues ! Il faut donc inviter d'autres systèmes. La question du tourisme social reste un des trois piliers du tourisme durable et il était intéressant de faire ce petit détour

Il faut attendre les années 50 pour que le départ en vacances devienne une réalité pour tous avec l'augmentation sensible du nombre de voitures et de trains en circulation, la fin des deux guerres, mais aussi, un réel besoin de partir « prendre l'air »

La France vient d'abandonner les derniers tickets de rationnement : le Club Méditerranée, projet désintéressé et idéaliste, est créé le 27 avril 1950 (date du dépôt des statuts par Tony Hatot, Gérard Blitz n'ayant pas la nationalité française).

Mais pour revenir à l'histoire – **on sait que les années 60 marquent vraiment l'industrialisation du tourisme, voire sa massification** (apparition des charters, des TO, etc.)

Massification du tourisme – les années 1960/70...

1960-1970 : le charter arrive enfin !

Pour voir du pays, on peut prendre l'autocar. **Mais l'avion, c'est tout de même mieux !** Quand **Jacques Maillot crée Nouvelles Frontières le 2 octobre 1967**, il n'a d'autre ambition que de démocratiser le voyage. Il n'a que 26 ans mais sait déjà que pour abaisser les prix, il doit impérativement maîtriser l'aérien. **Sa première expérience charter date de 1966** (un vol pour le Moyen-Orient destiné à une clientèle étudiante). A force d'obstination et de ruse (pour contourner la réglementation française, les vols décollent de Bruxelles, avec transfert en autocar depuis Paris !), Jacques Maillot finit par bousculer le sacro-saint monopole d'Air France. Nouvelles Frontières obtient l'autorisation de décoller de Paris vers les Etats-Unis en... 1974. Il faudra néanmoins attendre 1986 pour que le ciel des Antilles s'ouvre à la concurrence.

Sur les océans aussi, le tourisme gagne du terrain. C'est en 1966 que la compagnie Paquet met en service le Renaissance. Destiné à l'origine pour le transport vers Israël, les événements politiques en décideront autrement. Le bateau est finalement exploité pour la

croisière, une première en France. Jusqu'à cette date, les paquebots étaient des *liners*, conçus pour des traversées entre l'Europe et les Etats-Unis.

A terre, deux entrepreneurs éclairés, **Paul Dubrule et Gérard Pélisson, donnent le premier coup de pelleuse pour implanter la chaîne Novotel**. C'est à Lesquin, dans la banlieue de Lille, qu'est inauguré le premier établissement en août 1967. La grande aventure d'Accor (le nom sera adopté en 1983) commence !

1970-1990 : baisse des prix et tourisme en masse

La loi sur la **quatrième semaine de congés payés a été votée en 1969**. Les agences de voyages font florès. C'est en 1970 qu'une dizaine d'entre elles, dirigée par des indépendants "réalistes et lucides", décide de se fédérer en un réseau volontaire. **Selectour est créé le 20 novembre 1970**, Philippe Demonchy en est déjà administrateur, avant de devenir président.

La même année, **Air France étrenne son premier Boeing 747** entre Paris et New York. **L'ère des gros porteurs est arrivée** et, avec elle, les prix des voyages à l'étranger ne cessent de baisser. De nouveaux tour-opérateurs s'engouffrent dans la brèche, multiplient les séjours et circuits, développent des brochures toujours plus importantes.

Mais le train n'a pas dit son dernier mot. Les vaches bourguignonnes se souviennent encore du **22 septembre 1981**. Il est 15 h 30 quand une flèche orange traverse le Morvan, à 260 km/heure ! Le **TGV** a quitté la gare de Lyon une heure plus tôt. En reliant Paris à Lyon en deux heures, le train à grande vitesse se positionne d'emblée comme LE concurrent de l'avion. Les vacances sont plus que jamais à l'ordre du jour avec la cinquième semaine de congés payés octroyée à tous les salariés en 1981. Alors que Selectour s'apprête à fêter ses vingt ans, un deuxième réseau d'agences indépendantes se constitue.

En 1989, Afat Voyages est créé. Tourcom suivra peu de temps après, en 1991. Pour les indépendants, il est plus que temps de s'organiser. Devenue une industrie, le tourisme entre aussi dans l'ère des nouvelles technologies.

Allongement des congés payés, massification du tourisme, premiers contre modèles

Et beaucoup de questions....

Enjeux et nuisances d'une industrie transversale

Avec sa massification le tourisme a aussi commencé à nous interroger

« Le voyage est à la fois usage et usure du monde »

Il peut donc autant être un formidable levier de développement local comme une industrie extrêmement prédatrice voire déstabilisante pour les lieux et les habitants concernés.

Petite liste à la Prévert des Plus et des Moins du Tourisme

Tourisme « Plus »

Un tourisme bien pensé, équilibré, harmonieux, bonne gouvernance

Revitalise les territoires

Levier de développement local,
Facteur de désenclavement
Valorisation identitaire d'un lieu, de ses habitants (cas de la Chine du Sud)
Un passeur de savoir entre générations (patrimoine matériel, immatériel)
Formidable outil de rencontre
Facteur de paix

Tourisme « Moins »

Un tourisme mal géré, déséquilibré, aux mains de quelques-uns, surtourisme,
Excès, déséquilibre, pillage culturel, folklorisation, perte d'identité
Coquille vide, dévitalisation, disneylandisation
Surtourisme, épuisement des lieux, des humains
Impact environnemental fort (ressources, terres, climat)

Et le touriste, qui est-il, que veut-il ? Comment évolue-t-il ?

Avant de parler du touriste, on peut se poser la question : **pourquoi voyage-t-on ?**

Le tourisme est aussi une question philosophique pour réfléchir à ce qu'est l'autre,
Ce qui est loin, ce qui est proche, ce qui nous touche (un paysage, un lieu, un musée, un loisir,
une rencontre, une expérience, une aventure, une découverte).

Longtemps, on a eu l'impression qu'il fallait faire des milliers de kms pour être un touriste, ou
un voyageur, parce que tourisme ça fait masse, ça fait peuple,
Alors qu'un voyageur, ça sonne plus snob, plus explorateur, plus défricheur, voir pionnier
Pionnier : le rêve de tt « Touriste », découvreur

Le Touriste – l'autre et son double. Tourist or not Tourist ? Le touriste c'est toujours l'autre...
Dans *l'Idiot du voyage* Jean Didier Urbain nous rappelle que Idiot ne signifie pas imbécile mais
(du latin classique *idiota*, signifie « homme qui n'est pas connaisseur, ignorant ») mais
ignorant.

**« A l'origine l'idiot est donc un naïf, un novice, un individu non expérimenté et non un
imbécile ».**

Quant au tourisme (JDU) : « *Touriste n'est pas un mot sans arrière-pensée. Péjoratif, il
dépouille dans l'instant le voyage de sa qualité principale : voyager. Sur ce point, le préjugé
ordinaire est formel : le touriste ne voyage pas. Adeptes des « circuits », il ne fait que circuler. »*

Or si le tourisme c'est toujours l'autre, aujourd'hui nous sommes tous des touristes, il va
 falloir l'accepter, à l'image du voyage qui, vivant un double cauchemar, redoute à la fois
l'invasion touristique de son propre univers : « Touristes Go Home » (Barcelone, Venise,
Dubrovnik)

Mais aussi la perte de son statut héroïque : le fameux égo du découvreur.... et pourtant, il y a
encore tant et tant à découvrir, aujourd'hui encore

De l'acceptabilité des habitants à l'acceptabilité d'être un touriste....

« Le voyageur, menacé, vit aujourd'hui un double cauchemar. D'un côté il redoute l'invasion touristique de son univers ; et de l'autre la perte de son statut héroïque

Il y a pourtant 3 petites révolutions ou évolutions qui ont changé la donne dans la demande et la vision des touristes aujourd'hui en 2022 :

Et donc, plutôt que d'essayer de répondre à la question « Tourist or not tourist », prendre en compte trois tournants décisifs récents qui ont bouleversé les pratiques touristiques de ces 20/30 dernières années

A. La Révolution Internet

Impossible de ne pas parler d'écran ici. Il n'y a qu'à regarder dans la salle. Nous sommes passé d'un monde rêvé, idéalisé, à un monde connecté.

« Avant, le voyage éloignait, aujourd'hui il rapproche ».

Quelques considérations observées

Un touriste qui souhaite être en prise direct avec le terrain sans intermédiaire

L'avènement du voyage en direct – la fin des intermédiaire, la possibilité d'être en contact direct avec des réceptifs locaux – l'apparition de plateforme (Evaneos, Trace Direct, By Nativ) voir de collectifs de réceptifs (Nomadays) qui s'associe pour être plus fort

Un touriste qui se promène sur la toile avant de se promener dans le monde

Fait jouer la concurrence / Yeald management

En quelques clics, on peut bénéficier d'une offre pour passer 5, 10 ou 15 jours au bout du monde, à des prix défiants l'imaginable. On le sait (et cela rend fou !), les prix des billets d'avion ne sont jamais les mêmes à midi ou à minuit. Une des raisons ? Le yield management : une fluctuation des prix en temps réel en fonction de l'offre et de la demande. Autrement dit : ces offres promotionnelles vous proposent des prix alléchants pour des périodes creuses, ce qui vous donne envie de partir plus souvent.

La naissance de véritable empire numérique

Les fameux OTA : Booking en tête mais aussi Airbnb, Expedia, Hôtel.com, Trivago, etc.

Qui pose la question des outils utilisés par les touristes «

On pourrait avoir toute une réflexion sur les plateformes par exemple que l'on souhaite utiliser et penser à des Airbnb locaux/des Fair Booking / des coopératives / autant de modèles alternatifs)

Un touriste connecté qui pose aussi la question du numérique et des laissés pour compte ?

Si les jeunes n'ont connu que la toile

Quid des anciens et des générations intermédiaires

IL reste des profils de touristes qui ont encore besoin de conseils humains, de brochures papiers et de relais proches.

B. L'épée de Damoclès du changement climatique

25 000 touristes en 1950

278 000 000 en 1980

674 000 000 en 2000

1 500 000 en 2019 (le nombre a plus que doublé en 15 ans)

1 800 000 000 touristes internationaux étaient prévus en 2030 soit une hausse de 20%

Comment en est-on arrivé là ?

C. L'explosion de l'avion

En 2019, 4 milliards 540 000 000 de passagers ont pris l'avion selon l'Association du transport aérien international (IATA). Et le nombre d'avions dans le ciel est en constante hausse.

C'est que désormais pour quelques centaines d'euros « seulement », on peut partir en quelques heures à l'autre bout de la planète. - **350 €** : en moyenne en 25 ans sur un billet d'avion pour un vol de 4 heures en classe éco au départ de la France. Résultat : on part plus souvent et moins longtemps (escapades, WE en avion). **L'avion facile a modifié totalement le rapport à l'espace et au temps.**

Low cost et promotions en ligne

En 2018, 1,3 milliard de passagers ont embarqué à bord d'un vol "low cost", soit environ 1/3 du nombre total du trafic mondial.

Dans le même temps, on sait par l'ADEME que le tourisme est responsable de 11% des GES Et au cœur de ce secteur touristique et de ces 11%, près de 70% sont imputables au transport. (dont 40% à l'avion)

Nous sommes aussi à l'ère de Grunta Thunberg, de Flyskam (la « Honte de prendre l'avion »), du Fly less. Mais aussi compensation, absorption ou taxe carbone (solution intermédiaire) – attente d'un avion à l'hydrogène vert ? « Le débat se spécialise »

Et donc avant même le Covid, le débat sur le transport commençait à rebattre les cartes et les projections des touristes vers l'ailleurs...

Même si : L'association des compagnies aériennes internationales (IATA) prévoyait avant l'épidémie du COVID-19 un doublement du trafic aérien mondial avec 8,2 milliards de passagers dans les airs en 2037.

Et puis il y a eu le Covid

Près de 90% des avions bloqués au sol en Europe. Aussi des milliers d'avion qui volent à vide pour conserver leurs créneaux d'atterrissage et de décollage

Bienvenue en « Absurdine »....

La crise sanitaire et peut être et surtout la perception désormais que tout peut s'arrêter d'un jour à l'autre !

L'impossible est devenu possible. Le monde d'après n'est peut-être pas encore (espérons-le) ce juste monde réinventé que chacun appelle de ces vœux

Mais il est peut-être (je doute du doute) devenu un monde où l'on accepte enfin l'incertitude.

Et aussi un monde où le tourisme commence aussi à regarder autour de lui, plus près, à redécouvrir l'à côté, le proche....

La pandémie elle-même a revalorisé la proximité – montrant que le lointain n'est pas l'unique Graal – que le proche peut être exotique, nouveau, valorisant...

Etude Aspirations français pour les vacances

En février 2022, une étude à laquelle le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie (CRTL) a participé, décrypte **les aspirations des Français en matière de vacances**. Certaines tendances existent depuis plusieurs années mais leur progression s'est accélérée en réponse directe à la crise :

1. pouvoir **télétravailler sur son lieu de vacances** : 74% des Français pourraient adopter cette pratique s'ils en avaient la possibilité ;
2. **éviter** de prendre **l'avion** (65%) ;
3. opter pour un **hébergement mobile**, tels que le camping-car, van, fourgon (58%) ;
4. **réserver à la dernière minute** (54%).

D'autres devraient rester sur le long terme et s'intensifier :

1. **vivre une expérience particulière** voire unique (71%) ;
2. **voyager de manière plus responsable** (70%) ;
3. **vivre comme un local** (69%).

A cela, s'ajoute la **volonté de pratiquer un tourisme plus « slow »** propice à la contemplation des paysages et au respect de la nature.

Ces tendances font donc écho à un intérêt grandissant pour un tourisme plus responsable. En effet, plus de 4 vacanciers sur 5 y prêtent une attention particulière en préservant les sites qu'ils fréquentent en consommant des produits locaux, en réalisant le tri sélectif, en ramassant leurs déchets ou encore en mettant en place des actions pour les réduire. Toutefois, le terme peut être une source d'appréhension puisque seulement la moitié des Français pense adopter prochainement ce type de vacances.

Vers un tourisme plus vertueux ?

De fait, depuis plusieurs années : on parle de plus en plus de tourisme durable, certes, mais aussi de tourisme vert, solidaire, micro-aventure, éthique, expérientiel voire interstitiel – dont parlait déjà JD Urbain il y a bien longtemps – car on ne cesse de réinventer les bonnes idées, et qui est aussi un touriste malin.... et qui inspire bien des politiques de tourisme durable aujourd'hui, avec justesse.

« Que sont alors ces touristes interstitiels ? Comme leur nom l'indique, ce sont des voyageurs, non plus hurons mais sioux, perpétuellement à l'affût des intervalles encore vacants dans l'univers du voyage, qu'ils soient spatiaux ou temporels ».

(Ailes de saison ou hors saison, destinations nouvelles, redécouverte de micro-déserts)

Après il y a les tendances, les aspirations, et des faits, parfois brutaux, qui nous ramènent à des réalités moins idéelles....

Lufthansa informe en ce début d'année 2022 vouloir faire voler 18.000 avions à vide pour ne pas perdre les slots d'accès aux aéroports. Cette annonce ubuesque en précède sans doute beaucoup d'autres. Elle souligne combien l'économie, et plus encore l'économie du transport aérien et du tourisme, vit dans une réalité totalement déconnectée de celle des humains. Car enfin, comment peut-on imaginer pareille incongruité et accepter semblable absurdité ? N'est-il pas envisageable de négocier, de faire évoluer le modèle des créneaux aéroportuaires, de stopper ce voyage en absurdie ?

L'évolution des guides de voyage

L'évolution des guides de voyage est en ce sens intéressante.

En 1962 : Edgar Morin écrit dans *l'Esprit du temps* : « Le tourisme devient un grand voyage-spectacle au sein d'un univers de paysages, monuments et musées. Le touriste ne s'intéresse qu'à l'univers des guides bleus et fuit la vie réelle, quotidienne, sauf lorsque celle-ci est classée comme « pittoresque », c'est-à-dire redevient digne de l'image. Il porte son appareil photo en bandoulière et, à la limite, il est plus préoccupé de cliquer que de voir ».

Si on regarde les dernières parutions du Guide Michelin, on découvre que l'an dernier, outre les classiques Guides Vert classés par départements ou régions, on trouve plusieurs hors-séries assez révélateurs dont : « 52 WE à vélo dans toute la France » « Le guide du Slow Tourisme ». « Vacances en train – 40 voyages sans voiture pour parcourir la France de gare en gare » ; « WE en van »....

Certes, il y a donc là une « tendance » ou un mouvement....

Quel tourisme pour quel territoire ?

Du touriste au territoire – quelles questions se poser ?

Un touriste à orienter, titiller, au-delà des tendances ? Que souhaite le touriste ? Que lui donne-t-on à voir aujourd'hui ? Qui décide pour qui ? Est la mode ? Le territoire ? La tendance ?

Mais au-delà, on peut aussi se poser la question de l'offre développée par les territoires et par le souhait induit que peut provoquer ce dernier chez le voyageur.

Prendre du recul par rapport à ce voyageur. Ne plus simplement se poser la question « Que veut le touriste ? »

Mais aussi :

- « Que veut le territoire ? »
- « Qu'est ce qui est possible ? »
- « Quelle mise en tourisme » (aménagement du territoire)
- « Quel tourisme pour quels touristes ? »
- « Quelle raison d'être ? »
- Mais aussi donc aujourd'hui ?
- « Quel tourisme pour quelle planète ? »
- « Quel tourisme pour nos enfants ? »
- « Vers un tourisme plus durable ? Plus local ? Relocalisé ? Quid des clientèles de proximité ? »

Et demain encore :

D'autres défis à imaginer : Le tourisme pour tous ? Tourisme et biomimétisme (vers un tourisme régénératif inspiré de la nature) Tourisme virtuel ? Virtualisé ? On n'est pas au bout de nos surprises.

La richesse du programme d'aujourd'hui montre justement cette importance de la créativité de tout un chacun, les passerelles entre acteurs, le besoin de désenclaver, de gouvernance éclairée, de décisions et de courage politique. Mais aussi l'importance de l'humilité.

Un voyage de 1000 lieux commence par un premier pas

Pour conclure juste dire : « Qu'à partir du moment où l'on a fait du tourisme, on a aussi souhaité faire un tourisme différent ».

Les premières expérimentations de tourisme durable dates des années 60 et 70.

Nous ne faisons souvent que réinventer – ne pas oublier de relire et de s'inspirer des exemples du passé.

L'humilité pour le touriste toujours et encore avec cette question de la sensibilisation à un tourisme durable ou de bon sens

Sans culpabilisation mais toujours dans l'humour, le plaisir,

Avec l'idée (et surtout pour nos jeunes) que voyager reste quelque chose de formidable et d'humain .

Le voyage commence là où s'arrête nos certitudes. (Franck Michel)