



L'économie de partage dans le tourisme : durabilité ou non durabilité ?

Sarah Tahali, Nizar Ayed, H       Yildiz, Komivi Afawubo, Philippe Kornmann,
Florence N'Diaye

► **To cite this version:**

Sarah Tahali, Nizar Ayed, Hélène Yildiz, Komivi Afawubo, Philippe Kornmann, et al.. L'économie de partage dans le tourisme : durabilité ou non durabilité ?. International marketing trends conference, Jan 2020, Paris, France. [hal-03403877](#)

HAL Id: hal-03403877

<https://hal.science/hal-03403877v1>

Submitted on 26 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

L'ECONOMIE DE PARTAGE DANS LE TOURISME : DURABILITE OU NON DURABILITE ?

24EME COLLOQUE MARKETING TRENDS DES 18, 19 JANVIER 2020

Sara Tahali, Doctorante, CEREFIGE, Universapolis ISIAM Agadir, Université de Lorraine,
54000 Nancy, France
tahali.sara@isiam.ma

Nizar Ayed
CEREFIGE EA3942- IUT Longwy - University of Lorraine-France
54000 Nancy, France
Nizar.ayed@univ-lorraine.fr

Hélène YILDIZ
CEREFIGE EA3942- IUT Longwy - University of Lorraine-France
54000 Nancy, France
helene.yildiz@univ-lorraine.fr

Komivi AFAWUBO
CEREFIGE EA3942-University of Lorraine-France
54000 Nancy, France
komivi.afawubo@univ-lorraine.fr

Philippe KORNMANN,
Professeur, CEREFIGE, Université de Lorraine,
Philippe.Kornmann@univ-lorraine.fr

Florence N'Diaye,
Université de Saarbrücken
f.ndiaye@mx.uni-saarland.de

L'ECONOMIE DE PARTAGE DANS LE TOURISME : DURABILITE OU NON DURABILITE ?

Résumé:

L'économie de partage dans le secteur du tourisme en particulier prône le partage, l'acte éco-responsable, durable mais est ce vraiment la réalité de cette économie ?

Une étude qualitative sur la perception des consommateurs touristes utilisant les plateformes d'économie de partage sont analysées et montrent que les préoccupations du consommateur touristique est surtout d'ordre utilitaire.

Mots-clés : consommateur touristique- économie de partage - durabilité

THE SHARING ECONOMY IN TOURISM: SUSTAINABILITY OR NON-SUSTAINABILITY?

Abstract :

The sharing economy in the tourism sector in particular advocates sharing, the eco-responsible act, sustainable but is it really the reality of this economy? A qualitative study on the tourist consumer's perception using sharing economy platforms is analyzed and shows that the concerns of the tourist consumer is mainly utilitarian..

Key-words: Tourist consumer- sharing economy -sustanaibility

Le changement climatique anthropique est largement reconnu comme une menace mondiale pour les systèmes naturels, les populations humaines et les économies (Cook et al., 2013). Face à ces problématiques, le sujet de l'écologie et de l'éco-responsabilité devient une préoccupation de plus en plus prégnante chez certains consommateurs notamment dans son comportement touristique. Cette économie du partage, c'est-à-dire les plateformes numérisées d'échanges peer-to-peer (Belk, 2014; Hamari et al., 2016; Piscicelli et al., 2015), a pris un essor considérable dans plusieurs secteurs de l'économie et particulièrement dans le tourisme via les plateformes telle qu'Airbnb (Geissinger et al., 2017; Matzler et al., 2015).

Cette tendance à l'utilisation de plus en plus élevée des plateformes de partage dans le secteur du tourisme est mise en exergue par certains chercheurs afin de lutter contre les formes de gaspillages (Piscicelli et al., 2015).

En effet, l'économie de partage arrive dans ce contexte comme une possible alternative pour réduire les émissions de carbone. Faire du covoiturage, acheter d'occasion, consommer moins, sont autant d'activités qui ont connu une évolution fulgurante avec l'apparition de plateformes en ligne permettant de connecter les utilisateurs. Le tourisme s'est aussi retrouvé impacté, notamment avec l'apparition d'Airbnb et TripAdvisor. Il est donc important de comprendre si ce lien qui semble établi par l'objectif de l'économie de partage est bien perçu par le consommateur touristique comme une forme de durabilité.

Dans cette recherche, le concept de durabilité ou de soutenabilité signifie une croissance économique qui est positive sans compromettre les besoins futurs en ressources pour les générations futures (Brundtland, 1987 ; Cohen et Munoz, 2016). Cette durabilité, pour certains auteurs, constitue le cœur de l'économie de partage et ceci semble être reconnue par les consommateurs comme tel (Heinrichs, 2013).

En effet, les ressources utilisées, qu'elles soient individuelles ont été allouées de manière individuelle afin de n'avoir aucune conséquence sur les besoins individuels futurs en ressource (voir, par exemple, Acquier et al., 2017, Mair et Reischauer, 2017). Le vrai sens du "partage" est devenu de plus en plus une de ces évolutions (par exemple, Cockayne, 2016). Pourtant très peu de littérature évoque cette forme d'évolution et comment elle est perçue par le consommateur touristique. Le but de cet article est de décrire et de classer la représentation de développement durable liée au partage de plates-formes économiques en particulier dans le secteur du tourisme par le consommateur touristique. Les plateformes se réfèrent ici au rôle d'intermédiaires pour créer l'accès ou les échanges, les paiements et les évaluations entre pairs ou entreprises (Cockayne, 2016). Ces plates-formes sont celles qui mettent en avant les idées de produits et de services à partager.

Lors du colloque les résultats d'une étude qualitative menée sur un échantillon de 25 consommateurs touristes sur leurs perceptions vis à vis de certaines plateformes liés aux secteurs du tourisme seront présentés. Un des résultats phare met en exergue un certain

nombre d'éléments explicatifs du comportement des consommateurs touristique en faveur de ce phénomène et qui sont des facteurs très éloignés du concept de durabilité.

Bibliographie :

- Acquier, A., Daudigeos, T., Pinkse, J., 2017. Promises and paradoxes of the sharing economy: an organizing framework. *Technol. Forecast. Soc. Change* 125, 1e10.
- Belk, R., 2014. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *J. Bus. Res.* 67 (8), 1595e1600.
- Brundtland, G.H., 1987. Our Common Future: The World Commission on Environment and Development. *Oxford University Press*, Oxford.
- Cockayne, D.G., 2016. Sharing and neoliberal discourse: the economic function of sharing in the digital on-demand economy. *Geoforum* 77, 73e82.
- Cohen, B., Munoz, P., 2016. Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *J. Clean. Prod.* 134, 87e97.
- Cook, John, Dana Nuccitelli, Sarah A. Green, Mark Richardson, Bärbel Winkler, Rob Painting, Robert Way, Peter Jacobs, and Andrew Skuce. (2013). "Quantifying the consensus on anthropogenic global warming in the scientific literature." *Environmental research letters* 8, no. 2: 7.
- Geissinger, A., Laurell, C., Oëberg, C., 2017. Imitating Airbnb and uber e on the interconnectedness of sharing economy platforms and digital business ventures. In: *23rd Nordic Workshop on Interorganizational Research*, Stavanger.
- Hamari, J., Sjöeklint, M., Ukkonen, A., 2016. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *J. Assoc. Inform. Sci. Technol.* 67 (9), 2047e2059.
- Heinrichs, H., 2013. Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA Ecol. Perspect. Sci. Soc.* 22 (4), 228e231.
- Mair, J., Reischauer, G., 2017. Capturing the dynamics of the sharing economy: institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organizations. *Technol. Forecast. Soc. Change* 125, 11e20.
- Matzler, K., Veider, V., Karthan, W., 2015. Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Manag. Rev.* 56 (2), 71e77.
- Piscicelli, L., Cooper, T., Fisher, T., 2015. The role of values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. *J. Clean. Prod.* 97, 21e29.