



HAL
open science

Tourisme. Tourisme. Quelle empreinte pour visiter le monde de manière responsable ?

Vincent Vlès, Steve Hagimont

► To cite this version:

Vincent Vlès, Steve Hagimont. Tourisme. Tourisme. Quelle empreinte pour visiter le monde de manière responsable ?. Greenwashing. Manuel pour dépolluer le débat public., 2022. hal-03928373

HAL Id: hal-03928373

<https://hal.science/hal-03928373v1>

Submitted on 7 Jan 2023

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.

Chapitre d'ouvrage

Hagimont S., Vlès V., 2022, « Tourisme. Quelle empreinte pour visiter le monde de manière responsable ? », in *Greenwashing. Manuel pour dépolluer le débat public* », Paris, Le Seuil.

Tourisme. Quelle empreinte pour visiter le monde de manière responsable ?

Steve Hagimont, Maître de conférences en histoire, Université Paris-Saclay, UVSQ, Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines (CHCSC).

Vincent Vlès, Professeur d'urbanisme et aménagement, Université de Toulouse Jean Jaurès, Centre d'étude et de recherche Travail Organisation Pouvoir (CERTOP).

Dans le tourisme aussi l'écoblanchiment est un procédé de communication très souvent utilisé par des opérateurs dans le but de donner une image responsable de leur produit ou de leur destination, en affichant un impact plus mesuré sur les écosystèmes, des relations avec les populations locales qui ne soient pas (purement) marchandes, une contribution juste à l'économie locale et une promotion de la diversité culturelle et naturelle du monde. Davantage que de réelles préoccupations écologiques, cette démarche traduit couramment un souci de distinction commerciale. La plupart du temps, l'argent public ou privé consacré à ces opérations de « tourisme reverdi » est plutôt investi en publicité qu'en réelles actions pour l'environnement.

Le tourisme repose pour partie, depuis ses origines, sur un besoin d'échapper à la vie quotidienne urbaine en se déplaçant dans des lieux qui permettent de retrouver des cultures et une nature jugées « authentiques ». L'assimilation de ces désirs par une offre commerciale a conduit à artificialiser des sites sensibles, en montagne, sur les littoraux ou dans les forêts, dès les XVIII^e et XIX^e siècles – routes, promenades, voies ferrées, hôtels, villas, casinos, etc. permettent de faire fructifier ces envies d'évasion. La seconde moitié du XX^e siècle est marquée par une massification des flux de voyageurs nationaux et internationaux et des infrastructures d'accueil, de loisir et de transport. Cette massification est appuyée par les politiques publiques qui voient dans le tourisme un excellent levier de développement. Elle est facilitée par l'essor des automobiles, qui a partie liée avec les désirs touristiques dès le début du siècle, et des avions qui permettent de franchir les distances de plus en plus rapidement et économiquement. Le train reste un mode de déplacement touristique important, mais il est relativement écrasé par le poids des autres transports fortement carbonés qui se sont encore plus massivement développés.

En réponse aux critiques émergentes contre les effets (sociaux et culturels d'abord, puis écologiques) du tourisme « de masse », un tourisme « vert » voit le jour dans la France des années 1960, par exemple. Dans le cadre des Plans qui lancent par ailleurs les opérations d'aménagement de la Côte languedocienne et accélèrent l'équipement des stations alpines de sports d'hiver, l'État appuie ainsi la création de gîtes ruraux pour relancer l'économie de zones rurales en difficulté. Il s'agit de jouer sur tous les tableaux : créer, d'un côté, des géants capables de capter les touristes internationaux ; promouvoir, de l'autre, un tourisme « diffus », contribuant au maintien de la vie locale sans la perturber, et offrant aux urbains « surmenés » cet indispensable ressourcement physique, moral et identitaire auprès d'une nature idéalisée. Les parcs nationaux (1960) et naturels régionaux (1967) sont des outils d'aménagement du territoire pensés dans ce même cadre. Au niveau international, dès les années 1960, l'émergence du tourisme dit « culturel » rappelle beaucoup le tourisme durable actuel. Il fait l'objet d'une première charte rédigée en 1976 par l'ICOMOS (instance patrimoniale de l'UNESCO) et vise à répondre à un développement touristique massif qui se dirige de plus en plus vers des destinations ensoleillées des pays du Sud, mais dont les bénéfices sont surtout captés par les grands opérateurs des pays du Nord (voyagistes, compagnies aériennes,

groupes de BTP). Le tourisme culturel est censé concilier préservation de la diversité culturelle, redistribution internationale des richesses et sauvegarde des écosystèmes. Les termes de l'échange ne sont cependant pas équilibrés, faisant de ces destinations des prestataires d'authenticité à bon marché et accentuant leur dépendance vis-à-vis de flux de visiteurs non maîtrisés.

Le tourisme devient dans ces mêmes années l'allié de la protection de la nature mondiale, inaugurant des formes de « paiements pour services environnementaux » avant la lettre. Les États postcoloniaux héritent d'espaces qui ont été protégés pendant la période coloniale et les maintiennent parce que ce sont des instruments stratégiques d'affirmation intérieure et mondiale des nouveaux pouvoirs. Ces « parcs » livrés au tourisme international justifient le cantonnement voire l'expulsion de communautés, parmi les plus pauvres, au motif qu'elles menaceraient la diversité biologique, en Afrique comme en Chine plus récemment. Le tourisme est présenté comme une façon de rémunérer la protection de la nature, en faisant payer divers permis de séjour et de chasse. Comment faire la balance de ce dont le tourisme semble empêcher la destruction et de ce qui est assurément altéré ou consommé ?

En Europe, à partir des années 1970, des politiques publiques tentent de limiter les aménagements touristiques pour des raisons écologiques en imposant une planification des équipements. Les urbanisations touristiques tout comme les infrastructures de transport ne cessent toutefois de s'étendre, tandis que d'autres politiques publiques nationales comme territoriales (dans un contexte de concurrence accrue entre les territoires, qui doivent trouver en leur sein des ressources de développement économique) visent à accroître l'attractivité touristique afin de relancer l'activité économique. Régions, départements et villes se lancent dans des offensives communicationnelles pour « vendre » au pays voire au monde leurs singularités culturelles et naturelles, faisant fi des contradictions potentielles.

Suite à l'adoption par l'ONU et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) de la charte sur le tourisme durable à Lanzarote en 1995, les labels de certification se multiplient, reprenant les objectifs promus à Rio en 1992 : allier croissance, réduction des inégalités mondiales et préservation de l'environnement. Une centaine d'écolabels touristiques existeraient aujourd'hui dans le monde. Ils montrent autant la généralisation des doutes sur la soutenabilité de l'offre passée, que l'importance promotionnelle prise par l'écologie. Dans ce foisonnement, il est difficile de départir ce qui relèverait d'une offre sincère de ce qui n'est que pur marketing, le tourisme dit durable restant de toute façon très marginal (1 % du marché en 2017 en France). Le discours à son propos est porté par des entreprises utilisant surtout la lutte pour le climat comme slogan, tout en négligeant les effets sanitaires du changement climatique, ceux causés par la pollution par exemple, ou par la diffusion des maladies tropicales ou des pandémies grâce aux voyages. Ce discours est limité et même contre-productif : il donne l'impression que l'impact du changement climatique est lointain et que pour lutter contre lui, des ajustements de forme sont suffisants. Il engendre aussi, à l'instar des labels de compensation carbone pour les vols internationaux (et même, aujourd'hui, pour le ski hélicoptéré au Canada), un effet « bonne conscience » qui retarde l'action réelle. La profusion contemporaine de « labels verts » s'inscrit directement dans cette tendance. Citons « Flocon Vert » qui garantit l'engagement « durable » des destinations touristiques de montagne qui s'engagent par exemple à remplacer leur parc de voitures professionnelles par des voitures électriques (une goutte d'eau dans le bilan global d'une station de sports d'hiver). D'autres entreprises vendent sur catalogue l'illusion d'un monde parfait, d'un partage de la manne du voyage (à pied, notamment) sans jamais autoriser le client à accéder aux dessous des transactions locales dans les pays récepteurs : or, l'enquête locale montre que les chefs de villages répartissent à leur guise l'argent versé par le voyageur ; le muletier, le cuisinier, le guide n'en reçoivent que des miettes. D'autres organismes de tourisme durable collent des étiquettes d'économie responsable, comme Ecorismo ou Biorismo, en entendant « valoriser l'environnement et la culture locale, en préservant la biodiversité, le confort et l'ergonomie des employés, afin d'assurer une meilleure rentabilité à plus long terme des entreprises » : *business is business*. Ces propositions de plus en plus nombreuses d'excursions « nature »

et solidaires à l'autre bout du monde, serties de labels verts, font oublier les émissions de CO₂ qui leur sont inhérentes. Le Costa-Rica, grande destination écoresponsable, l'est-elle tant que ça si on calcule l'empreinte carbone des 3 millions de touristes étrangers ayant fréquenté le pays en 2019, voyages et consommations inclus ?

Aujourd'hui, plus personne ne nie véritablement l'ampleur des menaces qui pèsent sur l'environnement planétaire, mais il y a de fortes divergences sur les manières d'y répondre. Or, bien des formes de « tourisme durable » cachent mal une culture normalisée, assez conventionnelle, médiatisée, « politiquement correcte » si ce n'est cynique : certes, il s'agit de faire mieux qu'avant, mais tout en faisant toujours plus. La marchandisation des sites naturels par les pratiques sportives ou de découverte, l'extension des saisons, la multiplication des petits groupes thématiques de visite relèvent de ce processus : on exploite ainsi une ou plusieurs « niches » touristiques nouvelles, tout en accentuant les usages de la nature, seulement envisagée dans une perspective productive comme un ensemble de ressources. Rétablir des relations soutenables passerait en réalité par une priorité mise, avant toute décision, sur la protection, en retournant complètement la façon dont les professionnels du tourisme envisagent les rapports qu'ont les touristes au monde. Or, les organismes du tourisme reverdi (ils sont nombreux) sont tous conçus dans une perspective de « développement », inhérente à leur dimension commerciale. Leurs produits ne parviennent pas à résoudre l'équation suivante : comment accroître les revenus tirés de l'accueil de visiteurs sans augmenter, du même coup, les émissions de gaz à effet de serre (transport, logement, approvisionnement), les prélèvements en ressources minérales, l'artificialisation des sols (à cause des aéroports, routes, hôtels, appartements et villas toujours sous-occupés, mais jamais assez nombreux, des infrastructures de loisir telles que les piscines ou les golfs), et/ou les multiples pressions sur les écosystèmes (de nouveaux dérangements de la faune et de la flore apparaissent à chaque fois qu'une nouvelle activité prend un certain essor, à l'exemple des sports de « pleine nature » comme le VTT, le trail, le canyoning, l'escalade, etc.).

Le tourisme est un des secteurs le plus fortement en croissance à l'échelle mondiale (avant l'épidémie de Covid-19), vital pour bien des territoires du Nord comme du Sud, dont l'empreinte écologique est complexe à calculer, mais qui aurait représenté 8 % des émissions de gaz à effet de serre mondiales entre 2009 et 2013. Malgré l'importance des questionnements à son endroit, le tourisme reste le parent pauvre de la prospective scientifique et politique, au-delà de messages optimistes sur ce que sera - ou ce que devrait être - le tourisme *high-tech*. En France, pourtant première destination touristique mondiale, la quasi-absence de travaux sur la transition post-carbone du tourisme est ainsi frappante. Tout va pourtant changer très profondément dans les 20 ans qui viennent, le tourisme n'y échappera pas. Se contenter de demi-mesures, de messages lénifiants, ou pire, de *greenwashing*, c'est concourir au désastre planétaire, renforcer la vulnérabilité des zones défavorisées, et entretenir une illusion d'action dont les conséquences, sociales, géopolitiques et écologiques, seront d'autant plus graves que nous retarderons les décisions structurelles. La promotion actuelle du tourisme national ou international, de la part des acteurs publics ou privés, semble aveugle à la non-soutenabilité d'un secteur économique fondé sur des mobilités à longue distance, gourmandes en énergies fossiles et en espaces. Le tourisme de demain, s'il devient responsable, sera revenu sur terre, plus lent, plus local et sans doute moins primordial pour des territoires moins soumis à l'impératif de compétitivité internationale.

Vincent Vlès, « Les territoires touristiques aux abords du point vertigineux », dans Geoffrey Carrère, Camille Dumat et Marie-Christine Zélem (dir.), *Dans la fabrique des transitions écologiques. Permanences et changements*, Paris, L'Harmattan, 2019, p. 75-98.

Steve Hagimont, « Face au désastre écologique : la nécessité d'une histoire environnementale du tourisme », *Mondes du Tourisme [en ligne]*, t. 17, 2020, URL : <https://doi.org/10.4000/tourisme.2648>.

Guillaume Blanc, *L'invention du colonialisme vert*, Paris, Flammarion, 2020.

Saskia Cousin, « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un "bon tourisme" », *Civilisations*, n° 57, 2008, p. 41-56.

Manfred Lenzen, Ya-Yen Sun, Futu Faturay, Yuan-Peng Ting, Arne Geschke et Arunima Malik, « The Carbon Footprint of Global Tourism », *Nature Climate Change*, t. 8, 2018, p. 522-528.