

[Tourisme durable \(https://veilletourisme.ca/category/tourisme-durable/\)](https://veilletourisme.ca/category/tourisme-durable/)

1 Mar. 22

TOURISME DURABLE : COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES TOURISTES INTERNATIONAUX

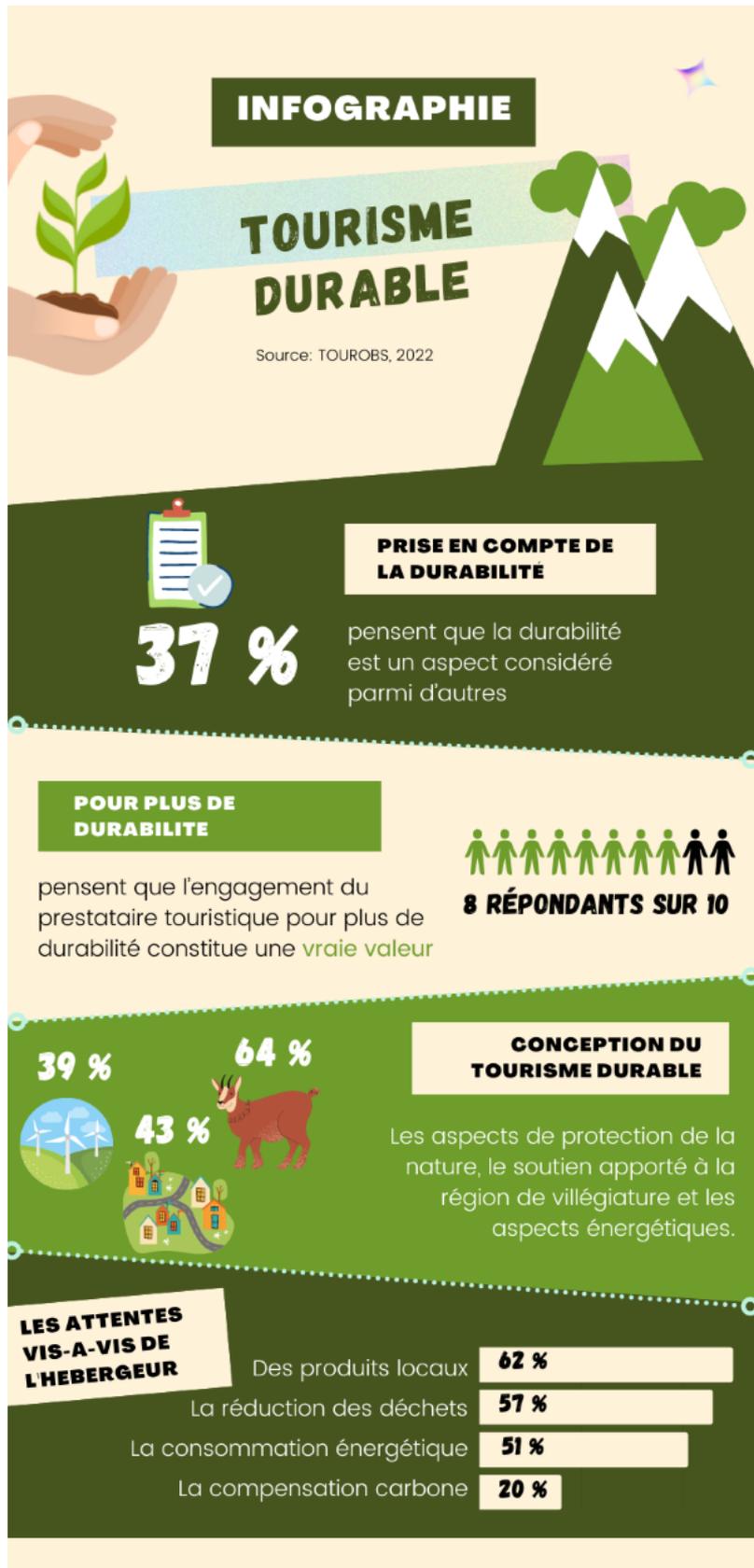
L'investissement nécessaire pour dénicher une offre durable et la perception du surplus financier qui est associé découragent les voyageurs.



Dans le cadre de son [rapport \(https://www.tourobs.ch/media/155nhssh/rapport_final_td_fr.pdf\)](https://www.tourobs.ch/media/155nhssh/rapport_final_td_fr.pdf) sur les enjeux du tourisme durable, l'Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourobs) a mené une grande enquête sur les comportements et les attentes des voyageurs en matière de tourisme durable. L'enquête a été administrée en ligne auprès d'un panel de 594 répondants provenant de Suisse, d'Allemagne, de France, d'Italie, d'Autriche, de Belgique, des Pays-Bas, de Pologne et des États-Unis. Le choix de l'échantillon étudié a en partie été déterminé sur la base des marchés représentatifs des nuitées hôtelières en Suisse sur la période de janvier 2021 à septembre 2021. La période d'administration du questionnaire s'est étalée du 18 octobre 2021 au 1er novembre 2021.

LA DURABILITÉ : UN CRITÈRE CONSIDÉRÉ DANS LE CHOIX DU VOYAGE

Pour près d'un tiers des répondants (37 %), la durabilité est un aspect considéré parmi d'autres lors de la conception du voyage. Pour 23 %, elle est un critère décisif permettant de départager des offres équivalentes. Une personne sondée sur cinq (20 %) estime que la durabilité est un critère central dans leur choix de voyage. La même proportion déclare, à l'inverse, que la durabilité n'a aucune importance dans sa décision de voyage.



Freins

LE COÛT, LE MANQUE D'INFORMATIONS & LE MANQUE DE CLARTÉ AU NIVEAU DES LABELS sont autant de points qui défavorisent la réservation de voyages durables.



LE SITE INTERNET DES DESTINATIONS COMME RÉFÉRENCE D'INFORMATIONS

Pour planifier et/ou réserver un séjour de tourisme durable, le site Web officiel de la ou des destinations (48 %) constitue la source d'informations privilégiée, suivie du site Internet de l'hébergeur (38 %). De manière plus relative, le bouche-à-oreille (34 %) et les sites Web d'agences de voyages en ligne (32 %) représentent également des sources d'informations utiles pour les répondants. En revanche, la consultation de sites Internet spécialisés dans le tourisme durable ne relève pas vraiment d'une démarche spontanée. Seuls 17 % des répondants disent utiliser cette source.

L'ENGAGEMENT DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES EST ATTENDU

Les répondants sont presque unanimes (80 %) sur le fait que l'engagement en développement durable du prestataire touristique constitue une vraie valeur. Nombreux (64 %) seraient disposés à payer davantage pour soutenir les prestataires touristiques qui agissent en ce sens.

Lorsqu'ils recherchent un hébergement qui s'inscrit dans une démarche de durabilité, les répondants s'attendent d'abord à ce que l'hébergeur mette de l'avant les produits locaux (62 %), ou qu'il prenne des engagements en faveur d'une diminution de ses déchets (57 %). La réduction de la consommation énergétique est également un engagement fort pour la moitié des répondants (51 %). Ces derniers sont en revanche moins sensibles à d'éventuelles initiatives de compensations carbone prises par les hébergements (20 %).

UNE CONCEPTION DU TOURISME DURABLE ASSOCIÉE À LA NATURE, À LA COMMUNAUTÉ D'ACCUEIL ET AUX ASPECTS ÉNERGÉTIQUES

Ce qu'associent en premier lieu les répondants au tourisme durable, c'est bien ce qui a trait aux aspects de protection de la nature (64 %). Viennent ensuite le soutien apporté à la région de villégiature (43 %) et les aspects énergétiques (39 %).

Étonnamment, les éléments qui relèvent des transports sont les moins associés au tourisme durable. Ces aspects ne sont cités que par 20 % des répondants.

La majorité (77 %) souhaite d'abord pouvoir expérimenter les traditions et l'artisanat locaux durant leur voyage. Les répondants accordent également une grande importance au fait de pouvoir acheter des produits locaux directement chez le producteur (74 %). Profiter du cadre naturel du lieu de vacances est aussi essentiel. En effet, deux tiers (66 %) veulent vivre des expériences avec le monde animal et végétal, sans nuire à la nature.

IMPACTS NÉGATIFS DU TOURISME : LE PATRIMOINE NATUREL ET CULTUREL À PRÉSERVER

La dégradation des sites naturels ou culturels est l'une des conséquences du tourisme qui préoccupe le plus les répondants (73 %), devant la surfréquentation des attractions touristiques (72 %) et la pollution atmosphérique (63 %). Bien qu'ils soient concernés directement, l'hostilité des résidents envers les visiteurs est l'une des conséquences dont se soucient le moins les répondants (49 %).

Une forte proportion de répondants pense que les limitations permettent de protéger des éléments naturels menacés (91 %). Ils sont également majoritairement d'accord avec le fait que les limitations renforcent la qualité de la visite touristique elle-même (88%) et préservent la qualité de vie des autochtones (86%).

Les avis sont plus nuancés quant aux conséquences des limitations sur l'organisation et l'activité économique. Pour 50 % des répondants, les limitations ne complexifient pas pour autant la gestion des flux touristiques. De même, pour 57 %, elles n'engendrent pas non plus un désintérêt pour le site. Enfin, plus de la moitié (53 %) sont d'accord avec le fait qu'elles limitations nuisent au développement de l'économie touristique.

LA VOITURE, LE TRAIN ET L'AVION COMME MOYENS DE TRANSPORT PRIVILÉGIÉS

Le véhicule individuel motorisé est le moyen de transport le plus adopté. Lors de leur dernier séjour, deux tiers (66%) des répondants ont rejoint leur destination en voiture. Ceux qui ont utilisé un autre moyen de transport citent le train (52 %) et l'avion (31 %). Enfin, 56 % déclarent avoir utilisé les transports publics sur leur lieu de vacances.

La dimension financière reste l'élément décisif pour départager plusieurs modes de déplacement. À même la destination, la majorité déclare privilégier d'abord le mode de déplacement le plus économique (63 %), devant celui le plus rapide (59 %) et celui le plus écologique, cité à hauteur de 40 % par les répondants.

LA RÉSERVATION D'OFFRES DURABLES ENCORE À LA PEINE

Seul un tiers (34%) des répondants déclare avoir déjà réservé une offre durable. De ceux-ci, plus de la moitié (52 %) en ont déjà fait l'expérience en Suisse, s'agissant surtout de Suisses (44 %).

La plupart des répondants n'ont jamais rencontré d'obstacles majeurs pour réserver une offre durable (43 %). Ce chiffre s'explique surtout parce qu'une majorité n'a jamais réservé une offre durable.

Parmi ceux qui ont été confrontés à des difficultés, 21 % stipulent qu'ils auraient aimé pouvoir réserver une offre durable, mais qu'ils n'ont pas pu le faire, car l'investissement nécessaire pour trouver ce qu'ils cherchaient les a découragés. Un répondant sur cinq (20 %) aurait également réservé une offre durable, mais aucune proposition ne correspondait à leurs attentes. Enfin, 16 % ne sont pas allés jusqu'au bout du processus, car il leur manquait des informations pour évaluer la durabilité des offres de voyages.

Le frein financier reste le plus important pour près de la moitié des répondants. En effet, 47 % souhaiteraient rendre leurs voyages plus durables si aucun coût supplémentaire n'y était associé.

L'incompréhension de l'offre est également perçue comme un obstacle. Le fait d'avoir plus d'informations à ce sujet ou un label de qualité clair les aideraient à rendre leurs voyages plus durables, respectivement à hauteur de 37 % et 32 %.

Pour obtenir plus de détails à propos de l'enquête de l'Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourops) sur les comportements et les attentes des voyageurs en matière de tourisme durable, nous vous invitons à télécharger le **rapport**

https://www.tourops.ch/media/155nhssh/rapport_final_td_fr.pdf.

Image à la une : Kasuma de [Pexels](https://www.pexels.com/fr-fr/photo/personne-assise-sur-un-rocher-a-l-heure-d-or-426893/) (<https://www.pexels.com/fr-fr/photo/personne-assise-sur-un-rocher-a-l-heure-d-or-426893/>)

Cet article a été intégralement rédigé par nos confrères suisses de l'Observatoire Valaisan du Tourisme.

Collaboration

EMELINE HÉBERT

Analyse et rédaction de blogs **Tendances & innovations touristiques**

Privacy - Terms

Vous désirez diffuser cet article ?

[Voir notre politique de diffusion > \(https://veilletourisme.ca/a-propos/media/\)](https://veilletourisme.ca/a-propos/media/)

Source(s)

- Observatoire Valaisan du Tourisme. « [Rapport sur les enjeux du tourisme durable en Valais \(https://www.tourobs.ch/media/155nhssh/rapport_final_td_fr.pdf\)](https://www.tourobs.ch/media/155nhssh/rapport_final_td_fr.pdf) », automne-hiver 2021.

[Allemands \(https://veilletourisme.ca/tag/allemands/\)](https://veilletourisme.ca/tag/allemands/)

[Américains \(https://veilletourisme.ca/tag/americains/\)](https://veilletourisme.ca/tag/americains/)

[Français \(https://veilletourisme.ca/tag/francais/\)](https://veilletourisme.ca/tag/francais/)

[marché géographique \(https://veilletourisme.ca/tag/marche-geographique/\)](https://veilletourisme.ca/tag/marche-geographique/)

[segments de clientèle \(https://veilletourisme.ca/tag/segments-de-clienteles/\)](https://veilletourisme.ca/tag/segments-de-clienteles/)

[tourisme durable \(https://veilletourisme.ca/tag/tourisme-durable/\)](https://veilletourisme.ca/tag/tourisme-durable/)

[tourisme local \(https://veilletourisme.ca/tag/tourisme-local/\)](https://veilletourisme.ca/tag/tourisme-local/)

[transport \(https://veilletourisme.ca/tag/transport/\)](https://veilletourisme.ca/tag/transport/)