



# Les Français sont-ils des voyageurs responsables ?

## « Les Français et le Tourisme Responsable »

Synthèse de l'étude annuelle  
**TNS Sofres** / Voyages-sncf.com et Routard.com

Mars 2009

### Contacts presse :

AGENCE POP !  
Isabelle Lebaupain  
01 42 93 44 56 – 06 61 32 27 08  
[isabelle@agencepop.com](mailto:isabelle@agencepop.com)

VOYAGES-SNCF.COM  
Stéphanie Langer  
01 45 19 29 13  
[slanger@voyages-sncf.com](mailto:slanger@voyages-sncf.com)

**La semaine du développement durable approche... une occasion de faire le point sur le voyage responsable. Pour la troisième année consécutive, dans le cadre des Trophées du Tourisme Responsable, Voyages-sncf.com publie les résultats de son étude sur « les Français et le Tourisme Responsable » menée avec TNS Sofres, en partenariat avec Routard.com.**

### **Les objectifs de cette étude**

- mesurer l'évolution de la connaissance du sujet par les Français d'une année sur l'autre ;
- recenser les idées reçues et les attentes réelles des voyageurs, afin que les bonnes intentions se traduisent en actions concrètes ;
- promouvoir l'idée d'un tourisme plus responsable en donnant aux professionnels du secteur des éléments de réflexion et les accompagner dans l'évolution de leur offre.

### **La méthodologie**

L'étude TNS Sofres/Voyages-sncf.com et Routard.com a été réalisée du 18 au 21 février 2009 par téléphone auprès de 600 voyageurs français âgés de 18 ans et plus, ayant réalisé au moins un séjour en 2007, selon les procédures Qualité de TNS Sofres (ISO 9001). L'échantillon est représentatif de la population de voyageurs français en termes de sexe, âge, PCS chef de ménage et régions UDA 5.



L'étude a été menée sous la direction de Catherine SABATIER, Directrice d'études chez TNS Sofres.

**A NOTER :** Les flèches vertes et rouges présentes sur les différents graphiques correspondent à une comparaison entre les résultats 2008 et 2009, comme suit :

 : Hausse significative à 95% entre 2008 et 2009

 : Baisse significative à 95% entre 2008 et 2009

### **A propos de Voyages-sncf.com**

Depuis 2006, Voyages-sncf.com s'est engagé pour un tourisme plus respectueux de l'homme et de l'environnement, au travers de campagnes de sensibilisation, de la création de services et d'offres complètes et variées à destination de tous les voyageurs, afin de démontrer que voyager responsable peut rimer avec facilité, confort, dépaysement et plaisir !

Pour partager idées, expériences et bons plans ou pour s'informer sur le tourisme responsable, un blog ouvert à tous a été mis en ligne par voyages-sncf.com : <http://www.voyageur-responsable.com>

Pour tout savoir sur les trophées du tourisme responsable : [www.trophesdutourismeresponsable.com](http://www.trophesdutourismeresponsable.com).

Voyages-sncf.com, acteur majeur du tourisme français, recense 9 millions de visiteurs uniques par mois et propose d'acheter en ligne billets de trains, billets d'avions, locations de voitures, locations de vacances, chambres d'hôtel, séjours clé en main et Alacarte® et également des spectacles, excursions, musées... Un large choix et des prix compétitifs sont offerts toute l'année, pour tous types de voyages dans le monde entier : SNCF, 180 compagnies aériennes, 84 000 hôtels référencés, les principaux loueurs de voitures. Pratique : voyages-sncf.mobi, le site mobile de voyages-sncf.com pour réserver, s'informer et profiter des bons plans n'importe où et à n'importe quel moment.

## Préface

par Jean-Pierre Lozato-Giotart,

Pole Professionnel Ingénierie Touristique des Territoires, Paris III Sorbonne Nouvelle,

Membre de la Commission Nationale Qualité Tourisme,

Auteur du « Chemin vers l'écotourisme », éditions Delachaux-Niestlé, Paris, 2006.



## Tourisme responsable : un long chemin ...

« *Le tourisme responsable* tout le monde, ou presque, en parle dans les médias, dans les salons professionnels et à la fac. Mais, si la plupart des enquêtes semble révéler un véritable consensus sur la problématique et les aspirations vers des comportements touristiques responsables, le chemin semble encore long au niveau des mises en pratique. La plupart des études et des publications récentes nous laissent un peu sur notre faim dès que l'on recherche sinon des solutions, du moins quelques pistes capables de concilier à la fois les exigences économiques et environnementales sans oublier les impératifs socioculturels.

En effet, en premier lieu l'on se retrouve un peu dans une sorte de flou artistique dès que l'on essaie de définir le concept de durabilité touristique sans parler de l'opacité des mesures ou des engagements à mettre en œuvre sur le « terrain ».

Pour les uns, les écolos purs et durs, le tourisme durable c'est le respect intégral de la nature mais à la condition d'en réserver la découverte aux plus vertueux ; pour les autres, c'est-à-dire la grande majorité des voyageurs, il y a encore loin des intentions aux actes « responsables ».

Que dire des professionnels directement tributaires du tourisme à propos desquels je me souviens encore de la réflexion d'un ami hôtelier me déclarant alors : « pour moi le tourisme durable voir responsable c'est remplir mon hôtel tous les soirs le plus longtemps possible ! » Ainsi, les confusions sont nombreuses tant sur les définitions à donner du tourisme responsable souvent voisines du tourisme dit équitable ou solidaire.

En deuxième lieu, les principales recommandations concernent presque exclusivement les actes de la vie quotidienne : privilégier les transports en commun jugés nocifs pour l'environnement – le train, par exemple, émettant entre trois et quatre fois moins de CO<sub>2</sub> par passager transporté que la voiture individuelle ou l'avion – ou encore veiller à trier les déchets et à limiter les surconsommations inutiles d'eau, comme c'est souvent le cas dans des complexes touristiques particulièrement en zone aride et semi aride ; favoriser l'achat des produits locaux ( lesquels ? les bouteilles de champagne ou les légumes sur les marchés africains ?) et renoncer aux excursions énergétivores telles que les randonnées en motoneige au profit des *treks* avec chiens de traineaux.

L'*éco responsabilité* du touriste passe aussi par les économies de savon et de serviettes lors des séjours dans les divers types d'hébergements vacanciers, répondant au cahier des charges de l'actuelle forêt de normes et labels notamment celui de *Qualité Tourisme* dont la majorité des clients semblent encore totalement ignorer l'existence et la signification faute d'un véritable campagne d'information et de communication auprès du grand public.

En troisième lieu, bien que tout le monde en parle, tourisme responsable et tourisme durable sont encore loin d'être clairement perçus et mis en application par l'ensemble des acteurs de la chaîne touristique depuis le citoyen-voyageur jusqu'aux édiles en charge des territoires d'accueil, en passant par les prestataires de service. D'ailleurs, l'on peut souligner l'absence d'un quelconque groupe de travail sur le tourisme responsable au sein des diverses commissions réunies par le Grenelle de l'environnement ou par les experts du GIEC (\*\*). Le tourisme responsable semble bien le parent pauvre des *Sommets de la Terre* de Rio comme de Johannesburg même si l'Union Européenne contribue aujourd'hui à promouvoir l'application de normes environnementales (Agenda 21) sur le chemin à peine tracé d'un tourisme responsable auquel beaucoup déclarent adhérer tout en constatant que l'écotourisme, sous toutes ses formes, ne représente qu'à peine 1% de la fréquentation touristique mondiale.

Aussi, par la place et le rôle qu'occupent le tourisme dans les échanges internationaux (8% de leur valeur commerciale) et dans l'organisation des territoires, il sera de plus en plus irresponsable de croire, comme le laisse entendre l'Organisation Mondiale du Tourisme, qu'en 2020 l'on pourra faire voyager plus de 1,7 milliards de touristes à travers le monde, ne serait-ce que par la seule nécessité de doubler voir tripler le nombre d'avions ainsi que la consommation d'eau potable !

*Eco conception, éco comportement et éco gestion*, voilà sans doute les ingrédients complémentaires et incontournables du tourisme responsable ».

(\*) Groupe Intergouvernemental d'Experts sur le Climat.

# Les grands enseignements de l'étude 2009

---

En 2007, l'étude initiée par Voyages-sncf.com a permis de dresser un état des lieux du niveau de connaissances des Français en matière de tourisme responsable. Deux ans après, elle est devenue un véritable baromètre d'une tendance sociétale de fond : l'envie partagée par un nombre croissant de Français de participer à la construction d'un monde meilleur en agissant dans leurs actes au quotidien, et dans lequel les voyages occupent une place de plus en plus importante.

## Les 7 grandes leçons de cette étude :

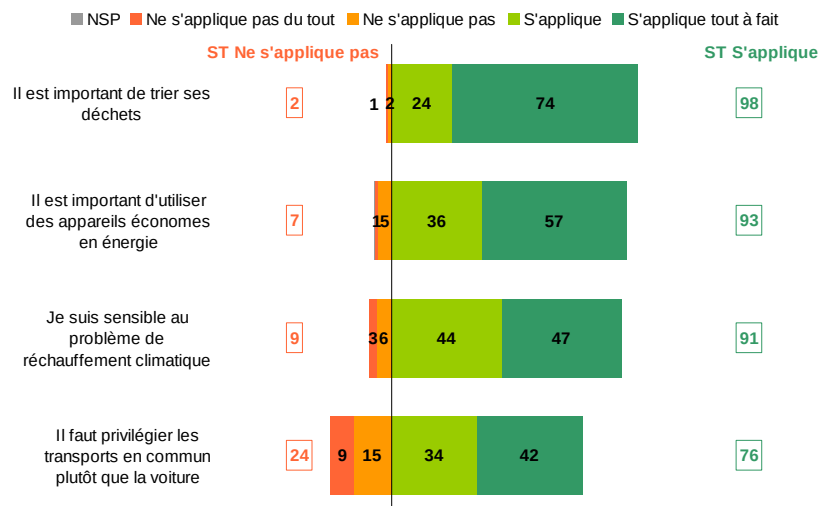
- 1/ Le voyageur se considère toujours comme très intéressé par le tourisme responsable, mais mal informé.**
- 2/ La notion de « tourisme responsable » : une notoriété qui semble acquise auprès des Français, mais dont le contenu demeure pour eux un peu flou.**
- 3/ Un potentiel d'intérêt du tourisme responsable quasiment atteint : 7 voyageurs sur 10 prêts à partir en voyage responsable. Reste à transformer ces intéressés potentiels en voyageurs réels...**
- 4/ Des voyagistes et une offre encore trop méconnus et pas de label véritablement fédérateur.**
- 5/ Les leviers d'incitation à voyager responsable : les leviers propres au voyage lui même !**
- 6/ Les Français sont aussi sensibles à la préservation de l'environnement qu'à la notion de responsabilité sociale vis-à-vis des populations qu'ils rencontrent lors de leurs voyages.**
- 7/ Les voyageurs sont prêts à être au moins aussi responsables en voyage qu'au quotidien, pourvu que le voyage en question soit adapté à leur style de vie. Voyager, c'est avant tout un plaisir, bien avant d'être un acte éthique !**

# Les résultats détaillés

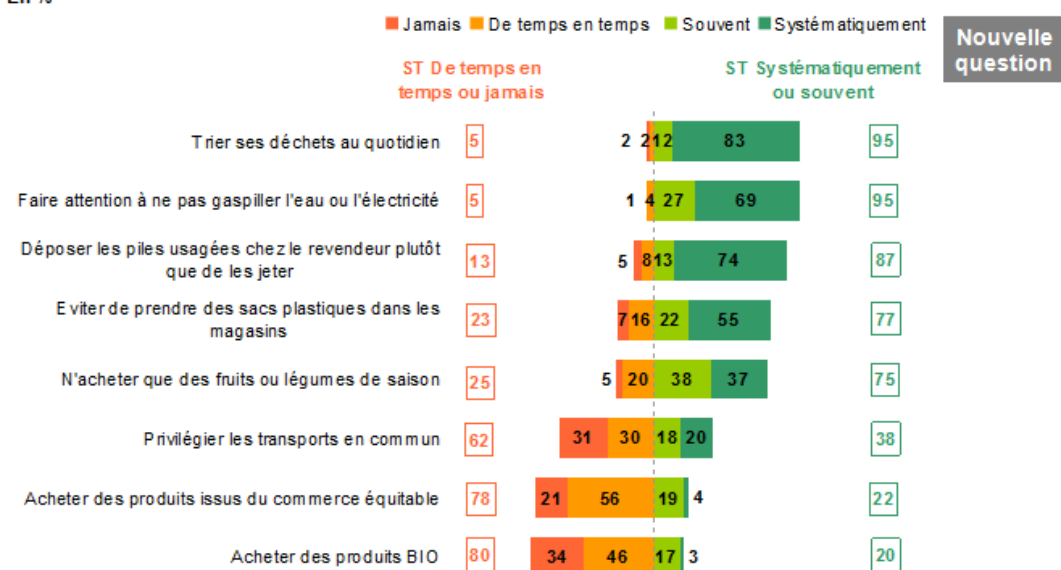
## Les Français de plus en plus écolos au quotidien

- **83% des Français trient leurs déchets tous les jours ;**
- **69% font attention au gaspillage d'eau et limitent leur consommation d'énergie systématiquement**, point sur lequel les 65 ans et plus sont exemplaires (83%) et où les 19-24 ans ont encore du mal à agir (55%) ;
- **Plus d'un 1 Français sur 2 évite de prendre des sacs plastiques à tout bout de champ et les femmes beaucoup plus que les hommes (62% vs 55%) ;**
- **74% recyclent leurs piles usagées ;**
- **Les jeunes et les Parisiens adeptes des transports en commun** : 37% des Parisiens et 33% des 18-24 ans privilégient les transports en commun systématiquement, versus 20% en moyenne et seulement 12% de la population de la région Ouest.

Q24b : Parmi les phrases suivantes, dites moi toutes celles qui s'appliquent le mieux à votre personnalité



Q25b : Et parmi les pratiques suivantes, à quelle fréquence les faites-vous, vous personnellement ?

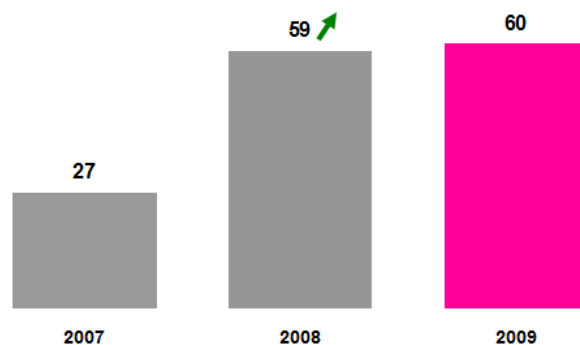


## Le « tourisme responsable », ça vous dit quelque chose ?

- Une notion aujourd'hui connue par 3 voyageurs sur 5...

La notion de « tourisme responsable » est désormais arrivée à maturité en termes de notoriété : 60% des Français sondés connaissent la notion de tourisme responsable (vs 27% en 2007 et 59% en 2008), particulièrement les Parisiens (73%) et les 35-49 ans (69%).

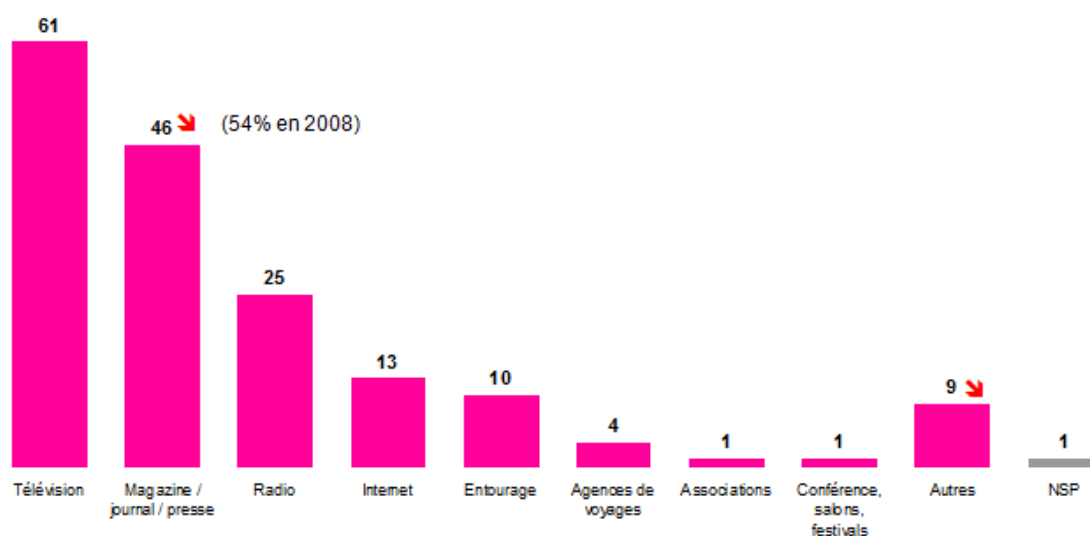
Q2 : Avez-vous déjà entendu parler de l'une de ces notions : du tourisme responsable, du tourisme durable, du tourisme solidaire, du tourisme équitable, du tourisme éthique, ou de l'écotourisme ?



- ... grâce principalement aux médias

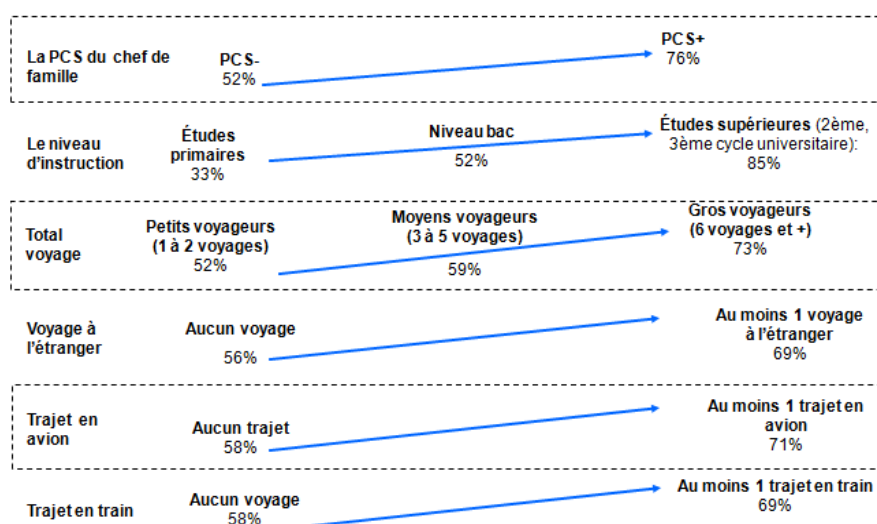
La télévision caracole en tête des moyens de s'informer : 61% des Français ont entendu parler du tourisme responsable à la télévision, 46% en presse magazine (légèrement en baisse vs 2008), 25% à la radio et 13% sur internet ; Les agences de voyage sont loin derrière : Seul 4% des Français seulement en ont entendu parler via ce canal.

Q3 : Où en avez-vous entendu parler ?



- Des différences de connaissance qui persistent en fonction des cibles

### Évolution de la notoriété

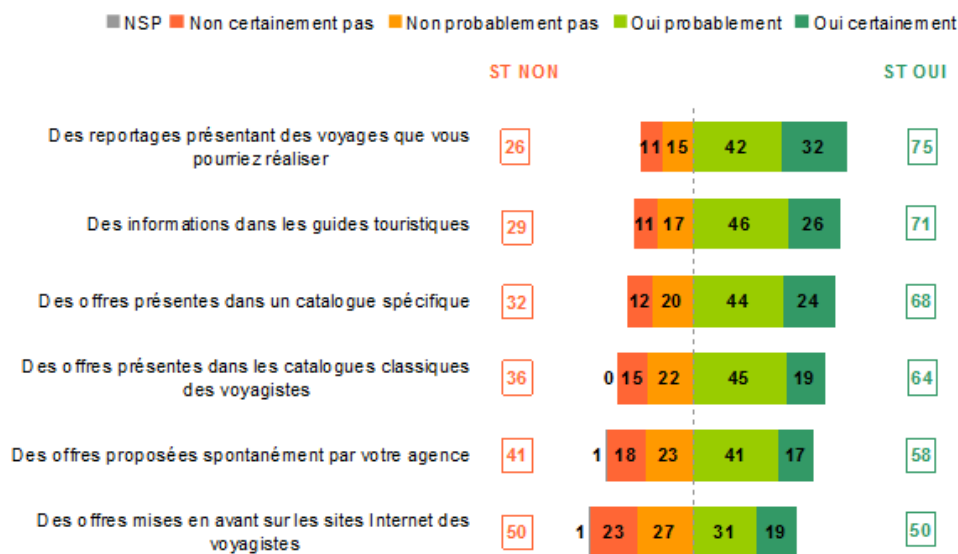


- **Les Français boulimiques d'informations en la matière !**

90% d'entre eux souhaitent être mieux informés sur le sujet par le biais de reportages (75%), de guides touristiques (71%) ou de catalogues de voyages (68%).

Q13bis : Parmi les moyens d'information suivants, lesquels vous inciteraient à choisir un voyage responsable pour vos prochaines vacances ?  
En %

Nouvelle question

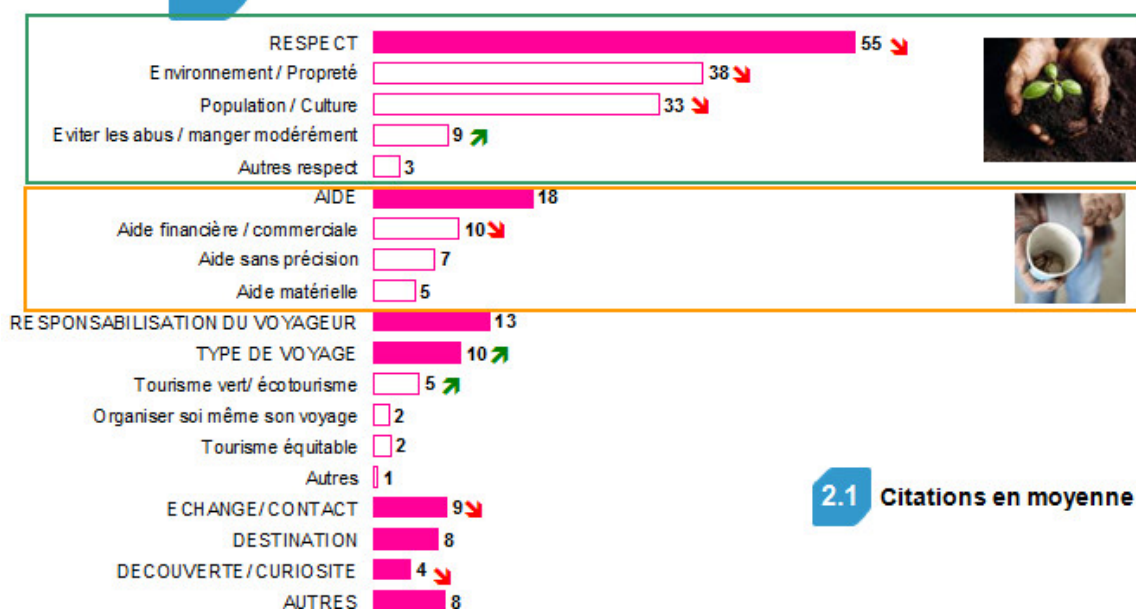


- **Les grandes notions du tourisme responsable globalement comprises**

81% des Français sont capables de définir la notion de tourisme responsable dans les grandes lignes, et l'associent aussi bien au respect du patrimoine et de la culture du pays visité (85%) qu'au respect de l'environnement (76%).

Q4 : Pouvez-vous me dire tout ce que vous savez sur le tourisme responsable ?  
Comment le définiriez-vous ? (question ouverte)

**81%** sont capables de définir le tourisme responsable (90% en 2008)

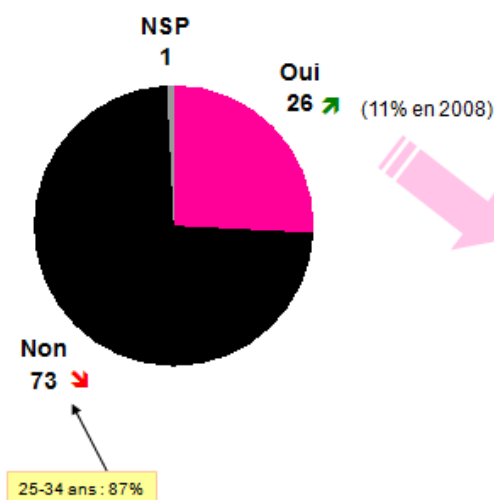


2.1 Citations en moyenne



- **Les Français séduits par le concept de « voyage responsable » et qui le pratiquent déjà...**  
16% de l'ensemble des voyageurs déclarent être déjà partis en voyage responsable et 26% parmi ceux qui connaissent la notion de tourisme responsable.

Q20 : Avez-vous déjà voyagé responsable ?  
En %



Parmi ces voyageurs, 83% ont rencontré les populations locales, 75% ont été sensibilisés au respect de la nature, 71% ont utilisé des moyens de transport moins polluants ;

Côté hébergement, 62% ont séjourné chez l'habitant, 43% en camping ou gîte, et 19% ont déjà dormi dans un hôtel engagé pour l'environnement.

Q21b : Quelles étaient les prestations et les activités que vous avez fait lors de ce voyage responsable?

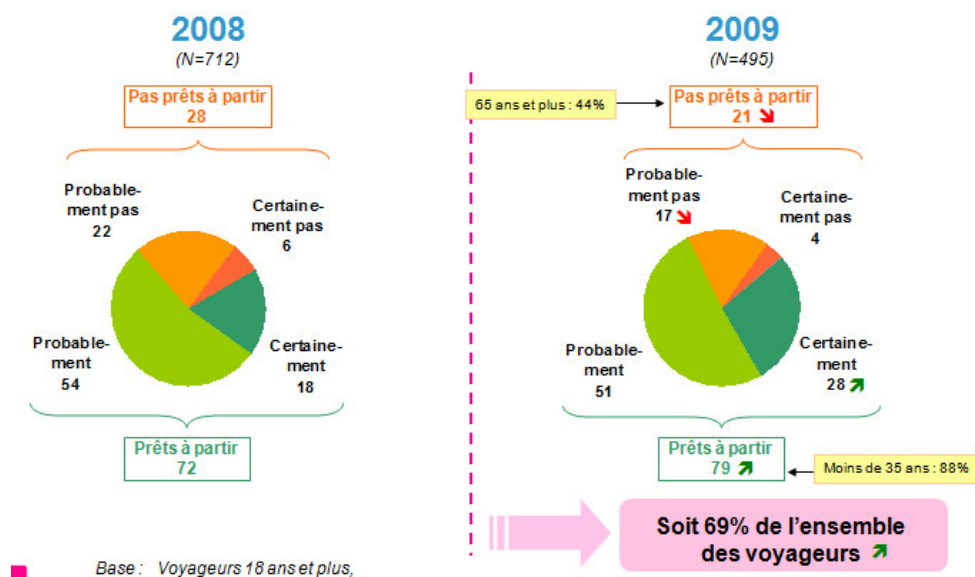


**5.4 Citations en moyenne**



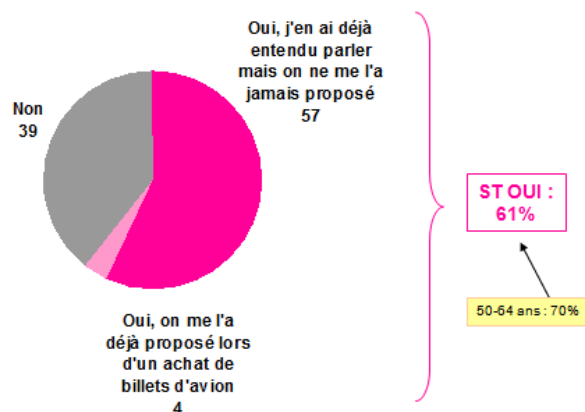
Près de **8 voyageurs sur 10** qui connaissent le tourisme **responsable** sont **désormais prêts à passer à l'acte** (vs 72% en 2008), avec un pourcentage très important chez les moins de 35 ans (9 sur 10) et les Parisiens (88%), plus faible chez les seniors (6 sur 10 seulement).

Q10b : Seriez vous prêts, pour vos prochaines vacances, à partir dans le cadre d'un voyage responsable en France ou à l'étranger ?

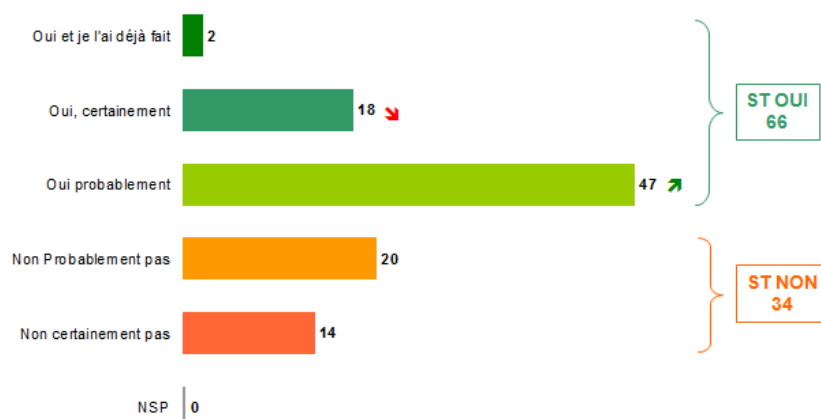


Si **61% des Français** connaissent la notion de « compensation carbone », seul 2% l'ont déjà fait. 57% déclarent qu'on ne leur a jamais proposé, alors qu'ils sont près de 7 sur 10 à être prêts à le faire !

Q14b : Avez-vous déjà entendu parler de la compensation d'émission de Co2 lié au transport ?



Q14c : Et plus précisément, dans le cadre d'un voyage, pour compenser l'émission de Co2 liée à votre mode de transport, seriez-vous prêts à faire un don de 5% du prix de votre voyage, à une association reconnue, pour lutter contre le réchauffement climatique ?



- **Mais des idées reçues qui persistent durablement...**

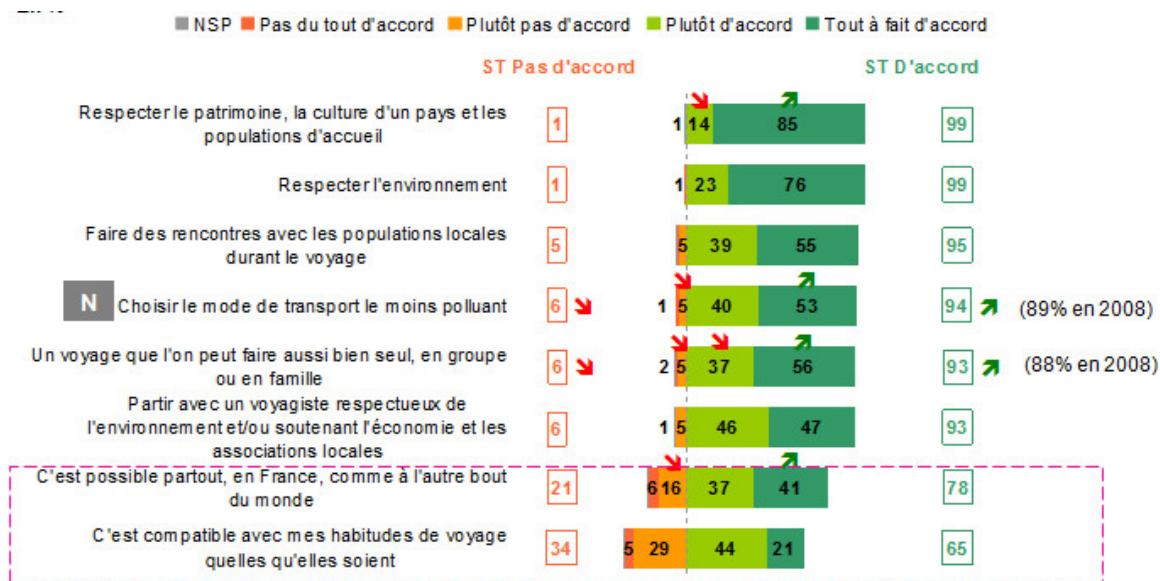
Cependant, 1 sur 2 seulement a pris conscience de l'impact du moyen de transport utilisé comme faisant partie d'un voyage plus responsable, bien que ce chiffre ait connu une progression significative vs l'an dernier (+5%) ;

56% savent que voyager responsable ne concerne pas seulement les groupes ou les individuels mais bien tout le monde ;

Seul 41% comprennent que voyager responsable ce n'est pas seulement à l'autre bout du monde mais que cela concerne tous nos déplacements, y compris en France ;

Enfin, 35% pensent encore que voyager responsable est forcément incompatible avec leurs habitudes de voyage.

Q5 : Je vais vous lire à présent une série d'affirmations concernant le tourisme responsable. Pour chacune des affirmations suivantes, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout. Selon vous, un voyage responsable c'est...

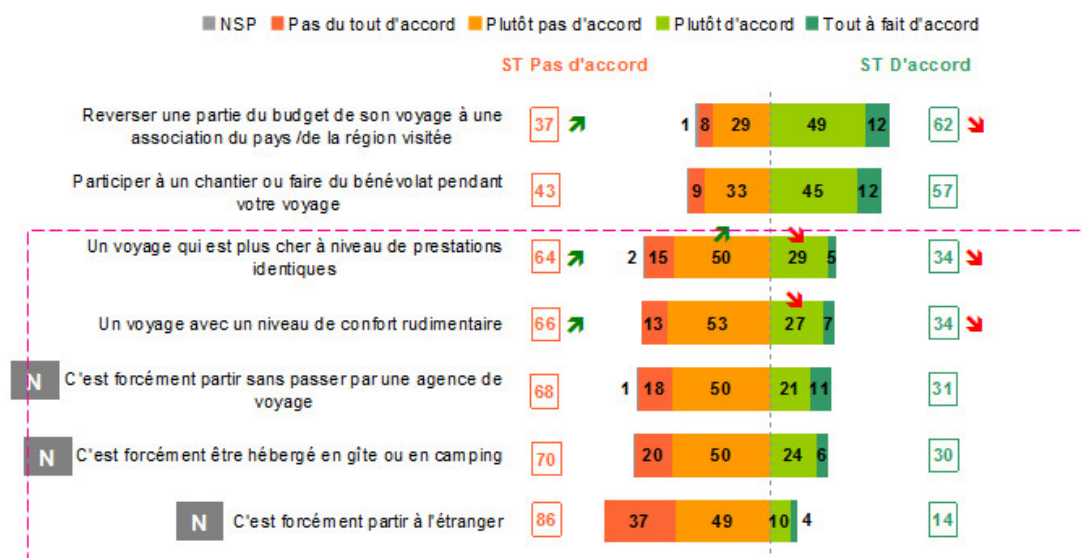


N = Nouvel item

Même si les chiffres sont largement à la baisse, un tiers des voyageurs continue de penser qu'un voyage responsable coûte plus cher et que le confort est nécessairement rudimentaire ;

Près de 6 Français sur 10 confondent encore « voyage responsable » et séjour « humanitaire » ou « bénévolat ».

Q5 : Je vais vous lire à présent une série d'affirmations concernant le tourisme responsable. Pour chacune des affirmations suivantes, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout. Selon vous, un voyage responsable c'est...

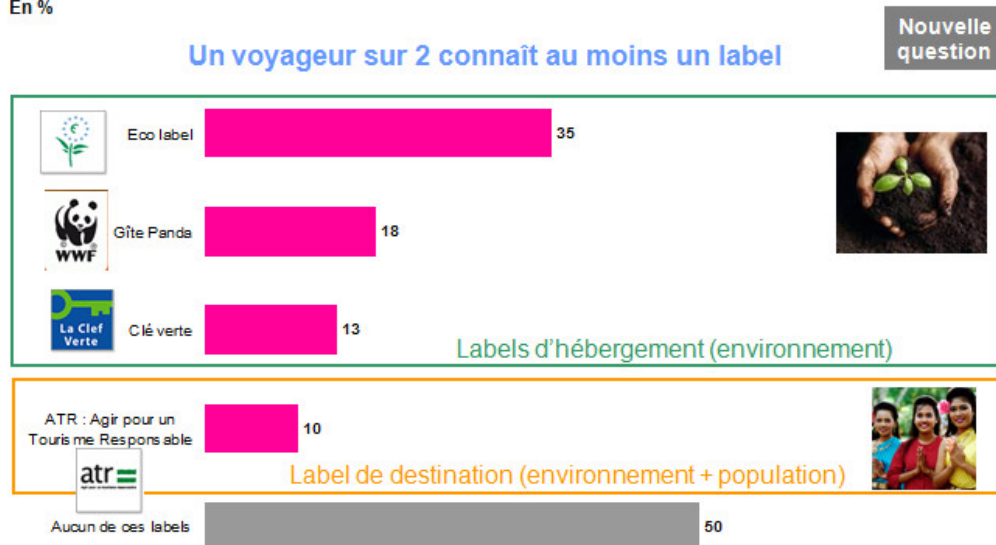


N = Nouvel item

- **...et une offre qui reste encore méconnue des voyageurs**

Une offre encore trop peu mise en avant : 31% seulement estiment que l'offre est accessible et facile à trouver. Plus significatif encore : seul 15% estiment que l'offre proposée aujourd'hui donne véritablement envie de partir. Seul 1 voyageur sur 2 déclare connaître un label responsable.

Q26 : Connaissez-vous, ne serait-ce que de nom, les labels de Tourisme Responsable suivants :  
En %



## Parisiens vs provinciaux : plus accros ?

- Les Parisiens connaissent mieux la notion de tourisme responsable que les autres : (73% vs 60% en moyenne) ;
- Les Parisiens sont plus intéressés que la moyenne par le tourisme responsable (88% vs 80% en moyenne, dont 23% de « très intéressés » vs 15% en moyenne) ;
- 37% des Parisiens privilégient systématiquement les transports (vs 20% en moyenne), et seulement 12% de la population de la région Ouest.

## Le sens des responsabilités vient-il vraiment avec l'âge ?

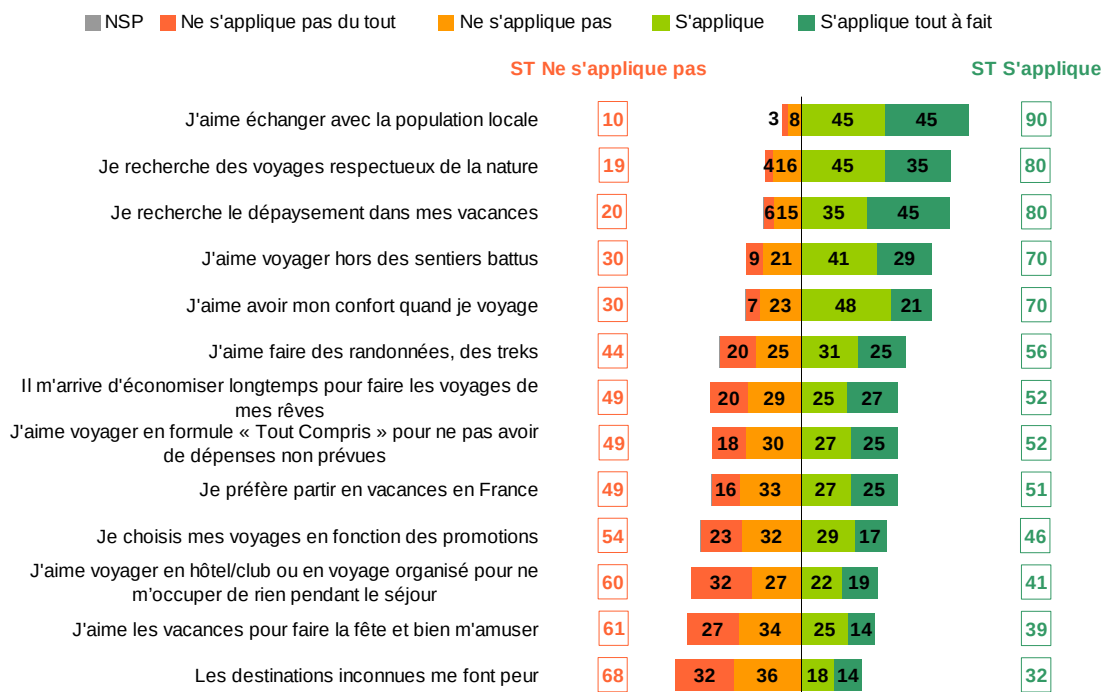
- 33% des **18-24 ans** privilégient systématiquement les transports en commun (vs 20% en moyenne).
- **Les 35-49 ans** (69% vs 60% en moyenne) connaissent mieux la notion de tourisme responsable que les autres (60%) ; l'écart se creuse avec les 65 ans et plus (48%).
- **Chez les seniors**, la vision du tourisme est aussi plus stéréotypée :
  - o participer à un chantier ou faire du bénévolat pendant le voyage : 25% des 65 ans et plus connaissant la notion de Tourisme responsable sont tout à fait d'accord avec cet item (vs 12% en moyenne) ;
  - o un voyage avec un niveau de confort rudimentaire : 15% des 65 ans et plus sont tout à fait d'accord avec cet item (vs 7% en moyenne) ;
  - o c'est forcément être hébergé en gîte ou en camping : 15% des 65 ans et plus sont tout à fait d'accord avec cet item (vs 6% en moyenne) ;
  - o c'est forcément partir sans passer par une agence de voyages : 25% des 65 ans et plus sont tout à fait d'accord avec cet item (vs 11% en moyenne) ;
  - o c'est forcément partir à l'étranger : 12% des 65 ans et plus sont tout à fait d'accord avec cet item (vs 4% en moyenne) ;
  - o un voyage que l'on peut faire aussi bien seul, en groupe ou en famille : 6% des 65 ans et plus ne sont pas du tout d'accord avec cet item (vs 1% en moyenne).
- **Les seniors moins intéressés pour s'informer** : 79% des 65 ans et plus qui se déclarent intéressés par la notion de tourisme responsable souhaitent être mieux informés (vs 90% en moyenne).
- **En matière de tri et de gaspillage, les seniors sont en revanche imbattables** :
  - o Ils font plus attention au gaspillage d'eau et d'électricité : 83% des 65 ans et plus le font systématiquement (vs 69% en moyenne) et seulement 55% des 18-24 ans ;
  - o Ils déposent leurs piles usagées chez le revendeur plutôt que de les jeter : 84% des 65 ans et plus le font systématiquement (vs 74% en moyenne) et seulement 53% des 18-24 ans.

## Les Français prêts à être plus responsables en vacances, d'accord... mais jusqu'à quel point ?

- **Dépaysement, respect de la nature et contact humain : les clefs du succès pour des vacances réussies !**

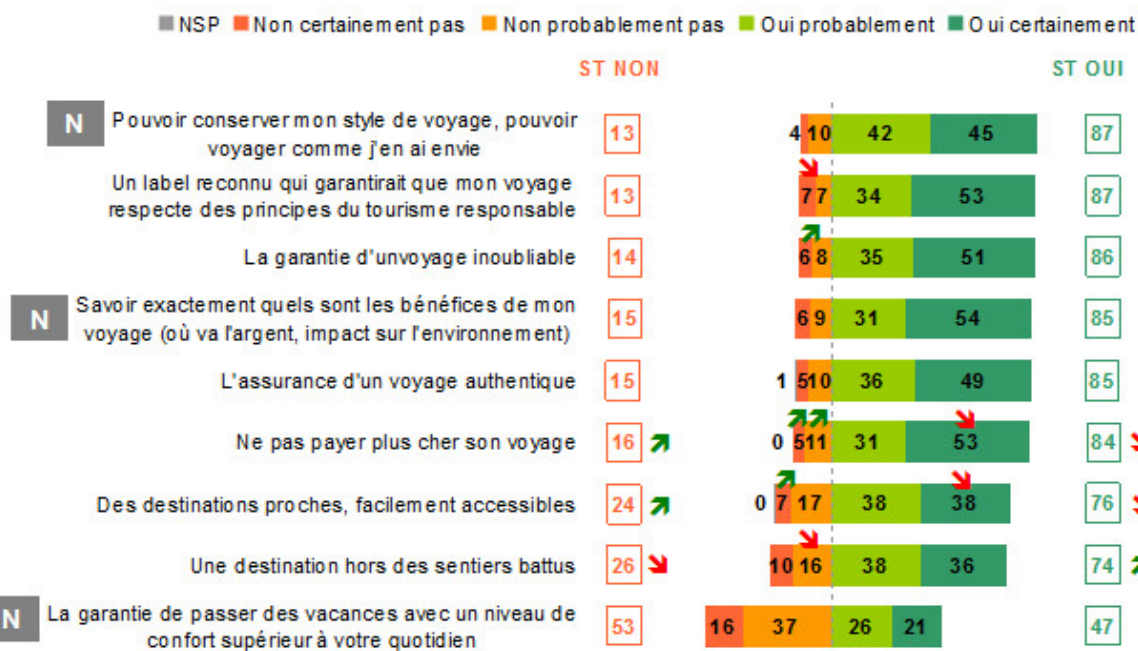
90% des Français attendent avant tout de leurs vacances un contact avec les populations locales et 80% d'entre eux estiment que le respect de la nature est primordial, autant que le dépaysement.

Q24b : Parmi les phrases suivantes, dites moi toutes celles qui s'appliquent le mieux à votre personnalité



Pour près de 9 voyageurs sur 10, le plus important est de conserver leur style de voyage, même s'il s'agit d'un voyage responsable ; 70% sont particulièrement attachés à leur confort ; 86% souhaitent avant tout faire un voyage inoubliable et 85% un séjour authentique (92% chez les 35-49 ans).

Q13c : Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui vous inciteraient à choisir un voyage responsable plutôt qu'un voyage classique ?



N = Nouvel item

- **Les freins au tourisme responsable : l'âge, la fréquence des voyages et l'association du tourisme responsable avec la notion de militantisme**

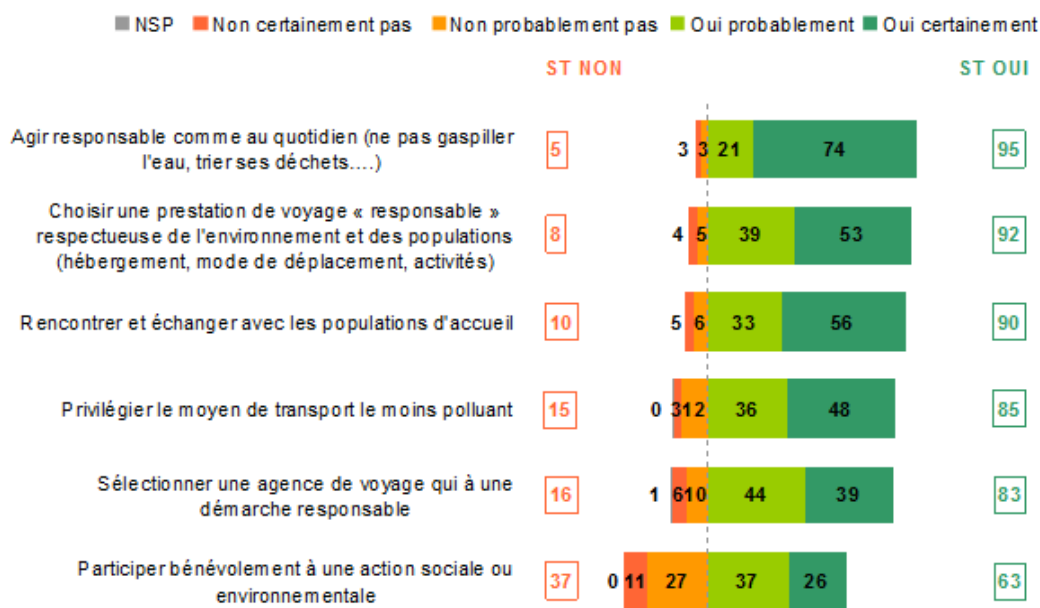
Q12 : Pour quelles raisons n'êtes-vous pas intéressé par le tourisme responsable? (question ouverte)



- **Ce que l'on est prêt à faire dans le cadre d'un voyage responsable : agir responsable au quotidien et en voyage**

87% des voyageurs sont prêts à faire confiance à un label garantissant que leur voyage respecte les principes du tourisme responsable ;  
 85% sont désireux de connaître l'impact de leur voyage (où va l'argent, impact sur l'environnement...) ;  
 83% sont prêts à choisir en priorité une agence de voyage qui a une démarche responsable.

Q12bis : Parmi ces propositions, lesquelles seriez-vous prêt à adopter lors d'un prochain voyage ?



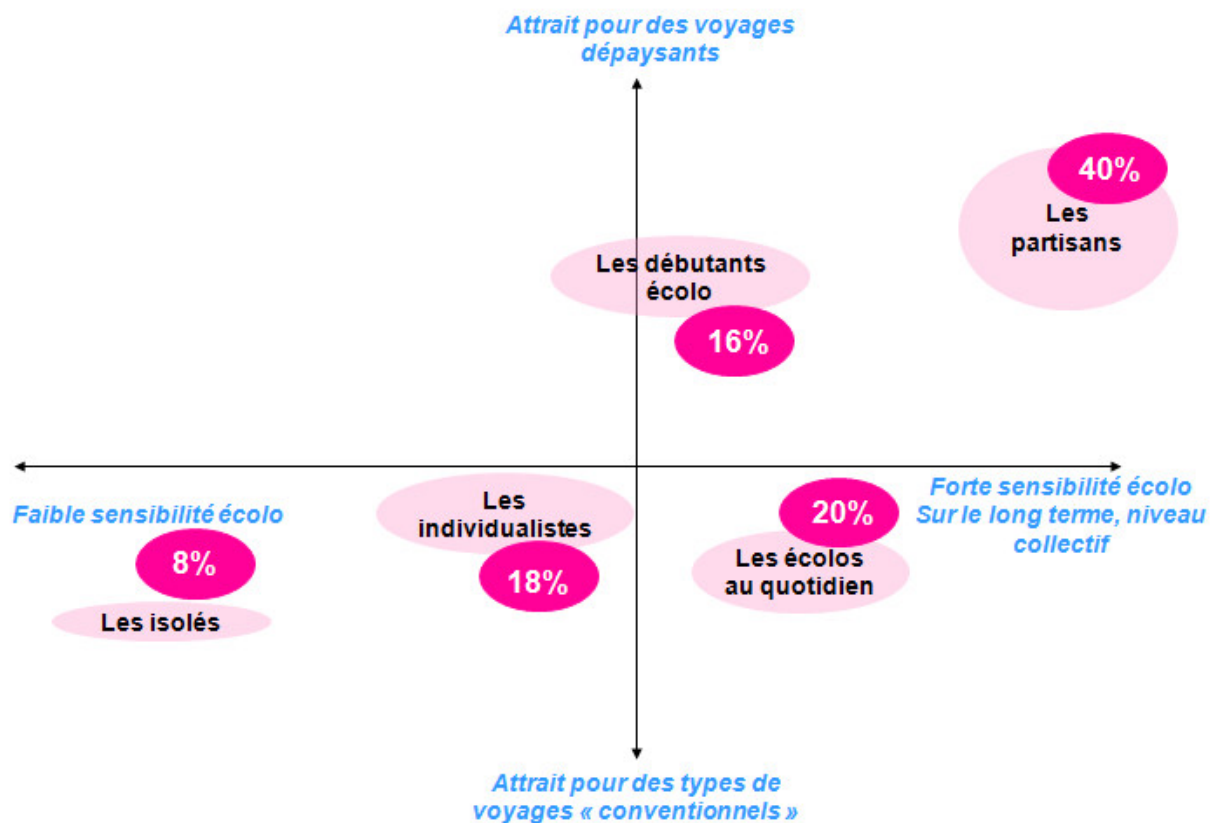
**Et vous,  
à quelle famille de voyageur  
appartenez-vous ?**

**La réponse dans les pages suivantes...**



Individualiste ?  
Débutant écolo ?  
Écolo au quotidien ?  
Isolé ?  
Partisan ?

Une recherche de typologie a été menée à partir des réponses que les personnes interrogées ont données dans le cadre de cette étude, permettant ainsi d'établir **5 grands profils types de voyageurs** selon leur intérêt et leurs pratiques en matière de tourisme responsable et selon les axes suivants :





## Quizz

### FAMILLE N°1 : LES PARTISANS

40% des répondants.

Il n'y a pas de différence en termes de profil sociodémographique.

*Vous êtes très attiré par les voyages hors des sentiers battus ?*  
OUI/NON

*Vous recherchez le dépaysement et vous aimez échanger avec les populations locales ?*  
OUI/NON

*Le confort est pour vous important mais pas primordial ?*  
OUI/NON

*Vous aimez voyager en respectant l'environnement ?*  
OUI/NON

*Vous êtes prêts à économiser pour faire le voyage de vos rêves mais vous aimez également voyager en formule tout compris pour ne pas avoir de dépenses imprévues ?*  
OUI/NON

*Si vous avez répondu OUI à une majorité de ces questions, vous faites sans doute partie de la famille la plus large de voyageurs...*  
**LES PARTISANS !**

#### Sensibilité écologique :

Des individus qui ont une **forte sensibilité écologique**. Ils sont **attentifs au problème de réchauffement climatique** et se déclarent **prêts à compenser leurs émissions de CO2** (82%) lors des voyages.

Ils pensent à l'unanimité qu'il faut **privilégier les transports en commun** plutôt que la voiture et **le font souvent ou systématiquement** pour plus de la moitié d'entre eux (55%)  
Une **sensibilité écologique qui se vérifie dans les gestes quotidiens**.

En effet, ils jugent qu'il est **très important de trier ses déchets** (95%), **le font systématiquement** (92%) et déposent systématiquement les piles usagées chez le revendeur (82%). Pour eux, il est **très important d'utiliser des appareils économes en énergie** (92%) et font systématiquement attention à ne pas gaspiller l'eau (82%). Ils évitent systématiquement de prendre des sacs en plastiques dans les supermarchés (66% vs 77%).

Des habitudes de consommation également plus marquées que la moyenne : ils **achètent régulièrement des produits bio** pour un tiers d'entre eux (33%), des **produits issus du commerce équitables** (38%) et systématiquement des **fruits et légumes de saison** (49%).

#### Profil de voyageur :

Ils sont très **attirés par les voyages hors des sentiers battus** (48%), **recherchent le dépaysement** (62%) et aiment **échanger avec la population locale** (72%). Ils sont moins à la recherche que la moyenne de confort lors des voyages (21%).

Ils recherchent des **voyages respectueux de l'environnement** (61%), et aiment faire de randonnées (41%).

Ils sont **prêts à économiser pour faire le voyage de leurs rêves** (40%), mais ils aiment également voyager en formule tout compris pour ne pas avoir de dépenses imprévues (36%).

#### Leur perception du tourisme responsable :

Une **notoriété et un intérêt pour le tourisme responsable plus marquée que la moyenne** (68% et 84%) ; un intérêt encore plus fort si l'on précise que c'est pour tous les types de voyages (91%). Un quart d'entre eux pense que l'offre actuelle de tourisme responsable donne envie de partir (24%).

Près d'un tiers d'entre eux ont déjà voyagé responsable (31%). Cela s'accompagne d'une forte **intention de départ en voyage responsable** (36% le feraient certainement)

#### Pour eux, le tourisme responsable c'est :

- **Possible partout** (52%), **compatible avec leurs habitudes de voyages** (30%), aussi bien en groupe, en famille que tout seul (67%).
- **Respecter l'environnement** (87%), respecter le **patrimoine, la culture du pays et les populations locales** (93%)
- **Partir avec un voyageur respectueux de l'environnement** (60%) et choisir le mode de transport le moins polluant (69%)

Mais ils ont également une **vision stéréotypée du tourisme responsable plus marquée que la moyenne**. Pour eux, le tourisme responsable c'est faire des rencontres avec les populations locales (67%), participer à un chantier ou faire du bénévolat (20%), forcément partir sans passer par une agence de voyage (17%).

Ils sont **plus disposés que la moyenne à adopter des comportements responsables en voyage** : agir responsable comme au quotidien (87%), privilégier le **moyen de transport le moins polluant** (76%), **participer bénévolement à une action sociale ou environnementale** (42%).

Ils se déclarent prêts à **sélectionner une agence de voyage responsable** (57%) ou choisir une **prestation de voyage « responsable »** (78%).

Ce qui les **inciteraient à voyager responsable** : la garantie d'un **voyage authentique** (63%) et **inoubliable** (92%), une destination **hors des sentiers battus** (48%) qui soit facilement accessible (50%), **conserver leur style de voyage** (53%), **savoir exactement quels sont les bénéfices du voyage** (70%) et un **label reconnu** (70%).

## FAMILLE N°2 : LES ECOLOS AU QUOTIDIEN

20% des répondants

Femmes (64%)

### Sensibilité écologique :

Ils considèrent qu'il est très **important de trier ses déchets** (99%) : dans ce sens, la **majorité d'entre eux le fait systématiquement** (90%) et **déposent les piles** chez un revendeur (82%).

Ils sont **sensibles au problème de réchauffement climatique**.

Ils sont plus nombreux que la moyenne à penser qu'il faut **privilégier les transports en commun** (71%) mais **près de la moitié d'entre eux ne le fait que de temps en temps** (42%).

Ils sont moins nombreux que la moyenne à juger important d'utiliser des appareils économes en énergie (46%).

### Profil de voyageur :

Ils sont moins prêts que la moyenne à économiser pour faire le voyage de leurs rêves (16%)

En termes de voyages, ce sont des individus qui sont **moins attirés que la moyenne par des destinations hors des sentiers battus** (16%), **moins à la recherche de dépaysement** (36%) ou de **voyages respectueux de la nature** (14%).

### Leur perception du tourisme responsable :

Une **notoriété et un intérêt pour le tourisme responsable** qui s'inscrivent dans la moyenne (61% et 69%).

Cela s'accompagne d'autre part par une **faible intention de départ en voyage responsable** (seuls 16% le feraient certainement).

Une perception du tourisme responsable qui s'inscrit dans la moyenne.

Ils sont **moins disposés que la moyenne à adopter certains comportements « responsables » au cours de leurs voyages** : notamment **privilégier le moyen de transport le moins polluant** (30%), **participer bénévolement à une action sociale ou environnementale** (20%), **choisir une agence de voyage responsable** (20%) ou une **prestation de voyage responsable** (37%), **échanger avec la population locale** (45%).

## FAMILLE N°3 : LES DEBUTANTS ECOLOS

16% des répondants

Agglo de 20 000 à 100 000 hab (20%)

Deux enfants (24%)

Non voyageurs en train (89%)

### Sensibilité écologique :

Ils ont conscience de l'**importance de trier ses déchets** (93%) et le font **systématiquement** pour la majorité d'entre eux (88%).

Cependant, ils ne jugent pas comme important de **privilégier les transports en commun** (95%) et logiquement très peu d'entre eux le fait au moins de temps en temps (37%).

Ils sont **moins acheteurs que la moyenne de produits BIO** (60% au moins de temps en temps) ou **issus du commerce équitable** (71% de temps en temps).

### Profil de voyageur :

En termes de voyages, ils sont **plus soucieux que la moyenne de leur confort** (36%).

Ils ne se distinguent pas de la moyenne sur les autres dimensions étudiées.

### Leur perception du tourisme responsable :

Une **notoriété et un intérêt pour le tourisme responsable** moins marqué que la moyenne (49% et 64%).

Cependant, une **intention de départ en voyage responsable** parmi ceux qui connaissent la notion qui **reste dans la moyenne** (28% le feraient certainement).

Une **perception du tourisme responsable comparable à ce que l'on observe pour l'ensemble des individus**.

Ils sont plus disposés que la moyenne à agir comme au quotidien lors d'un voyage responsable (ne pas gaspiller l'eau, trier ses déchets), mais moins à rencontrer les populations locales ou à faire du bénévolat.

## FAMILLE N°4 : LES INDIVIDUALISTES

**18% des répondants**

*Gros voyageurs en France*

*(6 voyages ou plus : 36%)*

### Sensibilité écologique :

Ils sont plutôt sensibles au problème de réchauffement climatique mais ont **une sensibilité écologique moins affirmée** que la moyenne : une importance de trier les déchets moins marquée (s'applique tout à fait à seulement 5% d'entre eux) ainsi que l'utilisation des appareils économes en énergie (13%).

Cette moindre implication se traduit logiquement par **des gestes au quotidien moins systématiques que la moyenne** : les 2/3 tiers trient systématiquement leurs déchets (66%), la moitié trient les piles (55%) et évitent de gaspiller l'eau ou l'électricité (51%), moins de la moitié évitent de prendre des sacs plastiques en magasin (42%).

### Profil de voyageur :

En termes de voyages, ils sont moins attirés que la moyenne par la plupart des dimensions étudiées : recherche de dépaysement (21%), voyager hors des sentiers battus (14%), rechercher des voyages respectueux de la nature (13%), faire des randonnées (11%), échanger avec la population locale (23%).

Ils sont également moins friands que la moyenne des voyages « clés en main » : voyager en hôtel-club ou en voyage organisé (8%), voyager en formule tout compris (9%).

### Leur perception du tourisme responsable :

Une **notoriété et un intérêt pour le tourisme responsable** qui s'inscrivent dans la moyenne (65% et 74%).

Cela s'accompagne d'autre part par **une intention de départ en voyage responsable** de ceux qui connaissent la notion **qui reste dans la moyenne** (23% le feraient certainement).

Pour eux, le tourisme responsable est moins perçu comme un tourisme respectueux de l'environnement, au cours duquel on choisit un mode de transport le moins polluant, un voyage que l'on peut faire seul ou en famille.

**Ils sont moins disposés que la moyenne à adopter certains comportements « responsables » au cours de leurs voyages** : notamment **privilégier le moyen de transport le moins polluant** (36%), **choisir une agence de voyage responsable** (38%) **agir responsable comme au quotidien** (49%).

## FAMILLE N°5 : LES ISOLES

**8% des répondants**

*Hommes (63%)*

### Sensibilité écologique :

Ils ne sont **pas du tout sensibles au problème de réchauffement climatique** (4%) et ont **une sensibilité écologique très peu marquée** : n'accorde pas d'importance au tri des déchets, à la prédilection des transports en commun, d'économiser l'eau ou l'électricité et logiquement ne le font pas.

Ils sont également disposés à compenser les émissions de CO<sup>2</sup> lié au transport que la moyenne (34%)

### Profil de voyageur :

**En termes de voyages, ils sont moins attirés que la moyenne par la plupart des dimensions étudiées** : recherche de dépaysement (19%), voyager hors des sentiers battus (9%), rechercher des voyages respectueux de la nature (11%), faire des randonnées (9%).

Ils sont également **moins nombreux à être prêts à économiser longtemps pour s'offrir les vacances de leurs rêves**.

### Leur perception du tourisme responsable :

Une **méconnaissance de la notion de tourisme responsable** (35%) et un **plus faible intérêt que la moyenne** (39%).

Cela s'accompagne d'autre part par **une faible intention de départ en voyage responsable** (seuls 10% le feraient certainement).

Ils sont **moins disposés que la moyenne à adopter certains comportements « responsables » au cours de leurs voyages** : notamment **privilégier le moyen de transport le moins polluant** (30%), **participer bénévolement à une action sociale ou environnementale** (19%), **choisir une agence de voyage responsable** (41%) **ou une prestation de voyage responsable** (58%), **échanger avec la population locale** (60%), **agir responsable comme au quotidien** (59%).