

**Louvain School of Management**

# **La perception des consommateurs sur l'écotourisme et de sa compatibilité avec les services aériens**

Auteure : Parmentier Léa  
Promoteur : Kervyn de Meerendré Nicolas  
Année académique 2023-2024  
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre de  
Master [120] en sciences de gestion, à finalité spécialisée  
Horaire de jour

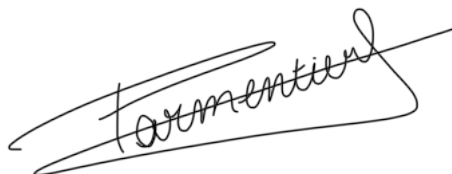
## **DÉCLARATION RELATIVE À L'UTILISATION D'OUTILS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE CADRE DU MÉMOIRE DE MASTER**

Durant la préparation de ce mémoire, l'auteur a utilisé le programme ChatGPT pour les raisons suivantes :

- **STRUCTURE ET COHÉRENCE DE TEXTE** : Des idées de structures claires et de cohérence ont été sollicitées dans le but de fournir une ébauche de structure de texte.
- **REFORMULATION** : Certaines phrases ont été révisées par l'intelligence artificielle, ensuite reformulée par l'auteur, dans le but de formuler des phrases plus claires et mieux structurées.

Après avoir utilisé ChatGPT, l'auteur a révisé et édité avec diligence le contenu produit par l'outil. Nous assumons l'entière responsabilité du contenu final présenté dans ce mémoire.

En signant cette déclaration, nous affirmons que le contenu de ce mémoire de maîtrise reflète notre travail original, augmenté par l'utilisation responsable de l'IA.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Tormentier", enclosed within a hand-drawn rectangular box.

*Je tiens à remercier plusieurs personnes qui ont toutes apporté leur soutien et leur aide dans la réalisation de ce mémoire.*

*Tout d'abord, j'aimerais remercier mon promoteur, Nicolas Kervyn de Meerendré, pour son aide, ses conseils et ses recommandations à l'occasion de la réalisation de ce mémoire.*

*J'aimerais également remercier mes amis et ma famille, qui m'ont apporté leur soutien, particulièrement ma maman, qui m'a apporté son aide inconditionnelle.*

*Enfin, un tout grand merci à tous les participants qui ont accepté de me consacrer du temps afin de m'aider dans la mise en œuvre de mon mémoire.*

<b>TABLE DES MATIÈRES</b>
---------------------------

<b>INTRODUCTION</b> .....	1
<b>PARTIE 1 – REVUE DE LA LITTÉRATURE</b> .....	3
<b>CHAPITRE 1. INDUSTRIE TOURISTIQUE</b> .....	3
<b>1.1. Contexte touristique et évolution</b> .....	3
<b>1.2. Impacts du tourisme</b> .....	3
<b>1.3. Mobilité : le secteur de l’aviation</b> .....	4
1.3.1. <i>Impacts environnementaux</i> .....	5
1.3.2. <i>Offre dans le secteur</i> .....	5
1.3.3. <i>Perspectives des consommateurs</i> .....	6
<b>Tendances</b> .....	6
<b>Conscience environnementale et aviation</b> .....	6
1.3.4. <i>Régulations et programmes pour la durabilité</i> .....	7
<b>Pratiques institutionnelles</b> .....	7
<b>Pratiques destinées aux consommateurs</b> .....	8
<b>CHAPITRE 2. L’ECOTOURISME</b> .....	9
<b>2.1. Définitions et principes</b> .....	10
2.1.1. <i>Définitions multiples</i> .....	10
2.1.2. <i>Principes et objectifs</i> .....	10
<b>2.2. Consommateurs et écotourisme</b> .....	11
2.2.1. <i>Perceptions de l’écotourisme chez les consommateurs</i> .....	11
2.2.2. <i>Écotouristes</i> .....	12
<b>Motivations et attitudes</b> .....	13
<b>Comportements</b> .....	13
<b>2.3. Critiques de l’écotourisme</b> .....	14
<b>2.4. Labels écotouristiques</b> .....	14
<b>CHAPITRE 3. COMPATIBILITE ENTRE ECOTOURISME ET AVIATION</b> .....	15
<b>3.1. Disparité d’opinions dans la littérature</b> .....	15
<b>3.2. Point de vue des consommateurs</b> .....	17
<b>PARTIE 2 – PARTIE EMPIRIQUE</b> .....	18
<b>CHAPITRE 4. METHODOLOGIE</b> .....	18
<b>4.1. Intérêt de la recherche</b> .....	18

4.2.	<i>Design de recherche</i> .....	19
4.3.	<i>Récolte de données</i> .....	19
4.3.1.	<i>Échantillon</i> .....	19
4.3.2.	<i>Guide d'entretien</i> .....	19
4.4.	<i>Méthode d'analyse</i> .....	20
<b>CHAPITRE 5. ANALYSE ET INTERPRETATIONS DES RESULTATS</b> .....		21
5.1.	<i>Habitudes de voyage</i> .....	21
5.2.	<i>Écotourisme</i> .....	22
5.2.1.	<i>Perception générale</i> .....	23
5.2.2.	<i>Accessibilité perçue</i> .....	24
	« <i>Coûts</i> » .....	24
	« <i>Envie</i> » .....	25
	« <i>Temps</i> » .....	25
	« <i>Manque d'information</i> » .....	25
	« <i>Capacité physique</i> » .....	26
5.2.3.	<i>Craintes liées à l'écotourisme</i> .....	26
5.2.4.	<i>Label écotouristique et certifications</i> .....	28
5.3.	<i>Écotourisme et aviation</i> .....	30
5.3.1.	<i>Compatibilité</i> .....	30
	« <i>Durée</i> » .....	30
	« <i>Balance</i> » .....	31
	« <i>Projet</i> » .....	31
	<i>Autres</i> .....	32
5.3.2.	<i>Programme de compensation volontaire de carbone : perception</i> .....	33
	« <i>Traçabilité des fonds</i> » .....	34
	« <i>Frais de structure</i> » .....	34
	« <i>Greenwashing</i> » .....	34
	« <i>Coûts</i> » .....	34
	« <i>Rôle des compagnies</i> » .....	35
	« <i>Solution contre-productive</i> » .....	35
	« <i>Manque de sens</i> » .....	35
	« <i>Obligation</i> » .....	35
5.3.3.	<i>Comportements écotouristiques et compensation carbone volontaire</i> .....	36

<b>PARTIE 3 – CONCLUSION DE LA RECHERCHE</b> .....	37
<b>CHAPITRE 6. DISCUSSION GENERALE ET COMPARAISON AVEC LA REVUE</b> .....	37
<b>CHAPITRE 7. RECOMMANDATIONS MANAGERIALES</b> .....	39
<b>CHAPITRE 8. LIMITES ET RECHERCHES FUTURES</b> .....	40
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	41

## INTRODUCTION

Le tourisme, secteur économique majeur représentant environ 3% du PIB mondial en 2023 selon l'ONU Tourisme (2024), a connu une reprise spectaculaire après la crise sanitaire, retrouvant, en 2024, 97% de ses chiffres pré-pandémiques. Cependant, cette reprise s'accompagne de préoccupations croissantes concernant son impact environnemental, social et économique (Leal Filho et al., 2023). Parmi ces impacts, les émissions de CO2 liées au tourisme sont particulièrement préoccupantes, représentant environ 8% des émissions mondiales (Lenzen et al., 2018). Le transport des passagers, notamment via le transport aérien, est un contributeur majeur à cette empreinte carbone. Malgré les questionnements grandissant à propos de l'impact environnemental de l'aviation, ses avantages en termes de rapidité et d'accessibilité lui garantissent toujours une place primordiale dans l'industrie touristique. Face à ces défis, de nouvelles formes de tourisme plus durables ont toutefois émergé. L'écotourisme, en particulier, vise à concilier les aspects économiques, sociaux et environnementaux du voyage. Cependant, l'écotourisme souffre d'un manque de reconnaissance qui entraîne une confusion dans les perceptions des consommateurs. Ces perceptions vagues sont également causées par l'insuffisance des opportunités de mises en pratique concrètes et à un manque de clarté dans les contours des projets écotouristiques. Par ailleurs, l'écotourisme suscite également des avis contrastés chez les experts. Pour certains auteurs, cette nouvelle façon de voyager pourrait être une solution à toutes les conséquences négatives liées au tourisme classique. D'autres, en revanche, expriment des doutes, particulièrement concernant les voyages en avion. Ils craignent que l'empreinte carbone des vols ne puisse être compensée par les bénéfices de l'écotourisme, remettant ainsi en question l'efficacité réelle de cette approche pour un tourisme véritablement durable.

Ce mémoire cherche donc à explorer la perception des consommateurs sur la compatibilité entre l'écotourisme et l'aviation, une question cruciale dans le contexte actuel du tourisme durable. La recherche est guidée par la question principale : « *Quelle est la perception des consommateurs sur l'écotourisme et sa compatibilité avec les services aériens ?* ».

Pour répondre à cette interrogation, l'étude s'appuie sur douze entretiens qualitatifs menés auprès de différents voyageurs. Cette approche a été choisie en considérant le fait que le concept d'écotourisme reste souvent mal défini pour de nombreux consommateurs, comme le souligne la littérature existante. L'objectif est de comprendre comment ce concept est perçu par les

voyageurs et d'explorer les pratiques, telles que l'utilisation de labels, qui pourraient améliorer la compréhension et la mise en œuvre.

Cette recherche vise à combler une lacune dans la littérature actuelle, où la question de la compatibilité perçue par les voyageurs entre l'écotourisme et l'aviation reste peu explorée du point de vue des consommateurs. Elle cherche à approfondir la compréhension des perceptions des voyageurs sur ce sujet et vise à identifier les différents enjeux liés à la perception de ce mode de tourisme ainsi que la façon dont les consommateurs appréhendent la combinaison entre voyage écotouristique et transport aérien. De plus, le mémoire explore les pratiques potentielles que les entreprises écotouristiques pourraient adopter pour rendre le concept plus accessible et fiable, ainsi que les mécanismes par lesquels les voyages écotouristiques pourraient, ou non, intégrer l'utilisation de l'avion.

Le mémoire est structuré en trois parties principales. La première partie présente une revue de la littérature scientifique existante, couvrant l'industrie du tourisme et particulièrement le secteur de l'aviation. Ensuite, nous explorerons l'écotourisme et la perception des consommateurs, et finalement, les recherches scientifiques sur la compatibilité perçue entre le secteur de l'écotourisme et de l'aviation. La deuxième partie de ce mémoire, la partie empirique, détaillera tout d'abord la méthodologie utilisée, présentera ensuite les résultats obtenus et leur interprétation. Enfin, la troisième partie proposera une discussion générale, établissant le lien entre les résultats empiriques et le cadre théorique, suivie des limites de l'étude et de recommandations managériales.

## **PARTIE 1 – REVUE DE LA LITTÉRATURE**

### **Chapitre 1. Industrie touristique**

#### ***1.1. Contexte touristique et évolution***

À l'heure actuelle, le tourisme représente une des industries les plus importantes de l'économie (Giampiccoli & Mtapuri, 2021 ; Singh et al., 2022). En effet, avec une part du PIB mondial représentant environ 3% en 2023 (ONU Tourisme, 2024), le tourisme s'est démocratisé et les voyages sont de plus en plus fréquents, engendrant une « *hypermobilité* » mondiale (Gössling & Peters, 2007), liée notamment à la demande croissante, à la variété dans l'offre des compagnies aériennes et à la multiplication des compagnies « low-cost » en Europe. Prendre l'avion est devenu une façon de voyager rapide et relativement accessible à tous (Demoli & Subtil, 2019). Le tourisme n'a cessé de croître depuis sa naissance, enregistrant en 2018 « *un taux de croissance très supérieur à la croissance économique mondiale* » (Bezaf, 2019). Cependant, certains facteurs ont contribué à la régression de ce taux en 2019, notamment suite à la crise sanitaire liée à la pandémie du Covid-19. Avec la fermeture des frontières et les restrictions sanitaires, le tourisme a subi une baisse des arrivées internationales de 74%, ce qui a engendré une perte de 1.300 milliards d'USD et où entre 100 et 120 millions d'emplois directs ont été menacés (ONU Tourisme, 2021).

La crise sanitaire, le conflit en Ukraine et la hausse des prix du pétrole, mais aussi celle de l'énergie (Faouzi, 2023) sont de nombreux facteurs qui poussent cette industrie à être repensée (Masclanis, 2020). En effet, tous ces facteurs augmentent l'incertitude qui règne sur cette industrie, ce qui conduit notamment à une hausse des prix des offres touristiques (hôtellerie, restauration,...) (Institut des comptes nationaux, 2023). De plus, la crise environnementale est un gros facteur impactant le secteur touristique (Prideaux et al., 2013), en lien notamment avec la hausse des préoccupations environnementales des consommateurs (Han et al., 2017). Le tourisme n'ayant pas du tout atteint un niveau de durabilité satisfaisant, le rendre plus durable attirerait davantage de clients et renforcerait la compétitivité du secteur (Han et al., 2017).

#### ***1.2. Impacts du tourisme***

À côté des impacts sociaux et économiques positifs engendrés par le tourisme tels que la création de nombreux emplois (El Achkar, 2023), le développement personnel (Benhaddou, 2021), sa part significative (9,9%) dans le PIB européen (Cour des comptes européenne, 2021) ou encore le fait que de nombreux secteurs dépendent du tourisme (Camilleri, 2018), ce dernier

a également de nombreux impacts négatifs. Les nuisances sonores, la dégradation des territoires ou encore la commercialisation des traditions sont des facteurs qui jouent en défaveur des populations locales (François-Lecompte et al., 2013). De plus, l'importante concurrence intersectorielle et la forte dépendance économique à ce secteur d'activité (Nowak & Sahli, 2010) apparaissent comme étant de gros risques économiques. Sans oublier que ce sont souvent les grandes entreprises intermédiaires qui bénéficient d'une part importante des revenus générés par le tourisme, au détriment des plus petites entreprises locales (François-Lecompte et al., 2009 ; 2013).

À l'heure actuelle, le nombre d'articles dans la littérature explorant les effets du tourisme sur les émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) est considérable et est un des éléments le plus cité lorsque l'on pense aux impacts environnementaux liés au tourisme. D'après Cottignies et ses co-auteurs (2017), il existe une multitude de chiffres et une difficulté à s'accorder sur les calculs d'émissions des GES, d'où la multitude de résultats chez les chercheurs. Heuzebroc (2018) et Cocolas (2022) expliquent que 8% du total des émissions de GES sont dues au tourisme en 2018, et les trois quarts seraient en partie liées aux transports en tout genre (Spaey, 2017 ; République française, 2021). Peeters et Dubois, en 2010, notaient que 4,4% des émissions globales de CO<sub>2</sub> étaient directement liées au tourisme, Gössling (2009) ajoutant que 40% de ces émissions étaient dues au transport aérien. Outre ces émissions excessives, Ferrari (2023) met en évidence les problèmes liés à l'exploitation effrénée des ressources naturelles. À titre d'exemple, la mauvaise gestion de l'eau (Blondy, 2016), de l'énergie (République Française, 2021), une gestion inadéquate des déchets (Willmott & Graci, 2012 ; dans Blondy, 2016), ainsi que la destruction des sites naturels. Dans son article, Blondy (2016) cite l'augmentation de la congestion du trafic et la transformation des territoires (Sarrasin et al., 2016), suite à l'urbanisation croissante comme étant des conséquences du tourisme. Les arrivées nombreuses de touristes (i.e. la sur-fréquentation) engendrent également des impacts environnementaux, accentués par le fait que de nombreux pays ne disposent pas toujours des ressources nécessaires pour gérer ces touristes et leurs incidences sur l'environnement (Sarrasin et al., 2016), le tout étant accentué par la tendance des consommateurs à abandonner leurs habitudes responsables lors des vacances (Cohen et al., 2013).

### ***1.3. Mobilité : le secteur de l'aviation***

Le transport étant un élément clé du tourisme, sans quoi les déplacements des touristes seraient considérablement restreints (Benhaddou, 2021), il est nécessaire de comprendre l'impact de ce secteur. Responsable de 24% des émissions de dioxyde de carbone (Cocolas, 2022), l'industrie

du transport est en partie responsable du changement climatique (Cohen et al., 2013). En particulier, les émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport touristique représentent 22% du total des émissions dues au secteur du transport global (ONU Tourisme, 2024), le transport touristique n'incluant pas uniquement les déplacements des passagers, mais également ceux des marchandises tributaires du tourisme (Benhaddou, 2021).

Du point de vue des consommateurs, le déplacement étant généralement la dépense la plus élevée lors d'un voyage (Benhaddou, 2021), les choix de mobilité dépendent également du facteur temps et de plus en plus des impacts environnementaux qui en découlent. En 2018, c'est l'aviation qui reste le mode de transport le plus utilisé pour voyager, représentant plus de 50% des déplacements totaux (Organisation mondiale du tourisme, 2019) (voir Annexe 1).

### *1.3.1. Impacts environnementaux*

Selon l'International Civil Aviation Organization (ICAO, s.d.), 13% des émissions de GES seraient dues au secteur du transport, dans lesquelles 13% seraient directement liées à l'aviation (voir Annexe 2). Cela représente environ 2 à 3% des émissions mondiales de GES (WWF France, 2016 ; Caletrio, 2020). En Europe, la proportion de l'aviation dans les émissions est évaluée à 3% (CE Delft, 2019 ; dans Coppée, 2020). Cependant, il convient de souligner que les émissions dues à l'aviation ne se limitent pas aux seules émissions de CO<sub>2</sub>, mais également à des émissions d'oxyde d'azote, de monoxyde de carbone, de particules fines (Coppée, 2020), ainsi que des traînées de vapeur d'eau (Cordiez, 2019) qui participent également au dérèglement climatique.

### *1.3.2. Offre dans le secteur*

De nos jours, prendre l'avion est simple et est même devenu une forme de norme socialement reconnue (McDonald et al., 2015 ; Gössling et al., 2019). Le secteur aérien propose une multitude de destinations accessibles permettant ainsi de voyager rapidement partout dans le monde.

En ce qui concerne les vols « court-courriers », en Europe, les compagnies « low-cost » sont prédominantes, facilitant dès lors des voyages courts/moyens à des prix faibles (Dobruszkes, 2006). En 2021, c'est la compagnie low-cost leader Ryanair (Spaey, 2017) qui comptait le plus grand nombre de passagers annuels avec plus de 70 millions contre, par exemple, Lufthansa et ses 45 millions de passagers annuels (Healy, 2022). Leurs impacts environnementaux sont également importants, Ryanair étant la compagnie aérienne la plus polluante en 2018 (Air Indemnité, 2023). Selon Graver et al. (2019) (dans Coppée, 2021), malgré leur faible part (5%)

dans le trafic aérien mondial, les vols de moins de 500 kms seraient générateurs de deux fois plus d'émissions de CO<sub>2</sub> par passager/kilomètre que les vols plus longs. Toutefois, face aux pressions liées aux objectifs « Zero Carbone » de 2050, l'offre tente de s'adapter en multipliant les initiatives<sup>1</sup>.

Nombreuses sont les critiques concernant les offres disponibles sur le marché. Notamment GreenPeace (2023), qui a démontré que les alternatives durables à l'avion, comme le train, sont encore beaucoup trop désavantageuses en termes de coût, ce qui est en totale contradiction avec les enjeux actuels.

### *1.3.3. Perspectives des consommateurs*

#### ***Tendances***

Malgré les impacts négatifs de l'aviation sur l'environnement, selon Airports Council International (ACI World, 2024), le nombre annuel de passagers reste significatif, s'élevant à environ 8,5 milliards en 2023, ce qui représente environ 95,7% des niveaux enregistrés en 2019 selon l'International Air Transport Association (IATA, 2023). Selon l'ONU Tourisme (2021), les chiffres devraient retrouver leurs niveaux d'avant pandémie entre 2023 et 2025 (également dans NATS, 2023). Les prévisions 2040 estiment que la demande devrait suivre un taux de croissance s'élevant à 3,1% selon l'étude réalisée par Boieng (2021). Malgré ces chiffres importants, il ne faut pas oublier que les inégalités restent grandes, avec environ 80% des individus n'ayant jamais pris l'avion, et où seulement 1% de la population mondiale serait à l'origine de la moitié des émissions liées à l'avion (Cordiez, 2019).

#### ***Conscience environnementale et aviation***

Selon Luo et Deng (2008) (dans Carvache-Franco et al., 2019), les touristes sont conscients des problématiques environnementales et leurs motivations sont de plus en plus impactées par l'environnement (Dekhili & Achabou, 2014). Dans un rapport publié par le NATS en 2023 concernant les attitudes des consommateurs par rapport à leur utilisation des services aériens, la raison première de la diminution de l'avion est d'ordre économique (47%), les raisons environnementales étant citées par 19% des Britanniques interrogés. Selon l'étude réalisée par Harabinova (2022), le choix du transport est principalement motivé par le prix, et ensuite par son accessibilité. L'écologie n'est pas le facteur premier et celui-ci n'est mentionné que par les voyageurs qui utilisent le train. Il a cependant été prouvé que 54% des individus interrogés estiment que la principale priorité de l'industrie du tourisme devrait être celle de la réduction

---

<sup>1</sup> Voir section « *iv. Régulations et programmes pour la durabilité* ».

des émissions (voir Annexe 3), là où les chiffres s'élevaient à 62% avant la pandémie. Cette diminution serait liée au fait qu'après la pandémie, les individus veulent reprendre leurs voyages et que l'expérience touristique est devenue plus importante à leurs yeux (NATS, 2023). Toutefois, il apparaît que 21% des individus estiment que réduire leur consommation de l'avion est plus facile à mettre en œuvre que d'autres habitudes plus courantes (i.e. consommer de la viande, utiliser la voiture,...). Selon les interrogés, les institutions devraient agir sur les « grands voyageurs », plutôt que sur le nombre de vols des passagers moins fréquents (voir Annexe 4) (NATS, 2023).

Néanmoins, de plus en plus de mouvements écologistes populaires émergent, notamment le mouvement « Flygskam » (Brunet, 2021), du suédois « *honte de prendre l'avion* ». Ce phénomène, né en 2018, vise à culpabiliser les clients du secteur aérien, afin de pousser les individus à réduire leurs vols, et ainsi leurs impacts environnementaux (ESG Act, 2023). Changer les habitudes de consommation des voyageurs reste toutefois difficile en raison des dissonances cognitives qu'on retrouve chez les consommateurs conscients (McDonald et al., 2015), mais aussi à cause du déni, de l'ignorance (Becken, 2007), de la nécessité (Kroesen, 2013 ; dans Gössling et al., 2019) ou encore de la croyance dans les technologies futures (Peeters et al., 2016 dans Gössling et al., 2019).

#### *1.3.4. Régulations et programmes pour la durabilité*

Depuis la COP21, différents objectifs ont été déterminés dans le but d'atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici 2050 (Parlement européen, 2023). Un des objectifs à court terme pour y parvenir est d'avoir réduit les émissions de l'UE d'au minimum 55% (Fit for 55), afin de pouvoir idéalement atteindre l'objectif final (Conseil de l'Union Européenne, 2024).

#### ***Pratiques institutionnelles***

Différentes réglementations ont été élaborées dans le but de s'aligner sur ces différents objectifs. Le programme SEQE-UE, qui s'applique aux vols intra-européens (Conseil de l'Union Européenne, 2023), ou encore le programme CORSIA qui s'applique aux vols extra-européens pour les 126 États membres y participant (ICAO, s.d.). Des taxes environnementales à l'achat des billets sont déjà présentes notamment en France avec le système d'« éco-contribution », où l'argent récolté est réinvesti dans le financement d'une mobilité plus durable (Cordiez, 2019). En Belgique, la Cour Constitutionnelle (2023) a rejeté les recours introduits contre l'augmentation du prix des billets de courte distance mais la question reste ouverte. Cependant, tout le monde n'est pas favorable à ces taxes (Combet et al., 2009). Dans leur article,

Bösehans et al. (2020) mettent toutefois en évidence que les passagers ayant des caractéristiques écoresponsables sont favorables aux « *carbon offsets* » comprises dans les prix des billets d'avion. Ils soulignent cependant que ce mécanisme ne permet pas d'éliminer tout sentiment de culpabilité mais confirment qu'il n'incite pas non plus à prendre davantage l'avion.

### ***Pratiques destinées aux consommateurs***

Comme l'indique le ECC-Net<sup>2</sup> (2020), la plupart des compagnies aériennes européennes proposent aux consommateurs une façon de compenser leurs émissions lors de la réservation d'un billet d'avion. Cette alternative, créée en 2002 par l'ETH de Zürich avec le programme «*MyClimate*», a été mise en place en 2005 pour la première fois chez British Airlines (Heughebaert, 2007).

À l'heure actuelle, aucune entité n'oblige les compagnies aériennes à proposer cette solution (Palaizines, 2019), mais la plupart des grosses entreprises proposent un système de compensation volontaire de carbone (« *customer offsetting* ») (Healy, 2022). Ryanair étant la compagnie la plus importante en termes de nombre de passagers en 2021 (Healy, 2022), il est intéressant de comprendre sa politique de « *consumer carbon offsetting* ». Au moment de l'achat, le consommateur a la possibilité de choisir entre trois options de compensation. Le montant versé par le consommateur est alors reversé à quatre projets durables distincts. 3,5M€ ont déjà été collectés grâce à ce programme (Healy, 2022). Selon Ryanair (s.d.), en 2021, 3% des consommateurs auraient choisi d'y participer. Cependant, Ryanair ne serait pas en mesure de justifier l'attribution à chaque projet de la totalité des montants récoltés (manque de transparence) (Healy, 2022). Hares et al. (2010) mentionnent une étude indiquant que 64% des personnes interrogées seraient disposées à payer un supplément pour compenser l'impact négatif de leurs déplacements aériens. Cependant, le rapport de durabilité de Ryanair (s.d.) qui fait état d'un taux de participation de 3%, montre clairement que les comportements ne correspondent pas toujours aux intentions des consommateurs (McDonald et al., 2015).

Différentes sont les perceptions des consommateurs face à ce type de programmes : en effet, selon l'article de Truong-Dinh et ses collègues (2022), certains ont un avis positif par rapport aux compensations, et croient en leur efficacité. D'autres ont cependant tendance à être plus mitigés par rapport à ce genre d'initiatives et les qualifiaient même de « *greenwashing* » (De Mello, 2023), soulevant la question de la transparence quant à l'utilisation de l'argent. Certains auteurs soulignent également que cette technique serait utilisée afin de réduire la dissonance

---

<sup>2</sup> ECC-Net = Centre Européen des Consommateurs.

cognitive et la culpabilité des voyageurs (Warburg et al., 2021). Finalement, des variables comme la confiance dans la compagnie, l'efficacité perçue des programmes, les valeurs, ou encore la qualité des explications fournies à propos de ceux-ci influencent la perception des consommateurs (Truong-Dinh et al., 2022). Atkinson et Rosenthal (2014) expriment également que la labellisation des compensations est également un facteur supplémentaire à prendre en compte.

De Mello (2023) questionne l'effectivité réelle des programmes de compensation volontaire de carbone qui pourrait être la raison du faible taux de participation, affirmant que leur propension à payer pour ce type de programme reste faible, ce qui s'oppose aux résultats mentionnés ci-avant recueillis par Hares et al. (2010). De leur côté, les jeunes se disent souvent « mal informés » ce qui débouche sur une perception négative de ces programmes. Communiquer de façon plus transparente pourrait dès lors mitiger ces contraintes (De Mello, 2023 ; Haug & Hassinggaard, 2023). Dans sa recherche, de Mello (2023) identifie que les compensations obligatoires de carbone seraient préférées aux volontaires, cependant, le gap « intention-behavior » reste tout de même important (Coppée, 2020). Ces compensations intégrées semblent donc constituer une « *alternative viable aux compensations volontaires de carbone* » (Bösehans et al., 2020, p.10). Finalement, l'étude de Coppée (2020) a montré que les programmes précédemment cités (CORSIA, SEQUE-UE, *voluntary carbon offsetting*), créés afin de réduire les impacts négatifs du secteur aérien n'ont pas encore démontré qu'ils induisaient un changement de comportement tant au niveau des consommateurs qu'au niveau de l'industrie aérienne.

## **Chapitre 2. L'écotourisme**

Les touristes devenant de plus en plus soucieux de leur impact sur l'environnement (Han et al., 2017), l'industrie touristique a commencé à se pencher sur des alternatives plus durables (Sarrasin et al., 2016), particulièrement dans les années 80 avec la naissance du concept d'écotourisme (Buchsbaum, 2004). Depuis lors, l'écotourisme est devenu une des formes de tourisme qui enregistre le taux de croissance le plus rapide (Donohoe & Needham, 2006 ; Singh, 2022) et continue à grandir (McKeone, 2011) à un taux évalué à 5% par an (Carvache-Franco et al., 2019). Cependant, la part de touristes impliqués dans ce type de voyage reste minime par rapport aux touristes dits « de masse » (Singh, 2022). Le nombre croissant d'intéressés pousse toutefois certains pays à l'intégrer dans leurs programmes marketing comme stratégie de développement durable (Fang et al., 2023), ce qui leur permet également de se différencier de la concurrence.

## 2.1. Définitions et principes

### 2.1.1. Définitions multiples

À l'heure actuelle, il existe une multitude de définitions décrivant cette forme de tourisme (Donohoe & Needham, 2006 ; Samal & Dash, 2022). Dans leur article, Donohoe et Needham (2006) cherchent à rendre plus claire cette notion et relèvent les sujets les plus récurrents qui apparaissent dans les définitions : « *fondé sur la nature* », « *préservation/conservation* », « *éducation* », « *distribution des bénéfices* » et « *éthique/responsabilité/sensibilisation* ». Malgré ces disparités, nombreux sont les articles qui se basent sur la définition proposée par la Société Internationale d'Écotourisme (TIES, 1990) : « *un voyage responsable dans des zones naturelles qui préserve l'environnement et soutient le bien-être des populations locales* ». Cependant, la définition suivante, plus globale, est fréquemment utilisée :

*« L'écotourisme une façon de financer la conservation et la recherche scientifique, de protéger les écosystèmes vierges et fragiles, de bénéficier aux communautés rurales, de promouvoir le développement dans les pays pauvres, de renforcer la sensibilité écologique et culturelle, d'insuffler une conscience sociale et environnementale à l'industrie touristique, de satisfaire et d'éduquer les touristes et même, d'après certains, de bâtir la paix mondiale. »* (Honey, 1999 ; repris dans Tardif, 2003, p.2)

D'autres définitions existent, dont celle reprise en annexe (voir Annexe 5) qui englobe un plus large panel d'objectifs de développement durable (Tardif, 2003 ; Khanra et al., 2021).

Comme démontré, ce manque d'uniformité dans la définition du concept (Buchsbaum, 2004 ; Donohoe et al., 2006) entraîne dès lors de la confusion dans le chef des consommateurs, chez qui la prise de décisions pourrait dès lors être biaisée. En plus de remettre en cause la légitimité de cette industrie, cela pourrait poser des difficultés aux consommateurs lorsqu'il s'agit de distinguer une offre réellement écoresponsable d'une offre qui veut se faire passer pour telle.

### 2.1.2. Principes et objectifs

L'ONU Tourisme (s.d.) souligne le fait qu'il est essentiel que le tourisme ne mette pas à mal les zones protégées, mais au contraire, que l'écotourisme puisse aider à leur sauvegarde. Différents objectifs ont également été décrits par l'ONU, afin de préciser le cadre qui entoure cette forme de tourisme. L'ONU Tourisme (s.d.) souligne également l'importance de la contribution financière à la préservation de la biodiversité tout en soulignant que ce soutien doit également se faire au bénéfice de l'économie locale, propos également repris par McKeone (2011). Buchsbaum (2004) et d'autres auteurs confortent également la vision de l'ONU en insistant sur l'importance de l'éducation dans cette forme de tourisme : en effet, avec l'aide

d'agences locales, il est important de développer les connaissances sur la nature, non pas seulement des touristes mais également des locaux, afin de les impacter positivement dans leur vie de tous les jours (Tardif, 2003 ; Xu et al., 2022). Concrètement, trois principes fondamentaux ressortent chez la plupart des auteurs quand il s'agit d'écotourisme : le besoin de durabilité, l'éducation des voyageurs et surtout un tourisme axé sur la nature (Tardif, 2003).

## ***2.2. Consommateurs et écotourisme***

Puisqu'ils ont un rôle central dans cette forme de tourisme, il est important de comprendre les consommateurs, leurs attitudes, intentions, comportements mais aussi les motivations sous-jacentes à leur participation au tourisme durable. Les touristes rapportent de l'argent aux espaces protégés, mais leur simple présence peut nuire à l'environnement, d'où l'importance d'une bonne gestion de ces zones par les organisations (McKeone, 2011).

### *2.2.1. Perceptions de l'écotourisme chez les consommateurs*

El Archi et Benbba (2022) relèvent que les consommateurs perçoivent l'écotourisme comme étant une alternative durable au tourisme et y accordent un intérêt de plus en plus croissant, notamment en raison de l'augmentation des préoccupations environnementales. Malgré cet intérêt croissant pour les alternatives durables dans le monde du tourisme (Fang et al., 2023), il reste difficile, pour les consommateurs, de fournir une description précise de ce type de tourisme.

En effet, selon l'étude réalisée par Dekhili et Achabou (2014), l'écotourisme suscite une grande variété de perceptions, notamment à cause du problème de confusion chez les consommateurs, qui expriment un « *manque d'informations* » en ce qui concerne les offres écotouristiques. Par ailleurs, le manque d'infrastructures et d'offres écotouristiques sont deux aspects qui, selon le consommateur, rendent l'écotourisme difficile à appréhender (Dekhili & Achabou, 2014 ; El Archi & Benbba, 2022).

De plus, nombreux sont les consommateurs qui pensent que l'écotourisme n'est qu'une technique marketing (Dekhili & Achabou, 2014), ce qui a été identifié comme étant une limite par divers auteurs (Schéou, 2006). Certains consommateurs associent d'ailleurs l'écotourisme à des techniques de « *greenwashing* » (Abeyratne & Arachchi, 2021), ce qui dénote d'un manque de confiance envers les offres écotouristiques (Dekhili & Achabou, 2014). Comme ils l'expriment, ce manque de confiance pourrait également être lié à la multitude de labels éco durables, qui créent de la confusion chez les différents consommateurs. Dekhili et Achabou (2014) affirment également que l'écotourisme est principalement associé aux espaces verts,

mais ajoutent que, de plus en plus, les consommateurs prennent en compte la proximité avec la population locale. Cependant, ce dernier aspect reste minoritaire en raison notamment du terme « *écotourisme* » lui-même qui, d'emblée, évoque l'aspect environnemental (Dekhili et Achabou, 2014). Ils ajoutent également que le manque d'impacts tangibles reste une limite pour les consommateurs, qui ont du mal à identifier quels pourraient être leurs apports.

Les consommateurs, selon Dekhili et Achabou (2014), perçoivent en général l'écotourisme comme une forme de tourisme qui n'est pas plus onéreuse que le tourisme classique, voire moins coûteuse. Cependant, selon l'enquête réalisée par François-Lecompte (2009), les consommateurs perçoivent les produits écoresponsables comme plus chers, ce qui pourrait être un frein dans la réalisation de comportements d'achats responsables.

Finalement, les moyens de transport utilisés dans le cadre de l'écotourisme se doivent d'être réfléchis, et les consommateurs sont conscients qu'il faut privilégier les modes de transport doux (Dekhili et Achabou, 2014 ; El Archi et Benbba, 2022). En outre, les consommateurs doivent prendre en compte les moyens de transport utilisés lors des choix écotouristiques (Dekhili et Achabou, 2014).

### 2.2.2. *Écotouristes*

Étant donné le large panel de définitions de l'écotourisme, il n'est pas facile de définir de façon exacte l'« *écotouriste* » type (Anishchenko, 2016). Dolnicar et ses collègues (2013) relèvent l'importance de s'accorder sur une définition commune afin de pouvoir développer ce concept d'écotourisme et proposent dès lors une définition qui rassemble les sujets les plus souvent abordés. Selon eux, l'écotouriste aurait la caractéristique principale de vouloir « *s'engager dans un tourisme axé sur la nature avec l'intention délibérée d'expérimenter la nature* »<sup>3</sup> (Dolnicar et al., 2013, p.10). Cependant, il convient souligner qu'il n'existe pas un écotouriste type, et que ceux-ci ne forment pas toujours un groupe homogène (Carvache-Franco et al., 2019), mais peuvent varier selon les caractéristiques socio-démographiques (Dekhili & Achabou, 2014) ou encore les sources de motivation (Deng & Li, 2015 ; dans Anishchenko, 2016). Cependant, Dekhili et Achabou (2014) donnent une description plus précise des touristes « durables », comme étant des jeunes, qui possèdent un niveau de revenus et d'éducation important, sont intéressés par les populations locales et ont des comportements habituellement écoresponsables<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Repris de l'anglais : « engagement in nature-based tourism with the deliberate intention to experience nature ».

<sup>4</sup> Cet article reprend l'étude de Fiorelli et Bo (2015), qui elle-même reprend les études de Dolnicar et al. (2008) et Weaver & Lawton (2007).

Avec la croissance des craintes environnementales des touristes, leurs attentes en termes d'offres touristiques évoluent également et dès lors, il est important que les professionnels puissent y répondre (République Française, 2021). Identifier les consommateurs, les comprendre, ainsi que leurs comportements devient nécessaire pour trouver un équilibre juste, particulièrement dans le domaine de l'écotourisme, où les comportements dans les choix de consommations futures dépendent largement des expériences vécues (Yao et al., 2024).

### ***Motivations et attitudes***

La nature étant un des aspects majeurs de l'écotourisme, il est clair que sa préservation et sa proximité est la principale motivation des écotouristes (Anishchenko, 2016 ; Kim et al., 2023). Ils sont également à la recherche d'expériences singulières, tout en ayant la chance d'acquérir de nouvelles connaissances, désireux d'apprendre lors de leur voyage (Sana et al., 2023), de participer à des activités physiques (Kim et al., 2023), tout en respectant leurs valeurs écoresponsables. D'autres auteurs soulignent que le « *self-development* » ainsi que la rencontre avec de nouvelles personnes sont deux motivations importantes pour ce type de touristes (Hultman et al., 2015 ; Kim et al., 2023). Finalement, ces touristes ont l'intention de dépenser de l'argent, dans le but de réduire leur empreinte et de contribuer au développement durable de la région qu'ils visitent (Hultman et al., 2015 ; Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016).

### ***Comportements***

Il est crucial de comprendre les comportements effectifs des voyageurs, car il existe une tendance à ne pas respecter ses intentions et attitudes une fois à l'étranger (Cominelli et al., 2018). Ce phénomène, connu sous le nom de « gap intention/comportement » (Nieto-García et al., 2024) est particulièrement présent dans le contexte touristique (Yao et al., 2024).

L'article de Yao et al. (2024) démontre que les traits de personnalité jouent un rôle majeur dans la réalisation effective des intentions. En effet, selon la théorie d'Allport, si la durabilité façonne la personnalité des écotouristes, ceux-ci sont alors bien plus susceptibles d'adopter des comportements environnementaux durables. Pour les individus ayant des valeurs écoresponsables profondément ancrées, cette théorie peut expliquer leurs comportements. McDonald et al. (2015) expliquent que lorsque les actions des individus ne sont pas alignées avec leurs valeurs, cela peut les rendre particulièrement mal à l'aise. Les individus se disant « écotouristes » seraient selon Mehmetoglu (2010) plus sensibles à l'écologie, et dès lors plus enclins à prendre des décisions qui respectent l'environnement.

### ***2.3. Critiques de l'écotourisme***

Avec l'importance croissante de l'écotourisme, il faut cependant garder en tête ses différentes limites. Outre les questions liées à l'absence d'une définition commune du concept d'écotourisme (Tardif, 2003 ; Schéou, 2006), qui est source de confusion pour les consommateurs, certains ne sont pas favorables à ce genre de tourisme. En effet, il faut tout d'abord que les entreprises actives dans l'écotourisme parviennent à générer suffisamment de revenus (Denais, 2007), afin de subvenir de façon équitable aux besoins des populations locales, alors qu'une mauvaise gestion se traduit par une inégalité des revenus (Das & Chatterjee, 2015). Selon Denais (2007) et Das et Chatterjee (2015), une petite entreprise écotouristique qui va attirer de nouveaux clients, de par sa popularité croissante, va donc s'agrandir, ce qui est en contradiction avec l'écotourisme et risque même d'ouvrir la porte au tourisme de masse. Certains critiquent également la mauvaise gestion récurrente de l'écotourisme (Denais, 2007 ; Das & Chatterjee, 2015), notamment à cause de la mauvaise utilisation des zones protégées et le manque de compréhension des consommateurs. S'ajoute à cela, selon Schéou (2006), le fait que les consommateurs ne sont pas prêts à changer leurs comportements généralement individualistes et égocentrés. Ces caractéristiques ne sont pas unanimes, Fiorello et Boo (2015) exprimant que ces touristes sont attirés par le contact. En outre, le manque d'informations est exprimé comme une limite (Denais, 2007 ; Dekhili et Achabou, 2014) dans la mesure où il est difficile d'avoir des retours sur les expériences écotouristiques et de comprendre les impacts qu'engendre cette forme de tourisme sur les consommateurs (Becken, 2004). El Archi et Benbba (2022) évoquent également le manque d'infrastructures et d'offres comme limite à l'écotourisme, alors que Schéou (2006), considère cette forme de tourisme comme n'étant qu'un argument marketing, qu'il assimile à du « greenwashing ».

### ***2.4. Labels écotouristiques***

Les labels relatifs à la performance environnementale des entreprises sont de plus en plus utilisés comme référence par les consommateurs (Couture, 2002). Ils deviennent donc un outil essentiel pour garantir aux potentiels consommateurs la durabilité des produits et services et les aider dans leur processus décisionnel d'achat. Par ailleurs, Dekhili et Achabou (2014) indiquent que l'absence de label dans une entreprise qui se présente comme écologique est souvent associée à du greenwashing. Dans le même sens, l'article de Atkinson et Rosenthal (2014) explore l'importance de la provenance des labels. Leurs résultats démontrent que les consommateurs ont tendance à accorder plus facilement leur confiance aux labels et certifications émis par une autorité publique, plutôt qu'à ceux créés par le secteur privé. Ces

conclusions sont en accord avec l'article de Lee et Koo (2020), qui établit que les écotouristes donnent plus facilement leur confiance lorsque la labellisation est gouvernementale. Couture (2002), met en lumière une étude réalisée dans le cadre de la labellisation écotouristique, qui démontre que 37 % des individus seraient prêts à payer jusqu'à 5% de plus et 30% d'entre eux 10% de plus pour un produit certifié. 87% estiment cependant que leur choix est plus affirmé lorsque des explications détaillées sont fournies.

### **Chapitre 3. Compatibilité entre écotourisme et aviation**

Comme discuté précédemment, le tourisme dépend en grande partie des services aériens. Alors que les touristes « classiques » sont des millions à prendre ce mode de transport annuellement, il est important de comprendre quelle est la place de ce secteur dans l'écotourisme et quelle en est sa perception chez les consommateurs. Cependant, Folke et al. (2006) expriment que, souvent, l'écotourisme ne prend en compte que les activités proposées une fois arrivé à destination, sans prendre en compte les impacts émis par les moyens de transport utilisés pour y arriver, alors qu'il est évident que le moyen de transport contribue à une grande partie des externalités négatives du tourisme.

#### ***3.1. Disparité d'opinions dans la littérature***

La conciliation entre écotourisme et aviation s'avère complexe, comme en témoigne la littérature sur le sujet. Certains auteurs estiment que l'aviation et l'écotourisme sont incompatibles en raison de ses conséquences environnementales et de la contradiction entre les objectifs liés à l'écotourisme et les impacts négatifs de l'aviation. Ils avancent également que les avancées technologiques futures ne parviendront pas à rendre l'aviation écoresponsable. Ceux-ci insistent sur le fait que les vacances peuvent être réalisées sans prendre l'avion, et que le tourisme de proximité n'est pas une option à exclure (Guiver, 2013). Selon Folke et ses collègues (2006), il est nécessaire pour l'écotourisme de ne pas seulement considérer les activités une fois à destination, mais également d'intégrer les trajets dans les pratiques écotouristiques, appelant à une plus grande considération des transports par les agences écotouristiques. En outre, ils ajoutent que proposer des voyages en avion en tant qu'agence écotouristique n'est pas acceptable et assimilent même cette pratique à du « *greenwashing* ». Ils estiment dès lors que les offres écotouristiques ne devraient s'adresser qu'aux populations locales. Dans leur article « *Ecotourism and the Trouble with Transportation* », Schweinsberg et Darcy (2022) s'alignent avec les propos de Folke et ses co-auteurs, exprimant un certain paradoxe entre les activités écotouristiques et le fait de prendre l'avion. « *Comment pouvons-nous chercher à sortir l'industrie du paradoxe qui caractérise une dépendance à l'égard de ce*

*qui pose le plus grand risque pour la survie de l'écotourisme ?* » (Schweinsberg & Darcy, 2022, p.47)<sup>5</sup>. Selon eux, il faut admettre que le système actuel ne permettra pas de concilier les différents objectifs de réductions des émissions qui résultent de l'Accord de Paris. Cependant, ils affirment qu'il faut savoir « *accepter le paradoxe de l'accès et de l'impact* » (Schweinsberg & Darcy, 2022, p.47)<sup>6</sup>, notamment car la mobilité reste un droit fondamental. Selon eux, il ne faut pas arrêter de prendre l'avion, mais se servir de cela pour promouvoir un tourisme durable.

Cependant, d'autres auteurs tels que Snow et Snow (2003), estiment qu'écotourisme et aviation peuvent être compatibles, affirmant que les compagnies aériennes doivent faire en sorte de convaincre le public de prendre ce mode de transport, pour différentes raisons. Tout d'abord, pour démontrer le fait que l'écotourisme n'est pas uniquement accessible aux « élites ». L'écotourisme contribuant à l'amélioration de la qualité de vie des locaux, permettre à plus de gens de prendre l'avion et de participer à l'écotourisme est bénéfique pour beaucoup. Ils ajoutent que de nombreuses parties prenantes, présentes dans le secteur de l'aérien, seront actrices de la préservation des cultures qui est essentielle pour notre société. L'article de Guiver (2013) affirme que, pour certains, les avantages économiques (mondiaux et locaux) du tourisme peuvent soutenir la conservation, à condition que l'argent généré soit réinvesti dans des programmes destinés à la préservation de l'environnement. Ils croient aux technologies futures (e.g. SAF<sup>7</sup>) pour rendre le transport plus durable. Finalement, selon eux, une réduction (voire suppression) des activités aériennes n'est pas réaliste car elles symbolisent la connectivité mondiale, et ne peut pas être envisagée à l'heure actuelle par les consommateurs. Woolfe (2022) exprime la difficulté que représente la relation entre l'avion et le tourisme durable, un équilibre juste étant extrêmement complexe car de nombreux facteurs en découlent. Malgré qu'il soit indéniable que les services aériens sont la source d'une grande partie des émissions, stopper cette activité pour des raisons écologiques pourrait avoir des répercussions économiques et sociales encore plus importantes, notamment pour les pays en voie de développement. Bien que ces derniers soient les premières victimes du réchauffement climatique, ils ne peuvent se passer des revenus procurés par le tourisme. Woolfe (2022) estime que supprimer l'avion n'est pas une réponse envisageable. Il explore par contre différentes façons d'en réduire les impacts : prendre des vols directs, prendre des vols bon marché pour augmenter le nombre de voyageurs, opter pour des compagnies aériennes plus durables ou participer aux programmes de

---

<sup>5</sup> Repris de l'anglais = « How can we seek to move the industry out of the paradox that characterises a reliance on that very thing that poses the greatest risk to ecotourism's survival? ».

<sup>6</sup> Repris de l'anglais = « we must embrace the access—impact paradox ».

<sup>7</sup> « Sustainable Aviation Fuels ».

compensation carbone qui mettent en œuvre de réels projets de protection de l'environnement. Il estime donc être utile à l'écotourisme. Il est cependant crucial, selon Guiver (2013), que les voyageurs comprennent l'impact de leurs déplacements.

Des alternatives de compensation existent, et pourraient améliorer l'impact environnemental du secteur aérien pour certains, mais ne seraient pas encore suffisantes selon d'autres (Durand, 2023 ; Foucart, 2023). Selon Woolfe (2022), les compensations carbone sont loin d'être une solution efficace car elles ne permettent pas une réduction immédiate des émissions. Par exemple, la solution qui consiste à planter des arbres pour compenser les émissions n'est pas une solution viable, le processus étant trop lent par rapport aux émissions émises.

### ***3.2. Point de vue des consommateurs***

Selon Lee et Koo (2020), dans les pays les plus développés, il existe une certaine contradiction car les personnes les plus engagées sont en réalité celles qui participent le plus aux émissions provoquées par les voyages aériens. Changer les comportements n'est pas une tâche facile mais pourrait être bien plus efficace que des régulations émises par les institutions, résultats qui s'opposent à ceux obtenus par Coppée (2020), qui affirme que les actions comme les compensations de carbone intégrées sont plus efficaces et mieux reçues.

Cette même étude de Lee et Koo (2020) démontre que, chez les jeunes qui se disent écotouristes, 78% d'entre eux ne sont pas prêts à arrêter de prendre l'avion et ont tendance à rationaliser leurs comportements. Selon l'étude de Dekhili et Achabou (2014), parmi tous les moyens de transport, les services aériens sont perçus par les consommateurs comme étant les moins cohérents par rapport aux voyages écotouristiques. Ils soulignent également la perception importante que les consommateurs ont par rapport à la mobilité qui, une fois sur place, se doit d'être douce.

Les résultats de l'étude de Lee et Koo (2020) soulignent que les écotouristes seraient prêts à dépenser plus dans une compensation carbone que les non-écotouristes, mais que pour les deux parties, les certifications gouvernementales sont indispensables afin de garantir l'affectation aux fins prévues des sommes récoltées. Le fait d'avoir déjà participé à une expérience écotouristique augmenterait également l'envie de compenser les émissions.

## PARTIE 2 – PARTIE EMPIRIQUE

### Chapitre 4. Méthodologie

#### 4.1. Intérêt de la recherche

Pour rappel, la question de recherche étudiée est la suivante : « *Quelle est la perception des consommateurs sur l'écotourisme et sa compatibilité avec les services aériens ?* ». Cette recherche a pour objectif de comprendre les différentes perceptions liées à l'écotourisme ainsi que sa compatibilité avec les voyages en avion. L'étude se concentre sur l'analyse des points de vue variés des consommateurs à ce sujet. Elle explore d'abord les diverses compréhensions de l'écotourisme, puis évalue comment les consommateurs perçoivent sa compatibilité avec l'utilisation de l'avion. L'enquête s'intéresse également à l'opinion des consommateurs sur les labels et les solutions potentielles qui pourraient aider à harmoniser les deux aspects d'un tel voyage. Enfin, elle aborde l'attitude des participants envers les compensations volontaires de carbone et leur rôle possible dans le domaine de l'écotourisme. L'étude vise dès lors à comprendre les perceptions des consommateurs face aux enjeux et aux opportunités que présente l'écotourisme dans le contexte des voyages aériens.

Cette étude s'appuie sur un échantillon diversifié de différents voyageurs qui se répartissent en deux tranches d'âge distinctes : 20-35 ans et 50-65 ans. Nous analyserons donc les résultats sous l'angle de deux groupes, respectivement les « *jeunes* » et les « *adultes plus âgés* »<sup>8</sup>. Cette division permet dès lors d'identifier d'éventuelles différences/similarités liées à l'âge. Les individus de moins de 20 ans ont été exclus, considérant qu'ils n'ont probablement pas encore eu l'opportunité de planifier leurs propres voyages de manière autonome, biaisant ainsi leur perception.

L'inclusion des jeunes, qui ont un niveau d'éducation supérieur est particulièrement pertinente, car selon certaines études, cette tranche d'âge serait plus encline à adopter des pratiques de voyage écoresponsables comparée aux générations plus âgées (Dekhili et Achabou, 2014). Il est important de noter que les participants ne se définissent pas nécessairement comme écotouristes. Cela s'explique par plusieurs facteurs. Tout d'abord, la complexité sémantique du terme « écotourisme » peut créer une confusion ou une méconnaissance. Ensuite, certains participants, bien qu'ayant pratiqué des formes de voyage s'apparentant à l'écotourisme, ne

---

<sup>8</sup> La formule « adultes plus âgés » est utilisée pour identifier les participants appartenant au groupe des 50-65 ans par opposition aux adultes du groupe des 20-35 ans qualifiés de « jeunes ».

s'identifient pas explicitement à cette catégorie. L'étude inclut délibérément des personnes n'ayant pas consciemment pratiqué l'écotourisme.

#### ***4.2. Design de recherche***

Cette étude sur la perception des consommateurs a privilégié un design de recherche qualitatif, particulièrement adapté à l'exploration des facteurs subjectifs qui influencent les comportements et les expériences vécues (Aubin-Auger et al., 2008 ; Vandercammen, 2018). Cette approche permet donc une compréhension approfondie des attitudes individuelles. Pour recueillir ces données, des entretiens qualitatifs semi-directifs ont été menés. La majorité des interviews s'est déroulée à distance via le logiciel Zoom, tandis que cinq participants ont été interrogés à domicile. Le choix d'entretiens individuels visait à offrir à chaque participant un espace propice à l'expression de ses opinions personnelles, sans la pression sociale (Pleyers, 2022). Cette méthodologie présente plusieurs avantages, notamment une plus grande flexibilité dans la collecte des données et une richesse accrue des résultats obtenus (Pleyers, 2022). Cette approche a ainsi permis de capturer une diversité de perspectives et d'expériences, enrichissant la qualité et la profondeur de l'étude.

#### ***4.3. Récolte de données***

##### ***4.3.1. Échantillon***

L'étude a été menée auprès de douze participants, un nombre jugé suffisant pour atteindre la saturation de l'information (Fusch & Ness, 2015). L'échantillon représente une quasi-égalité entre hommes et femmes, malgré que le sexe ne soit pas perçu comme un facteur pertinent dans cette recherche (Fiorello & Bo, 2015). Les participants ont été répartis en deux catégories d'âge : 20-35 ans et 50-65 ans, comme précédemment expliqué, ce qui permettra d'identifier de potentielles différences/similarités entre les groupes d'âge.

Le recrutement des participants s'est effectué par deux canaux principaux : d'une part, via des contacts personnels, et d'autre part, grâce au bouche-à-oreille initié par les participants précédemment interrogés. Tous les entretiens ont été conduits en français, la langue maternelle de tous les participants, tous étant de nationalité belge. Pour garantir l'anonymat des participants, nous les renommerons par codes, afin d'éviter toute mention de leurs noms dans l'étude. Un tableau des participants est repris en annexe (voir Annexe 6).

##### ***4.3.2. Guide d'entretien***

Pour mener les entretiens, un guide d'entretien, structuré en entonnoir, a été élaboré. Cette approche a permis d'aborder les sujets de manière progressive, en commençant par des

questions générales sur le tourisme et les habitudes de voyage des participants, pour ensuite se focaliser sur le cœur du sujet. Le guide d'entretien s'est d'abord concentré sur les expériences touristiques des participants et leurs perceptions de différents aspects du tourisme. Ensuite, les questions ont porté plus spécifiquement sur l'écotourisme. La troisième partie de l'entretien a exploré la compatibilité perçue entre l'écotourisme et l'aviation. Pour conclure, un cas pratique d'écotourisme au Costa Rica a été présenté aux participants, offrant ainsi un exemple concret et facilitant une meilleure mise en situation de l'écotourisme. La durée des entretiens a varié entre 34 et 62 minutes selon les participants, permettant ainsi une exploration approfondie des perceptions et expériences de chacun d'entre eux. Le guide utilisé lors de ces entretiens se trouve en annexe (voir Annexe 7).

#### **4.4. Méthode d'analyse**

Afin de procéder aux analyses, qui nous permettront de comprendre les perceptions des consommateurs, tous les entretiens ont été retranscrits de façon fidèle et intégrale, à partir du moment où les participants ont donné leur accord d'enregistrement (Demony, 2016).

Après la retranscription des entretiens, un tableau d'analyse a été élaboré pour synthétiser les réponses de chaque participant aux différents thèmes étudiés. Cette méthode a facilité une analyse thématique (analyse horizontale) des résultats. Il convient de noter qu'avant le début de la collecte des données, des verbatims attendus avaient été imaginés afin de pouvoir comparer les résultats attendus avec ceux effectivement obtenus. L'analyse horizontale a également permis d'extraire les verbatims pertinents pour chaque thème, permettant ainsi une analyse comparative entre les participants, (mais aussi par rapport aux verbatims initialement anticipés). Cette approche analytique s'inscrit dans le cadre de la « *grounded theory* », telle que décrite par Aubin-Auger et al. (2008). Pour optimiser le processus d'analyse, un système de codes couleurs a été mis en place, permettant de mettre en évidence les informations issues des entretiens pour chaque thème. Cette codification a facilité une identification plus claire et systématique des résultats, renforçant ainsi la clarté de l'analyse qualitative.

## Chapitre 5. Analyse et interprétations des résultats

### 5.1. Habitudes de voyage

Afin de comprendre les différents niveaux de perception de l'écotourisme et sa compatibilité avec les déplacements en avion, les participants ont d'abord répondu à une série de questions concernant leurs habitudes de voyage. Tous soulignent l'importance que les voyages revêtent à leurs yeux, excepté un (E.M.), qui, après réflexion, a avoué aimer, sans en ressentir le besoin « ... *J'aime bien, mais ce n'est pas un « goal » pour moi.* ». Afin de comprendre leurs habitudes, les participants ont expliqué en quoi consistait leur voyage type. Sur les douze interrogés, un seul (J.E.) a affirmé préférer des voyages dans un but de détente et de repos à la plage et au soleil « *On est plutôt dans le genre tourisme « glandouille », c'est pas des expériences de visite ou de grande découverte...* ». Neuf participants ont affirmé que leurs voyages étaient source de découvertes en tout genre : « *historiques* », « *randonnées* », « *aventures* », « *culturelles* », « *city-trip* » (P.I., A.N., E.M., A.M., P.A., S.Y., V.A., T.H. et D.I.). Finalement, deux participants n'ont pas exprimé un type de voyage préféré (« *all-in* », « *sac-à-dos* », « *city-trip* » (Y.O.) et « *famille à l'étranger* », « *rencontres* », « *volontariats* » (S.E.)).

Les répondants ont également exprimé leurs préférences en termes de transport. À ce stade, nous pouvons observer trois grands groupes de réponse. Tout d'abord, le groupe 1 (P.I., E.M., S.Y., V.A.) est composé de quatre personnes qui ont tous exprimé leurs préoccupations écologiques concernant l'avion. Cette préoccupation environnementale importante leur a d'ailleurs fait réduire drastiquement, voire supprimer leur recours à l'avion. Ils affirment chercher systématiquement des alternatives et les privilégient à l'avion (« *train* », « *voiture* ») : « *On voulait partir quelque part et on ne voulait pas prendre l'avion... Et on s'est rendu compte que Interrail n'était pas beaucoup plus cher* ». (E.M.) « *... on s'est dit qu'on allait prendre le train, pour toutes ces raisons écologiques, et puis on a vu que le Pass Interrail était trop bien...* » (P.I.). Ensuite, le groupe 2 est composé de trois personnes (S.E., A.M., T.H.), qui montrent des préoccupations écologiques importantes, mais qui continuent de voyager en avion, au moins une fois par an. Malgré qu'ils reconnaissent chercher des alternatives, les avantages économiques et de rapidité de l'avion font qu'ils continuent à recourir à ce mode de transport (« *J'essaie quand même de faire attention (...). C'était la première fois où je me suis dit « ok, je ne vais pas prendre l'avion pour des raisons écologiques » (...). C'était la première et la dernière fois, malheureusement* » (S.E.)). Conscients des enjeux, ils avouent essayer de réduire leur utilisation de l'avion, mais continuent de le prendre. Finalement, le groupe 3 (Y.O., A.N., J.E., P.A. et D.I.), composé de cinq personnes, sont des personnes qui affirment continuer à

prendre l'avion (« *On essaie toujours pour les vacances de prendre l'avion* ». (Y.O.). « (...) *l'année passée, à mon avis, j'ai bien pris au moins 20 avions, avec les vols internes. Et j'évite de compter...* » (A.N.)). À noter que, pour un de ces participant (P.A.), le nombre de ses trajets s'est réduit en raison de consensus familiaux (comportements), mais il concède que, sans cela, il continuerait à prendre l'avion (intention).

Les différentes perceptions et attitudes concernant l'avion ne sont donc pas homogènes entre les deux groupes d'âge étudiés. En effet, le groupe 1 est constitué de trois jeunes, mais un adulte (S.Y.) possède également les caractéristiques de ce groupe. Le groupe 2 est composé de deux jeunes mais aussi d'un adulte plus âgé. Finalement, le dernier groupe regroupe cinq adultes plus âgés, ce qui confirme les attentes, à savoir que les jeunes ont, en moyenne, tendance à être plus sensibles aux questions liées à l'écologie. En pratique, on observe donc que les consommateurs jeunes expriment plus de craintes environnementales lorsqu'il s'agit de prendre l'avion, ce qui n'empêche pas non plus que certains adultes plus âgés (S.Y. et A.M.) expriment également leurs inquiétudes et leur volonté d'adapter leur mode de consommation.

## 5.2. *Écotourisme*

Lors des entretiens, il a été demandé aux participants s'ils connaissaient les voyages « écotouristiques ». A priori, des éléments comme « *J'imagine ce que c'est* », « *J'ai déjà entendu* » allaient être mentionnés, mais un manque de connaissance précis était attendu, comme nous l'avons vu dans la littérature. Trois des participants, tous adultes plus âgés (P.A., A.M., A.N.), ont cependant affirmé connaître. Un d'entre eux (A.M.) a enchaîné en décrivant une expérience écotouristique passée, mais avoue ne pas avoir utilisé ce terme précis au moment d'organiser son voyage. Le deuxième (P.A.) a affirmé connaître mais ne pas s'y intéresser et un participant (A.N.) a exprimé connaître, tout en exprimant une réserve nuancée « *Oui, mais ça dépend de ce qu'on entend (...)* ». Six participants (Y.O., E.M., S.Y., T.H., P.I. et V.A.) ont, eux, affirmé avoir précédemment entendu parler de ce concept, mais sans avoir une idée précise de ce qu'il recouvrait (« *déjà entendu* », « *vague(ment)* », « *j'imagine* », « *je suppose* », « *de loin* », « *je pense* »). Finalement, trois participants (S.E., J.E. et D.I.) expriment clairement ne pas savoir de quoi il s'agit. Les différents entretiens révèlent que, bien qu'ayant une vague compréhension étymologique du terme « écotourisme », il n'existe chez la plupart des participants pas de conception claire et précise de ce que cela implique concrètement. Leurs connaissances se sont donc avérées limitées et souvent imprécises, ce qui était attendu a priori (Dekhili & Achabou, 2014). Les seuls qui ont affirmés connaître étaient des adultes plus âgés. Dès lors, une définition commune a été exposée à tous les participants. Malgré qu'une définition

leur ait été systématiquement donnée, l'analyse de leurs réponses révèle des divergences dans la compréhension du terme, particulièrement lorsqu'on leur a demandé leur perception générale et leur point de vue sur son accessibilité.

### 5.2.1. Perception générale

Afin de pouvoir comprendre leurs perceptions concernant la compatibilité entre l'écotourisme et les voyages en avion, il était nécessaire de comprendre la perception des participants quant à ce type de tourisme. Les participants à l'étude ont partagé des avis variés lorsque le concept d'écotourisme leur a été présenté, allant de positifs à négatifs, mais tout en nuance pour chacun d'entre eux, que ça soit de façon spontanée ou pas.

Un groupe de cinq participants (P.I., A.N., S.E., S.Y. et D.I.) a manifesté une perception positive de l'écotourisme, après explication du concept et présentation de l'écotourisme au Costa Rica. Les verbatims « *équilibre* » et « *synergie* » ont été mentionnés par deux participants (P.I. et A.N.) qui trouvent intéressante cette façon de voyager, tout en ayant un impact positif (« *Donc si tu peux à la fois profiter pendant tes vacances (...) et en même temps contribuer à son [nature] bon développement, je trouve ça trop chouette* » (P.I.)). Un autre participant (S.E.) rejoint leur propos, en associant le concept d'écotourisme à ses voyages de volontariat, tout en restant conscient que les objectifs de base diffèrent. Un autre participant (S.Y.) associe également ce type de voyage à un voyage passé au Costa Rica, et confirme qu'il s'agit d'une expérience positive. Le dernier participant (D.I.) affirme que c'est une très bonne idée, et exprime ses craintes par rapport au tourisme de masse. Qu'ils soient jeunes ou adultes plus âgés, on ne perçoit donc pas de grande différence entre les groupes d'âge, où les participants qui ont répondu positivement sont issus des deux groupes d'âges.

Trois autres participants (Y.O., A.M. et V.A.) ont également émis une perception positive, tout en nuancant leurs propos de façon immédiate et spontanée. Deux d'entre eux (Y.O. et A.M.) ont tout de suite évoqué des voyages précédemment vécus comme étant une forme d'écotourisme (« *sac-à-dos* » (Y.O.)). Cependant, lorsque ces deux participants ont développé leurs arguments, ils ont tout de même émis des nuances, l'un l'associant à un voyage « *bobo écolo* » (Y.O.) et l'autre évoquant une nécessité de gestion efficace, sans quoi cela ne serait pas possible (A.M.). Le troisième participant (V.A.) voit l'écotourisme comme une alternative positive au tourisme de masse, appréciant la proximité avec les locaux et l'authenticité accrue. Cependant, il soulève la question du manque d'accessibilité pour ceux qui disposent de moins de temps. Au fur et à mesure de l'entretien, il s'est avéré que, pour ce participant, la notion de

voyage écotouristique était systématiquement associée au voyage en train, sans jamais qu'il n'envisage de lui-même la possibilité de prendre l'avion lorsqu'il évoque sa perception de l'écotourisme. Cette idée s'est également retrouvée dans les propos de deux autres participants, un jeune (E.M.) et un adulte plus âgé (D.I.).<sup>9</sup>

Un seul participant (P.A.), adulte plus âgé, se démarque du lot, en exprimant un avis négatif tranché par rapport à ce mode de tourisme, qualifiant l'écotourisme de « *gros mot* » et doutant fortement de sa faisabilité réelle.

Finalement, les trois derniers participants ont exprimé des opinions neutres ou mitigées. Deux d'entre eux, jeunes (E.M. et T.H.) trouvent intéressant le principe d'offrir cette alternative, mais avouent avoir du mal à se projeter pour l'un (E.M.), alors que l'autre (T.H.) avoue rester mitigé quant à l'efficacité de ce type de tourisme, ce qui lui empêche d'avoir un avis tranché. Le dernier participant (J.E.) reste neutre, ayant du mal à se projeter.

Les différentes catégories d'âge ne justifient pas une certaine perception. Malgré qu'aucun jeune n'ait émis une opinion négative, deux d'entre eux en ont une perception plus mitigée (E.M. et T.H.). Deux jeunes ont l'impression d'avoir déjà participé à une forme de tourisme qui se rapproche de l'écotourisme (Y.O. et S.E.). Chez les adultes plus âgés, trois d'entre eux, toutes des femmes (S.Y., A.N. et A.M.) ont toutes les trois exprimé le sentiment d'avoir déjà participé à ce type de voyage, ou du moins à une forme de voyage qui s'en rapproche.

### 5.2.2. *Accessibilité perçue*

L'avis des participants concernant le niveau d'accessibilité de l'écotourisme leur a ensuite été demandé. A priori, les facteurs « *coûts* », « *envie* », « *temps* » et « *capacité physique* » allaient être des thèmes qui allaient ressortir en grande partie. Les facteurs « *temps* » et « *envie* » étaient perçus comme freins, tandis que le facteur « *coûts* » serait perçu comme un avantage (Dekhili & Achabou, 2014).

#### « *Coûts* »

Un seul des participants soutient fermement que l'écotourisme est une forme de voyage accessible à tous : « *Oui, oui, oui. J'ai même l'impression que c'est plus accessible maintenant. (T.H.)* ». Cependant, il est intéressant de noter que, dans sa justification, il mentionne uniquement l'aspect économique, sans mentionner d'autres aspects. Un autre participant (P.I.) a également mentionné le fait que cela est plus accessible, mais l'exprime en mentionnant les

---

<sup>9</sup> Voir partie « *Écotourisme et aviation* » pour plus de détails.

volontariats. Son avis n'est donc pas clairement spécifique à l'écotourisme. Cinq autres participants (J.E., P.A., S.Y., V.A. et D.I.) ont mentionné les coûts comme étant une limite à l'accessibilité : « (...) *je ne suis pas certaine que ce type de tourisme convienne à tout le monde, et surtout, je pense qu'il y a quand même beaucoup de gens qui n'ont absolument pas les moyens de se payer ce type de voyage...* » (S.Y.). « *Déjà, ce n'est pas accessible à tout le monde, parce que, qui dit plus petite structure, dit plus cher à l'entretien (...) je pense que consommer local à l'heure actuelle est peut-être même plus cher que d'aller chercher la matière dans les supermarchés (...)* » (V.A.). « *Le problème, c'est le coût. C'est toujours le même problème.[en mentionnant le fait de prendre le train].* » (D.I.). On voit donc ici des avis contradictoires en termes d'accessibilité financière, ce qui reflète dès lors une vision opposée de cet aspect de l'écotourisme. Sur les douze participants, six personnes l'ont évoqué, parmi lesquels un seul, jeune, envisage l'aspect « coût » lié à l'écotourisme comme un avantage.

#### « **Envie** »

Quatre participants (A.N., J.E., A.M. et S.Y.) ont souligné le facteur « envie » comme frein à l'accessibilité. Selon eux, pour des raisons de préférences personnelles, tout le monde ne souhaite pas se tourner vers l'écotourisme. A.N. définit l'envie, plutôt comme le manque « *d'esprit d'aventure* » de certains, pour qui l'écotourisme ne sera donc pas accessible. Cet aspect n'ayant été mentionné que par des adultes plus âgés, il est pertinent de se demander si, effectivement, les jeunes ne seraient pas plus enclins à apprécier ce genre de voyage, comme nous l'avons vu dans la littérature (Dekhili et Achabou, 2014).

#### « **Temps** »

Deux jeunes répondants ont mentionné les limites liées au temps disponible (E.M. et V.A.). Selon V.A., ce type de voyage n'est absolument pas accessible à tout le monde, étant donné qu'il considère les voyages écotouristiques comme des voyages qui se font en train, ce qui selon lui, décourage les travailleurs à se diriger vers ce genre d'alternatives : « *Et puis en termes de temps pour les travailleurs, je trouve que l'écotourisme demande plus de temps, dans le sens où il y a le trajet, qui n'est pas négligeable, et donc pour les travailleurs, je trouve que c'est un gros frein (...)* ». L'autre participant (E.M.) relève également une limite de temps, « *Oui c'est plutôt en termes de temps que je pense que c'est pas accessible à tout le monde.* », semblant assimiler, comme V.A., les voyages écotouristiques avec le train.

#### « **Manque d'information** »

Toujours concernant l'accessibilité, on aurait pu s'attendre, à priori, à ce que de nombreux participants ne soient pas assez informés par rapport aux offres écotouristiques (El Archi & Benbba, 2022). Quatre de nos participants (Y.O., V.A., A.N. et J.E.), dont deux jeunes (Y.O. et

V.A.) ont souligné le manque d'informations disponibles. Selon l'un d'entre eux (Y.O.), l'écotourisme est accessible à tous, mais « (...) *je pense parfois qu'il faut trouver des aides (...)* » (Y.O.). Selon lui, tout le monde peut faire de l'écotourisme, mais il y a cependant un frein en termes de relai de l'information. Selon J.E. et V.A., tout le monde ne peut pas faire de l'écotourisme en raison d'un manque d'informations. (« (...) *ce n'est pas encore l'écotourisme qui ressort en premier lieu, mais je pense qu'il faut chercher, quoi.* » (V.A.)). Un autre participant, A.N., pense également que ce n'est pas accessible à tous et qu'un meilleur cadrage ouvrirait plus facilement la voie à un plus grand nombre. Un cinquième participant (S.E.), jeune, affirme qu'un label écotouristique reconnu contribuerait à faire connaître cette forme de tourisme, qu'il considère accessible à tous, tout en exprimant le problème du manque de reconnaissance. Comme nous pouvons l'observer, il n'y a pas un groupe d'âge plus enclins à trouver le manque d'information comme étant un problème d'accessibilité lié à cette forme de tourisme. On constate dès lors qu'environ la moitié de nos participants ont indiqué qu'une information plus claire pourrait permettre à davantage de personnes de s'y intéresser, ce qui laisse supposer que certains pourraient s'y intéresser s'ils disposaient de plus d'informations.

#### **« Capacité physique »**

Un seul participant (A.N.) a relevé la question de l'accessibilité physique. Selon lui, l'écotourisme n'est pas accessible à tous, notamment pour les personnes âgées et à mobilité réduite. A priori, on aurait pu s'attendre à ce que ce facteur soit plus souvent cité par les participants, principalement les adultes plus âgés, comme un frein à l'écotourisme, ce qui n'a pas été le cas. Cela nous indique que, intuitivement, l'écotourisme n'est pas un tourisme restreint aux personnes ayant une bonne condition physique.

À travers ces différentes analyses, on comprend que toutes les perceptions varient fortement et qu'il n'existe pas une idée précise associée à l'écotourisme. Si certains participants ont montré un intérêt potentiel pour ce type de voyage, les limites associées à la connaissance, au prix et au temps sont, à leurs yeux, des freins à son développement. Il est intéressant de retenir que, d'emblée, trois participants (E.M., V.A. et D.I.) ont associé cette forme de tourisme avec des voyages utilisant des modes de transport plus lents.

#### 5.2.3. *Craintes liées à l'écotourisme*

Malgré les perceptions divergentes, cinq ont exprimé des craintes par eux-mêmes lors des discussions (E.M., P.A., S.Y., V.A. et T.H.). (« *Comme ça, à chaud, je dirais que c'est bien, si c'est bien exécuté et que ce n'est pas juste une pancarte pour attirer des gens* » (E.M.)). Pour

ceux ne les ayant pas exprimées par eux-mêmes, la question leur a été posée (P.I., Y.O., A.N., J.E., S.E., A.M. et D.I.).

A priori, le sujet « *greenwashing* » allait être une inquiétude mentionnée par les participants (Schéou, 2006). Parmi les participants, quatre d'entre eux (E.M., A.M., V.A. et Y.O.) ont évoqué ce concept. (« *Si ce n'est pas une pancarte* » (E.M.). « *Ecolodges qui se disent écotouristes* » (A.M.) « *le problème c'est un peu le greenwashing* » (V.A.) « (...) *parce que c'est un peu de la publicité mensongère.* » (Y.O.)). Un cinquième participant (J.E.) a exprimé ses craintes quant à de potentielles « *arnaques* » ce qui pourrait également être considéré comme une forme de *greenwashing*.

Un participant (S.Y.) a partagé une expérience positive d'écotourisme, tout en exprimant une certaine prudence quant à l'authenticité des pratiques. Il évoque son voyage au Costa Rica et la visite d'un village indigène, promotionné par une guide pour ses retombées économiques positives sur la population locale, a admis : « ... *et voilà, peut-être qu'elle nous a menti...* ». Malgré cette réserve, il conserve une perception globalement positive de son expérience. Malgré qu'il ait émis ces légères réserves, ce participant a donc perçu ces actions positivement, ce qui ne peut dès lors pas être réellement considéré comme du « *greenwashing* ».

Certaines des craintes exprimées concernant l'écotourisme ont été soulevées après que la question des droits d'entrée dans les parcs naturels ait été exposée aux participants. P.I. a partagé ses doutes initiaux, s'interrogeant sur la légitimité de payer pour accéder à des espaces qu'il perçoit comme « *n'appartenant à personne* ». Néanmoins, il s'est montré réceptif à l'idée si les objectifs poursuivis étaient clairement expliqués. P.A. a également admis avoir eu des inquiétudes similaires par le passé, bien que sa position ait évolué depuis. En contraste, les autres participants n'ont pas montré un retour craintif par rapport à cette initiative de contribution économique : « *transparence* », « *normal* », « *pas de doute* » sont des thèmes qui sont revenus chez les autres participants. On comprend donc que, contribuer financièrement à la visite et à la préservation des espaces verts ne constitue pas un frein pour les participants, quel que soit leur âge, mais la transparence dans l'information sur la destination de l'argent est indispensable.

Une autre crainte qui allait a priori être mentionnée chez les participants est la « *mauvaise gestion* » des offres écotouristiques (Das & Chatterjee, 2015). Celle-ci s'est manifestée chez certains d'entre eux, sous l'appellation du « *cadrage* » qui a été évoqué par deux participants (A.M. et A.N.) « *Voilà, si c'est cadré et que ça reste dans la limite acceptable que peut absorber*

*le pays, pourquoi pas ? (...) Parce que si c'est pour prendre les biens primaires à la population pour que les touristes soient bien perçus, j'ai un peu des doutes.* » (A.M.). L'autre participant (A.N.), de son côté, évoque qu'un meilleur cadrage permettrait d'attirer plus de touristes. Quant aux deux derniers participants (S.E. et D.I.), ceux-ci n'ont pas évoqué de craintes à propos des offres écotouristiques.

On peut déduire de ces différentes réponses que l'écotourisme suscite encore pas mal de craintes. On peut se demander si le manque d'informations et le manque d'explications ou de clarté ne sont pas des raisons pour lesquelles les participants restent critiques et craintifs par rapport à l'écotourisme.

#### 5.2.4. *Label écotouristique et certifications*

Suite aux différentes limites identifiées dans la littérature et à celles exposées par les participants, qui se sont pour certains d'entre eux montrés craintifs et ont souligné l'insuffisance de la communication et le manque de transparence (e.g. « *greenwashing* »), il était intéressant de récolter leurs points de vue concernant l'utilisation de labels écotouristiques.

Alors que trois participants (Y.O., J.E. et V.A.) ont spontanément évoqué les labels comme potentielle initiative pour promouvoir l'écotourisme, nous avons ensuite approfondi leur point de vue sur cet aspect et également étendu la question aux autres participants, qui ne l'avaient pas mentionné par eux-mêmes. L'objectif était d'évaluer si les labels pouvaient effectivement rassurer les voyageurs et permettre une ouverture, positive ou pas, vers les voyages écotouristiques.

Chez les trois participants qui ont mentionné d'eux-mêmes les labels, deux d'entre eux les ont identifiés comme une façon efficace d'aider les consommateurs à se diriger vers une alternative durable : « *On pourrait imaginer qu'il y ait vraiment des labels, comme il y a les épis dans les champs Bretons. Donc, oui on pourrait imaginer que les hôtels sont aussi placés avec un label d'éco-responsabilité. Ça pourrait être quelque chose qui me paraît intelligent à faire.* » (J.E.). À l'opposé, le troisième participant (V.A.) a manifesté un scepticisme marqué, associant ces labels à des pratiques de greenwashing, basées sur son expérience personnelle (« *Je ne sais pas s'il existe des labels. Le problème, c'est que, je trouve que les labels ce n'est pas toujours le top non plus* » (V.A.)). Lorsque la discussion s'est approfondie sur les labels spécifiques à l'écotourisme, les opinions ont évolué et se sont diversifiées. L'unique participant (V.A.) qui avait émis un avis négatif, a dit que « *cela pourrait favoriser l'écotourisme* », tout en gardant

une crainte « *je ne sais pas si je pourrais m'y fier* ». Les deux autres ont par la suite exprimé le fait qu'il faut toujours se méfier et rester critique par rapport aux labels écotouristiques.

En ce qui concerne les autres participants, trois d'entre eux (S.Y., T.H. et D.I.) ont émis un avis positif sur les labels écotouristiques, exprimant le fait que cela augmente le degré de confiance (« *On se sentait plus en confiance vis-à-vis de ça, quoi (...)* » (T.H.)<sup>10</sup> et « *Oui. Et encourager les personnes qui se lancent là-dedans.* » (D.I.)).

Un groupe de trois participants, tous jeunes (P.I., E.M. et S.E.), a adopté une position mitigée. Ils reconnaissent l'intérêt des labels mais soulignent l'importance de leur provenance et la nécessité d'une vérification personnelle (« *bah je me renseignerais avant, vraiment en amont pour savoir si c'est vraiment fiable* » (P.I.)). S.E., lui, a exprimé une certaine réserve par rapport à ces labels, bien que ceux-ci sont établis « *sur base de certains critères* ». Cette prudence est partagée par un quatrième participant, adulte plus âgé (P.A.) ayant une expérience professionnelle dans le domaine, qui, tout en reconnaissant l'utilité des labels, maintient une attitude critique.

Deux autres participants (A.N. et A.M.) ont, comme V.A., avoué être craintifs par rapport aux labels, estimant qu'ils ne constituent pas toujours un « *gage de vérité* » : « *(...) le routard n'est pas actualisé* » (A.M.) et « *On peut leur faire dire n'importe quoi* » (A.N.). Cette dernière participante reconnaît toutefois toujours choisir des endroits « balisés » lors de ses voyages.

Pour la majorité des participants (P.A., S.E., V.A., P.I., A.M., E.M. et Y.O.), il reste essentiel de se renseigner sur la nature des labels. A.N. a indiqué qu'elle ne le fait pas faute de « *temps* », tandis que T.H. a expliqué qu'il ne le fait pas nécessairement : « *Ça me donnerait juste envie de me renseigner (...)* *J'aurais pas envie de faire une chasse aux sorcières, de me dire « Ah, mais il y a d'office quelque chose qui cloche derrière. » Non, c'est pas du tout ça.* » (T.H.). Pour un participant (D.I.) les labels gouvernementaux seraient une bonne solution, sans donner plus de détails. Pour trois participants (P.I., S.Y. et J.E.), un label gouvernemental susciterait d'avantage la confiance, émanant d'institutions plus importantes et donc potentiellement plus fiables. (« *Oui, surtout si c'est un label officiel du gouvernement (...)* *je pense que ça peut aider.* » (S.Y.) et « *(...) je pense que je serais plus en confiance s'il y avait vraiment un organisme dédié officiel (...)* » (P.I.)). Deux autres participants (E.M. et V.A.) vont dans leur sens, mais confessent qu'il faut toujours se renseigner derrière. S.E. trouve l'idée d'un label

---

<sup>10</sup> Ce participant, dans sa justification, mentionnait ici la certification des agences écotouristiques elles-mêmes.

gouvernemental comme celui du Costa Rica très intéressante, mais souligne l'insuffisance de la communication et le juste équilibre à trouver afin d'éviter que cela ne devienne de la propagande. Quatre participants (T.H., Y.O., P.A. et V.A.), bien qu'attirés par l'idée, expriment des doutes sur l'indépendance et les motivations derrière ces labels (« *Un peu plus mais bon (...) enfin dans les pouvoirs organisateurs de ces labels, (...) (V.A.)*). Le dernier participant (A.N) exprime sa méfiance vis-à-vis des labels internationaux.

Cette étude révèle que les labels ne semblent pas être, aux yeux des participants, une solution efficace pour garantir la transparence écotouristique. Une grande partie des participants ne perçoit donc pas ces labels comme une garantie de vérité, mais expriment un besoin important de renseignement préalable envers ces labels. Dès lors, des labels ou certifications émis par les gouvernements, ou des labels largement reconnus, pourraient inspirer davantage confiance à une grande partie des participants. Néanmoins, certains soulignent que la fiabilité de ces labels dépendent du pays d'origine et de ses politiques gouvernementales, suggérant que tous les labels officiels ne seraient pas nécessairement dignes de confiance.

### 5.3. *Écotourisme et aviation*

#### 5.3.1. *Compatibilité*

Pour explorer notre question de recherche, nous avons interrogé les participants sur leur perception de la compatibilité de l'écotourisme avec l'utilisation de l'avion comme moyen de transport. Les résultats sont repris en annexe, sous forme de tableau pour plus de clarté (voir Annexe 8). Ceux-ci mettent en évidence des réponses divergentes, avec plus de la moitié des participants (E.M., T.H., V.A., S.Y., P.A., J.E. et D.I.) qui réfutent l'idée de compatibilité, tandis que les autres estiment que l'écotourisme et le fait de prendre l'avion sont deux notions qui vont ensemble (A.M., P.I., S.E., Y.O. et A.N.). À travers les analyses, certains thèmes sont revenus dans les justifications de réponses, qu'elles soient positives ou négatives : la « *durée* », le « *projet* » et la « *balance* » ont été mentionnées de façon récurrente par les participants.

#### « *Durée* »

Deux participants ayant infirmé la compatibilité entre l'écotourisme et le recours à l'avion (E.M. et T.H.), ont tout de même émis des réserves, en expliquant que, cela pourrait être justifiable si le voyage est de plus longue durée (un an pour E.M. et huit mois pour T.H.). Cette même justification est revenue chez un autre participant (A.M.), mais avec une variation par rapport aux deux premiers. A.M. commence par affirmer que, selon elle, les deux sont compatibles, mais émet une condition : si le voyage est long (deux à trois semaines). On

comprend donc ici, que l'idée se rejoint mais que les façons de l'exprimer varient. Tous les trois ont exprimé une forte préoccupation écologique, la différence est que E.M. et T.H. sont plus jeunes, alors que A.M. est un adulte plus âgé. Ceci pourrait alors expliquer leurs visions différentes de ce qu'est un voyage « long ». Notons, que les deux participants jeunes ont donc confirmé que la compatibilité entre l'avion et un projet écotouristique n'est envisageable que si la durée de celui-ci est très conséquente.

#### « *Balance* »

Parmi les douze participants, quatre d'entre eux (V.A., S.E., P.I. et Y.O.), tous faisant partie du groupe des jeunes, ont justifié leurs propos en exprimant une « *balance* » entre le projet écotouristique et les services aériens. Parmi ces quatre participants, un seul (V.A.) a clairement exprimé que la balance ne pouvait pas être faite entre ces deux notions, les impacts positifs de l'écotourisme ne pouvant pas surpasser les impacts négatifs liés aux transports aériens. Quant aux arguments développés par les trois autres participants, ceux-ci s'opposent à celui de V.A. En effet, Y.O. affirme que, de sa perception, les efforts sur place vont contrebalancer les externalités négatives liées à l'avion. P.I. affirme que cela est compatible si l'effort sur place est supérieur aux émissions (mais n'exprime pas la difficulté à calculer l'impact négatif du trajet en avion). Finalement S.E., affirme que, selon lui, une balance se crée entre le fait de prendre l'avion et le bien-être personnel que cela lui procure. Il exprime en outre que cela apporte « *un effet de réseau* » dans sa vie quotidienne et l'incite à mettre en place de nouvelles habitudes au quotidien. À noter que ce participant a mentionné d'emblée qu'il avait déjà été confronté à ce dilemme à l'occasion d'un volontariat à l'étranger pour lequel il s'était questionné sur le sens de mêler « écotourisme » et « transport aérien ». Il exprime le sentiment d'avoir été « éduqué » par cette expérience de volontariat, ce qui est par ailleurs une des caractéristiques évoquées par certains experts de l'écotourisme. Il précise cependant qu'il est conscient qu'un volontariat n'est pas de l'écotourisme et perçoit les différences entre les deux notions, mais estime qu'en termes d'implication, celles-ci se rejoignent.

#### « *Projet* »

Bien qu'ayant initialement rejeté la compatibilité entre l'écotourisme et le transport aérien, un participant (E.M.) a apporté deux nuances importantes à sa position. Outre la durée du voyage, ce participant a souligné que la nature du projet lui-même pouvait influencer le degré de compatibilité. Ainsi, il suggère, malgré son opinion générale, que certains projets spécifiques pourraient potentiellement justifier l'usage de l'avion dans un contexte d'écotourisme. Trois participants (P.I., S.E. et A.M) qui estiment qu'écotourisme et transport aérien sont

compatibles, ont basé leur argumentation en partie sur la nature du projet. Bien que cela puisse sembler contradictoire, P.I. affirme qu'il faut pouvoir faire des compromis, si le projet est « *honnête, fiable et vraiment responsable.* ». S.E. va dans son sens en affirmant que si le projet est important au niveau personnel, les deux peuvent alors être compatibles. Finalement, A.M. a exprimé l'idée que les deux notions pouvaient être compatibles si le voyage est « lent », en ajoutant que c'est un type de voyage qui sous-entend qu'on ne le fera qu'une fois dans sa vie. Il semble utile de souligner les manières différentes d'aborder cette question. Alors que E.M. exprime un « non », tout en nuancant ses propos, les autres ont d'abord affirmé la compatibilité tout en l'assortissant de conditions portant sur le caractère responsable du projet.

### **Autres**

Les cinq derniers participants (S.Y., P.A., J.E., A.N. et D.I.) n'ont pas développé leurs arguments de la sorte. Quatre d'entre eux ont infirmé la compatibilité (S.Y., P.A., J.E. et D.I.), et A.N. a commencé par l'infirmier « *Actuellement, c'est peut-être pas très compatible* » mais a changé de discours rapidement « *Enfin, oui c'est compatible* ». Deux de ces quatre participants (J.E. et P.A.) sont catégoriques sur le caractère incompatible des deux notions, là où un autre (S.Y.) partage cet avis, mais estime que, si l'avion est incontournable, il faut alors faire d'autant plus attention une fois sur place. Ce dernier a d'ailleurs évoqué la culpabilité ressentie lors de son dernier voyage en avion, culpabilité que ce participant a tenté d'atténuer en essayant, au quotidien, de réduire son impact environnemental. De façon similaire, le participant (A.N.) avoue compenser ses vols en intensifiant ses efforts écologiques à domicile, refusant d'aggraver son impact carbone (« *Je trie mes déchets à la maison parce que je me dis que même si je dépasse mon quota de CO<sub>2</sub>, je ne vais pas en rajouter une couche, quoi voilà.* »). Cette façon d'envisager les choses s'oppose à celle de E.M., qui affirme que ce n'est pas parce qu'il prend l'avion qu'il doit faire plus attention, car ce sont des comportements qu'il faut adopter dans tous les cas. Finalement, le dernier participant (D.I.) admet également cette incompatibilité entre ces deux notions, évoquant, tout comme V.A., un problème dans le système actuel, mais avoue être optimiste quant aux technologies futures, qui vont à long terme permettre une amélioration (« *Je pense qu'il y a des techniques, (...) ou avoir des conductibles qui polluent moins (...) Pousser un peu plus la recherche dans ce domaine-là* »).

Tout au long de ces analyses, il est évident que cette relation entre l'écotourisme et le transport aérien révèle un débat persistant, les points de vue divergeants et les justifications également. Certains participants sont favorables à cette compatibilité, notamment en raison des avantages actuels de l'avion et de la difficulté à s'en passer, tandis que d'autres y voient une incohérence

fondamentale, associant l'écotourisme aux modes de transport doux. Contrairement à ce qu'on pouvait attendre a priori, l'âge des participants ne semble pas être un facteur déterminant dans ces perceptions. Les jeunes, qu'on aurait pu supposer plus réticents à cette association, expriment des avis partagés, invoquant les thèmes « *durée* », « *projet* » et « *balance* » comme étant des arguments, dans les deux cas. Du côté des adultes plus âgés, auprès de qui, on s'attendait à récolter des avis plus favorables, on relève également une variété d'opinions, avec une tendance plus importante à ne pas être favorable à cette relation.

L'attitude personnelle envers l'utilisation de l'avion semble avoir une influence plus marquée sur les perceptions. Les participants qui renoncent à l'avion pour des raisons écologiques jugent majoritairement ces notions incompatibles, à une exception près évoquant la nécessité de compromis. Ceux qui réduisent leur usage de l'avion sans y renoncer totalement sont, eux, généralement favorables à la compatibilité, avec une seule exception également. Enfin, les utilisateurs réguliers de l'avion présentent eux des opinions plus nuancées.

### 5.3.2. *Programme de compensation volontaire de carbone : perception*

Afin d'améliorer la compatibilité de l'écotourisme avec les voyages en avion, la compensation volontaire de carbone comme outil visant à contrebalancer les effets négatifs de l'avion a été présentée aux participants. Les résultats sont repris sous forme de tableau en annexe (voir Annexes 9).

Un seul participant (J.E.) a évoqué de façon spontanée la compensation volontaire de carbone. Tous les autres participants ont donné leur avis par rapport à cette compensation uniquement après avoir été interrogés. Il s'est avéré que six participants ne connaissaient pas ces programmes (P.I., E.M., A.M., P.A., V.A. et D.I.), alors que cinq autres, en plus de J.E., le connaissaient (Y.O., A.N., S.E., S.Y. et T.H.), aucun n'ayant déjà participé volontairement.

Tous les participants ont reconnu ne jamais avoir versé de compensation carbone, ce qui était attendu comme résultat, au vu de la littérature et des chiffres en la matière. A priori, les raisons attendues étaient la « *traçabilité des fonds* », le « *coût* » et le « *greenwashing* ». Mis à part deux participants (P.I. et D.I.), pour qui cela semblait être une bonne initiative (« *En vrai ça peut être une bonne idée, et surtout pour des projets éco-responsables, comme on disait.* » (P.I.) et « *Oui, peut-être qu'à court terme, ça peut être intéressant, en termes de compensation, mais je pense que l'idéal, à la source, l'idéal, c'est qu'il y ait moins de pollution.* » (D.I.)), tous les autres participants ont manifesté leur scepticisme par rapport à ce type de programme. À noter qu'un participant (S.E.) a commencé par qualifier le programme de compensation carbone de « *bonne*

*initiative* », pour ensuite nuancer son appréciation initiale au fur et à mesure de la discussion. À l'opposé, un participant (P.A.) a indiqué ne pas être intéressé, tout en concevant que d'autres puissent l'être (« *Je pense que ça pourrait intéresser les gens.* »).

#### « **Traçabilité des fonds** »

Nombreuses ont été les différentes raisons évoquées par les participants pour expliquer leurs doutes. Comme attendu a priori, la « *destination/traçabilité des fonds* » est l'argument qui a le plus souvent été invoqué. Pour huit participants (Y.O., A.N., J.E., A.M., P.A., V.A., S.Y. et D.I.), il s'agit d'ailleurs de l'aspect problématique majeur de ce genre de programme. « *C'est vrai que quant à savoir ce qu'ils font de l'argent, de la compensation carbone, on n'en sait franchement rien* » (J.E.). « *On ne sait pas trop ce qu'ils en font avec.* » (Y.O.). « *Si je ne l'ai pas fait, c'est probablement parce que j'ai des doutes sur le fait que l'argent que je donnerais soit vraiment affecté à quelque chose de positif.* » (S.Y.).

#### « **Frais de structure** »

Deux autres participants, A.N. et J.E. ajoutent que les « *frais de structure* » sont également un frein dans ce genre de programme (... « *et si c'est comme les démarchages dans la rue pour aider les populations lointaines, où sur 10€ mensuels qui sont donnés, il y a finalement 1€ qui arrive au bout de la chaîne.* » (A.N.)).

#### « **Greenwashing** »

L'aspect « *greenwashing* » a été évoqué par deux participants (P.A. et V.A.), qui ont détaillé leur propos en mentionnant que « *Et je pense aussi que si elles font ça, c'est encore une fois, pour se donner une bonne figure. (...) ça ne coutait rien aux entreprises de le faire.* » (P.A.) alors que V.A. a plutôt associé ça à de l'« *hypocrisie* ». Les propos d'un troisième participant, T.H., peuvent être repris dans la catégorie « *greenwashing* » et sont les suivants : « *Mais la perception que j'en ai, c'est que c'est un peu du « bullshit » (...) Et si ça a un impact super positif... En fait, j'ai l'impression que si ça avait un impact super positif, on en entendrait plus parler.* ».

#### « **Coûts** »

Au niveau des coûts, deux participants (P.I. et S.E.) ont mentionné ceux-ci comme étant une limite personnelle : « *Je privilégie le budget* » (S.E.). L'autre participant (P.I.) a avoué également que cela reste une limite étant donné le budget qui est déjà important lorsqu'il s'agit de voyager.

**« Rôle des compagnies »**

Trois participants (Y.O., V.A. et D.I.) ont manifesté leur désaccord par rapport au principe même de la compensation volontaire de carbone dans le chef des voyageurs estimant que les efforts devaient être réalisés par les compagnies aériennes, pas par leurs clients. « *Je trouve que ce n'est pas forcément aux consommateurs... Enfin, je trouve qu'il y a quelque chose qui ne va pas dans la manière de faire* » (V.A.). Pour un autre participant, T.H., cette pratique permet uniquement aux entreprises de se déculpabiliser, propos soutenus également par un autre participant (D.I.). Ce dernier a en outre affirmé une forte conviction envers les technologies futures, qui apporteront, selon lui, des solutions à long terme efficaces.

**« Solution contre-productive »**

Deux participants (S.Y. et S.E.) ont exprimé leurs craintes concernant cette méthode, expliquant qu'elle pourrait s'avérer contre-productive. En donnant la possibilité aux voyageurs de se dédouaner à bon compte, la compensation carbone pourrait conduire à la suppression d'un éventuel frein au recours à l'avion. « *S'il y a ce système où on paye une somme (pour compenser), peut-être que je me dirais : 'oh, pas de soucis, t'inquiète, prends l'avion, de toute façon, tu payes'* et ce serait un peu la solution de facilité ». (S.Y.). « *Est-ce que ce n'est pas un peu contre-intuitif d'avoir justement cette compensation carbone et de se dire 'Ok, ça m'autorise, ça compense le fait que je pollue ?'* (...) » (S.E.). Un autre participant, T.H., va un pas plus loin en exprimant ses craintes que cela ne fasse qu'aider les plus riches à se déculpabiliser.

**« Manque de sens »**

Finalement, deux participants (A.N. et E.M.) relèvent un manque de sens en utilisant des formules telles que « *je ne sais pas si payer une compensation a vraiment du sens pour moi.* » (A.N.) « *...je ne comprends pas quel est l'impact de faire ça.* » (E.M.). Un des deux participants (E.M.) ajoute même que le paiement d'une compensation carbone n'enlève en rien le fait d'avoir pris l'avion, ce qui a également été soutenu par un autre participant jeune (P.I.).

**« Obligation »**

Dans cette même optique, quatre personnes (P.I., J.E., S.Y. et V.A.) ont exprimé le fait que la compensation carbone devrait être obligatoire, pour sensibiliser (P.I.) ou pour réduire les inégalités (S.Y. et V.A.) (désaccord avec T.H.). Bien qu'il estime que cela devrait être rendu obligatoire, J.E. admet que, dans cette hypothèse, il ne serait pas ravi au moment de payer ses futurs voyages « *Si c'est dans une loi bien expliquée, (...), alors là, je pourrais voter pour la personne qui le propose.* » (J.E.). Un cinquième participant, A.M., ne s'exprime pas en termes

d'« obligation », mais indique qu'il serait prêt à payer un prix plus élevé qui englobe le coût des impacts environnementaux de l'avion (« *En tout cas, ça ne me gênerait pas de payer le prix réel pour l'avion (...) si je dois être pénalisée, ou en tout cas participer à l'effort, ça me gêne moins* »).

Comme nous l'avons vu à travers les différentes analyses, pour la grande majorité des participants, la compensation carbone n'est pas perçue comme un programme intéressant pour de nombreuses raisons dont la principale est le manque de traçabilité des fonds récoltés. Certains participants, principalement des adultes plus âgés, ont tout de même admis que, payer davantage n'était pas un problème pour eux et qu'il faudrait d'ailleurs le systématiser. Cependant, le problème pour beaucoup est la façon dont ces programmes sont proposés, qui n'est a priori pas la bonne.

### 5.3.3. *Comportements écotouristiques et compensation carbone volontaire*

Nous avons ensuite interrogé les participants sur leur perception de la propension des écotouristes à participer à des programmes de compensation carbone et une grande variété de réponses ont été récoltées. Comme certains auteurs le mentionnent, il était attendu que les écotouristes soient perçus comme plus enclins à participer à ce genre de programme (Lee & Koo, 2020). In fine, quatre participants (P.I., P.A., J.E. et D.I.) identifient les écotouristes comme plus réceptifs à ces programmes. À souligner qu'un de ces participant, J.E., a lui-même évoqué le recours à la compensation volontaire de carbone par les écotouristes. En revanche, six participants (Y.O., E.M., A.N., S.Y., V.A. et A.M.) ont exprimé un avis négatif, S.Y. précisant que les craintes suscitées par ces programmes seraient également partagées par les écotouristes. Les trois derniers participants ont adopté une position plus mitigée. L'un d'entre eux (S.E.) s'est montré ouvert à l'idée sans pour autant exprimer une conviction forte et un participant n'a pas répondu de façon claire à la question (T.H.).

Alors qu'a priori, nous nous attendions à ce que les écotouristes soient perçus comme plus enclins à payer cette compensation dans une logique d'alignement sur leurs valeurs « écoresponsables » (Lee & Koo, 2020), cela ne ressort pas clairement des entretiens réalisés puisqu'un tiers seulement des participants ont identifié les écotouristes comme plus enclins à verser une compensation volontaire de carbone. Les participants ayant émis cet avis sont tous des hommes et trois des quatre sont des adultes plus âgés.

## **PARTIE 3 – CONCLUSION DE LA RECHERCHE**

### **Chapitre 6. Discussion générale et comparaison avec la revue**

Cette section va reprendre les différents résultats obtenus en vue de comprendre les conclusions qui peuvent être tirées des entretiens réalisés dans le cadre de cette étude. Nous mettrons également en lien les réponses obtenues avec les apports de la littérature sur le sujet.

Les résultats de notre étude confirment les conclusions de la littérature existante sur la perception de l'écotourisme par les consommateurs en attestant la diversité des interprétations de ce concept, notamment en raison de sa complexité sémantique et de la multiplicité de ses définitions (Donohoe & Needham, 2004). Même après qu'une définition de l'écotourisme leur ait été présentée, il ressort des entretiens que le concept reste vague, chacun ayant sa propre perception de l'écotourisme, certains l'associant au fait de voyager en train, d'autres aux voyages humanitaires ou chez l'habitant ou encore à des voyages axés sur la nature, ce qui ressort également des études de différents auteurs, comme Kim et al. (2023). Ceci se traduit par une grande variété de façons d'appréhender l'accessibilité de ce tourisme, soit sous l'angle des coûts, résultats opposés à littérature qui indiquent un tourisme perçu comme étant moins onéreux (Dekhili & Achabou, 2014), du manque d'information, comme la littérature l'indique (Danais, 2007 ; Dekhili & Achabou, 2014) ou encore du temps.

Bien que nos participants aient pour une partie exprimé un sentiment positif envers l'écotourisme, il est clair qu'il suscite un certain nombre de craintes, essentiellement liées à un sentiment de « greenwashing » (Abeyratne & Arachchi, 2022) et à une perception de mauvaise gestion (Danais, 2007 ; Das & Chatterjee, 2015). Ces craintes pourraient en partie être le résultat du manque d'infrastructures et d'offres écotouristiques qui, additionné au manque d'informations, limitent les possibilités offertes aux consommateurs de concevoir l'écotourisme (Dekhili & Achabou, 2014 ; El Archi, 2022).

Les labels et certifications ne semblent pas être en mesure de répondre efficacement aux craintes suscitées par l'écotourisme. Nos résultats expriment majoritairement un manque de confiance vis-à-vis de ces labels et certifications, estimant qu'ils nécessitent d'être appréhendés de façon critique. Toutefois, il semble, aux yeux principalement des adultes plus âgés, qu'une labellisation gouvernementale permet d'augmenter la confiance, ce qui confirme la littérature (Atkinson & Rosenthal, 2014). Cette vision n'étant toutefois pas unanimement partagée, les labels gouvernementaux ne peuvent en aucun cas être considérés comme l'unique et bonne solution permettant de contrer les craintes des consommateurs.

L'hypothèse initiale que les jeunes sont plus enclins à opter pour ce type de tourisme durable n'a pas été confortée par les entretiens réalisés dans la mesure où une proportion équivalente d'adultes plus âgés s'est montrée réceptive à ce mode de voyage confortée par des expériences passées, ce qui s'accorde donc avec la littérature sur la difficulté à identifier ces touristes (Dolnicar & Matus, 2008)

En ce qui concerne la compatibilité perçue entre l'écotourisme et les services aériens, nos résultats confirment les débats que suscitent cette question chez les experts. Alors que certains expriment un paradoxe et donc une incompatibilité, d'autres justifient cette combinaison par une série d'arguments (besoin de connectivité mondiale, avantages économiques et sociaux pour les pays visités, croyance dans les technologies futures, etc.). Tout comme les experts, les personnes interrogées sont divisées sur la question de la compatibilité, une moitié estimant les deux concepts incompatibles en associant parfois d'emblée écotourisme et transports doux et une autre moitié justifiant la compatibilité par une balance à faire entre l'impact environnemental de l'avion et la qualité intrinsèque du projet, sa durée et les bienfaits sociaux, économiques, environnementaux et personnels qu'il procure.

En termes d'âge, on voit que les jeunes sont mitigés sur cette question, certains défendant la compatibilité en la justifiant par un besoin d'expériences. À l'opposé, l'autre moitié des jeunes estiment que les impacts positifs de l'écotourisme sont minimes par rapport aux conséquences environnementales engendrées par le secteur aérien. Ce constat ressort également chez les adultes plus âgés. Par ailleurs, on aurait pu penser que ceux qui prennent le plus souvent l'avion s'accordent sur la compatibilité des deux concepts. Dans les faits, ils sont également partagés.

La littérature identifie une série de solutions pour améliorer la compatibilité de l'écotourisme et de l'aviation. Parmi celles-ci, certains évoquent les programmes de compensation volontaire de carbone (Guiver, 2012 ; De Mello, 2023). Comme attendu, il existe une réticence importante envers ces programmes (Warburg et al., 2021), réticence en grande partie liée à un sentiment d'absence de traçabilité des fonds mais également à une suspicion de greenwashing.

Certains articles scientifiques mentionnent le fait que les écotouristes sont généralement plus enclins à participer aux programmes de compensation volontaire de carbone. Il ressort cependant de la présente étude que les écotouristes ne sont pas systématiquement perçus comme étant plus disposés à verser une compensation, ce qui ne confirme pas les résultats obtenus par Lee et Koo (2020) ou encore Hultman et al. (2015).

## **Chapitre 7. Recommandations managériales**

Sur base de nos résultats et de la théorie, ce chapitre vise à proposer des recommandations aux entreprises et offres écotouristiques ainsi qu'aux autorités compétentes.

Comme nos résultats l'ont souligné, il existe un manque de compréhension global chez les consommateurs, ainsi qu'un manque de cohérence dans l'offre, ce qui complique la reconnaissance de l'écotourisme (El Archi & Benbba, 2022). Il est impératif de mieux informer les consommateurs, tout en étant conscient qu'il convient de trouver un juste équilibre afin d'éviter que l'information ne soit assimilée à des techniques de greenwashing. Pour trouver cet équilibre, la certification via le recours à des labels est de nature à rassurer les consommateurs, pour autant que de grosses améliorations en termes de transparence et de reconnaissance soient apportées. Il semble également que l'acceptation du label est plus grande lorsqu'elle émane d'instances gouvernementales (Atkinson & Rosenthal, 2014), ce qui devrait pousser les gouvernements à y réfléchir.

Les problèmes liés au manque d'informations sur les projets écotouristiques devraient être pris en charge par les agences de voyage ou encore par les plateformes dédiées au tourisme. Il reste toutefois essentiel de pouvoir cibler le bon segment. Cette identification est un gros enjeu dans la mesure où il semble difficile, au vu de nos résultats et de la littérature (Dolnicar & Matus, 2008) d'identifier le profil-type de l'écotouriste. Notons que l'offre écotouristique se doit d'être robuste et transparente, dans le but de rassurer les consommateurs, qui expriment souvent un doute sur l'impact apporté par leurs apports écotouristiques (Dekhili & Achabou, 2014).

La question de la compatibilité entre l'écotourisme et les services aériens étant complexe, il est difficile de trouver un équilibre juste pour les offres écotouristiques. Il est important que les offres écotouristiques prennent en compte les trajets dans leurs programmes (Folke et al., 2006) et des alternatives durables devraient être proposées et mises en avant, si réalisables. Les jeunes sont de plus en plus sensibles à ces questions et tendent vers des alternatives plus durables.

De plus, les compensations volontaires de carbone ne constituent pas, dans leur forme actuelle, une solution privilégiée par les consommateurs, à moins que la transparence dans la traçabilité des fonds soit assurée, point qui devrait être amélioré par les compagnies. Cependant, les compensations carbone obligatoires, malgré leur impact sur les prix, bénéficient d'une meilleure perception des consommateurs (De Mello, 2023). Cette préférence pourrait s'expliquer par la confiance accrue dans un cadre réglementaire strict.

## Chapitre 8. Limites et recherches futures

Cette dernière partie consiste à définir les différentes limites rencontrées dans cette recherche, et quelles sont les pistes de recherches futures qui pourraient être réalisées pour approfondir le sujet de la perception des consommateurs sur l'écotourisme et sa compatibilité avec l'industrie de l'aviation.

Tout d'abord, l'étude s'est basée sur un échantillon restreint de douze individus, qui répondaient à des critères de voyageurs. Dès lors, il serait pertinent d'entreprendre des études futures impliquant un échantillon de taille plus importante, dans le but d'améliorer la précision des résultats et d'affiner l'analyse des diverses perceptions étudiées. En outre, notre échantillon ne comprend pas de participants dont l'âge se trouve entre 36 et 49 ans. Une future étude pourrait intégrer cette catégorie pour enrichir les résultats.

De plus, les participants ne s'identifiaient pas comme écotouristes, en partie en raison de la difficulté actuelle à se définir comme tel, le concept n'étant pas encore largement reconnu ou compris. Les participants n'ayant pas eu de préparation avant les entretiens, leurs réponses auraient potentiellement pu être plus détaillées et nuancées. Des recherches futures, impliquant des participants ayant déjà volontairement participé à un voyage écotouristique pourrait apporter de nouvelles perspectives enrichissantes pour ce domaine. La nature qualitative de cette recherche, basée sur des entretiens semi-directifs ne permet pas de tirer des conclusions statistiques. Des études quantitatives futures pourraient compléter cette approche en apportant une dimension statistique, offrant dès lors une perspective plus approfondie sur le sujet.

Par ailleurs, il est important de garder en tête le potentiel biais social du fait de parler de la durabilité et ce, malgré que les entretiens étaient « *one-to-one* » et que l'anonymat leur était garanti. Il existe en effet un gap entre les attitudes et les comportements dans les achats de produits/services durables (Vermeir & Verbeke, 2006), ce qui est également applicable dans le domaine du tourisme (McDonald et al., 2015) où les différences entre les intentions liées à une diminution du recours à l'avion et les réels comportements avaient été étudiées.

Finalement, cette étude s'est principalement concentrée sur les aspects environnementaux de l'écotourisme et de l'aviation. Cependant, il est important de noter que l'écotourisme englobe des dimensions économiques et sociales significatives. Une approche plus holistique, prenant en compte ces trois piliers du développement durable, pourrait offrir une perspective plus complète, au-delà des seules considérations relatives aux émissions de CO<sub>2</sub>.

## BIBLIOGRAPHIE

Abeyratne, S.N. & Arachchi, R.S.S.W. (2021). Ecotourism or Green Washing? A Study on the Link Between Green Practices and Behavioral Intention of Eco Tourists. In: Sharma, A., Hassan, A. (eds) *Future of Tourism in Asia*. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-1669-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-16-1669-3_4)

ACI World. (2024). *Top 10 busiest airports in the world shift with the rise of international air travel demand*. Airports Council International (ACI). [https://aci.aero/2024/04/14/top-10-busiest-airports-in-the-world-shift-with-the-rise-of-international-air-travel-demand/#:~:text=Preliminary%20figures%20indicate%20that%20the,%2Dpandemic%20results%20\(2019\)](https://aci.aero/2024/04/14/top-10-busiest-airports-in-the-world-shift-with-the-rise-of-international-air-travel-demand/#:~:text=Preliminary%20figures%20indicate%20that%20the,%2Dpandemic%20results%20(2019).). Consulté le 20 mai 2024.

Air Indemnité. (2023). *Low cost et écologie : quel est l'impact écologique ?* Air Indemnité. <https://www.air-indemnite.com/fr/blog/low-cost-et-ecologie>. Consulté le 6 juin 2024.

Anishchenko, M. (2016). *Ecotourists' motivation and its relation to the ecotourism's principles*. (Magister Thesis). Umeå University, Umeå. En ligne <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:945964/FULLTEXT01.pdf>

Atkinson, L. & Rosenthal, S. (2014). Signaling the Green Sell: The Influence of Eco-Label Source, Argument Specificity, and Product Involvement on Consumer Trust. *Journal of Advertising*, 43(1), 33-45. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.834803>

Aubin-Auger, I., Mercier, A., Baumann, L., Lehr-Drylewicz, A.M., Imbert, P. & Letrilliart, L. (2008). Introduction à la recherche qualitative. *Exercer la revue française de médecine générale*, 19(84), 142-145.

Becken, S. (2004). How Tourists and Tourism Experts Perceive Climate Change and Carbon-offsetting Schemes. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(4), 332-345. <https://doi.org/10.1080/09669580408667241>

Becken, S. (2007). Tourists' Perception of International Air Travel's Impact on the Global Climate and Potential Climate Change Policies. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4). <https://doi.org/10.2167/jost710.0>

Benhaddou, K.S. (2021). Le transport : Un facteur de compétitivité des agences de tourisme et de voyage / Transportation: A Factor of Tourism and Travel Agencies competitiveness. *Revue d'économie et de statistique appliquée*, 18(2), 81-101. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/172758>

Bezaf, J-M. (2019). *Le tourisme international a connu une forte progression en 2018*. LeMonde. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/01/22/le-tourisme-international-a-connu-une-forte-progression-en-2018\\_5412842\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/01/22/le-tourisme-international-a-connu-une-forte-progression-en-2018_5412842_3234.html). Consulté le 10 juin 2024.

Blondy, C. (2016). Le tourisme, un facteur de développement durable des territoires insulaires tropicaux ? Tourisme, aménagement, environnement et société locale à Bora Bora (Polynésie française). *Mondes du Tourisme*. [Hors série]. <https://doi.org/10.4000/tourisme.1283>

Boieng (2021). *Boeing évalue les besoins du marché aéronautique européen à plus de 8 700 nouveaux avions à l'horizon 2040*. Boieng, Communiqué de presse. <https://www.boeing.fr/press-releases/2021/european-aviation-market>. Consulté le 20 mai 2024

Bösehans, G., Bolderdijk, J.W. & Wan, J. (2020). Pay more, fly more? Examining the potential guilt-reducing and flight-encouraging effect of an integrated carbon offset. *Journal of Environmental Psychology*, 71. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101469>

Brunet, L. (2021). #Flygskam : le pouvoir de la honte de prendre l'avion pour gouverner le changement climatique. *Lien social et Politiques*, 86, 54–70. <https://doi.org/10.7202/1079492ar>

Buchsbaum, B.D. (2004). *Ecotourism and sustainable development in Costa Rica*. [Master of Public and International Affairs College of Architecture and Urban Studies]. Virginia Polytechnic Institute and State University. <http://hdl.handle.net/10919/9912>

Caletrio, J. (2020). *Ecotourism: Is my flying saving the planet?* Forum Vies Mobiles. <https://forumviesmobiles.org/node/13251/printable/print>. Consulté le 3 juin 2024.

- Camilleri, M.A. (2018). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product. An Introduction to Theory and Practice*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2>
- Carvache-Franco, M., Viquez-Paniagua, A.G., Carvache-Franco, O., Perez-Orozco A., & Carvache-Franco W. (2019). Motivations, intentions to return and to recommend protected areas: a study in Costa Rica. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 27(4), 1173–1183. <https://doi.org/10.30892/gtg.27405-424>
- CE Delft. (2019). Taxes in the Field of Aviation and their impact - Final Report. Prepared for the European Commission, Directorate-General for Mobility and Transport. Publications Office of the European Union
- Cocolas, N. (2022). *Changing attitudes towards air travel: a consumer behaviour approach*. (PhD Thesis). The University of Queensland, Queensland. En ligne <https://doi.org/10.14264/cc3eec7>
- Cohen, S.A., Higham, J.E.S. & Reis, A.C. (2013). Sociological barriers to developing sustainable discretionary air travel behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 982-998. 10.1080/09669582.2013.809092
- Combet, E., Gherzi, F. & Hourcade, J-C. (2009). Taxe carbone, une mesure socialement régressive ? Vrais problèmes et faux débats. *Centre International de Recherches sur l'Environnement et le Développement*, n°12. <https://hal.science/hal-00866409>
- Cominelli, F., Fagnoni, E. & Jacquot, S. (2018). Les espaces du tourisme et des loisirs : entre ordinaire et extraordinaire. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 95(4), 431-441. <https://doi.org/10.4000/bagf.3839>
- Compilatio. (2023). *Tout savoir sur les normes APA pour bien citer ses sources*. Compilatio. <https://www.compilatio.net/blog/normes-apa>
- Conseil de l'Union européenne (2024). *Changement climatique: ce que fait l'UE*. Conseil de l'Union européenne. <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/climate-change/#:~:text=est%2Delle%20n%C3%A9cessaire%3F,Une%20UE%20neutre%20pour%20le%20climat%20%C3%A0%20l'horizon%202050,climatique%20%C3%A0%20l'horizon%202050>. Consulté le 10 mai 2024.
- Coppée, C. (2020). *Les effets d'une taxe environnementale sur les émissions de dioxyde de carbone du secteur aérien. Cas d'étude : le trafic aérien de passagers en Belgique*. (Mémoire de master). Université Libre de Bruxelles, Bruxelles. En ligne [https://mem-envi.ulb.be/Memoires\\_en\\_pdf/MFE\\_19\\_20/MFE\\_Copp%C3%A9\\_19\\_20.pdf](https://mem-envi.ulb.be/Memoires_en_pdf/MFE_19_20/MFE_Copp%C3%A9_19_20.pdf).
- Cordiez, M. (2019). Le trafic aérien nous amène-t-il au crash ? *DARD/DARD*, 1, 75-83. <https://doi.org/10.3917/dard.001.0075>
- Cottignies, M., Mirabel, F. & Taillant, P. (2017). Calcul et affichage des émissions de GES dans les transports : Le niveau 1 n'est qu'une étape, les véritables enjeux sont à venir. *Transports : économie, politique, société*. <https://hal.umontpellier.fr/hal-01830080>
- Cour Constitutionnelle. (2023). *Arrêt 165/2023 : La Cour rejette les recours contre la loi du 28 mars 2022 qui introduit une taxe sur le départ des passagers à partir d'un aéroport belge*. Cour Constitutionnelle. <https://www.const-court.be/public/f/2023/2023-165f-info.pdf>
- Cour des comptes européenne. (2021). *Soutien au secteur du tourisme de l'UE - Une nouvelle approche stratégique et une meilleure approche en matière de financement s'imposent*. [Rapport spécial n° 27/2021]. 10.2865/109704.
- Couture, M. (2002). Certification, accréditation et labellisation en écotourisme. *Téoros, Ecotourisme*, 21(3), 57-59. <https://journals.openedition.org/teoros/3291#quotation>
- Das, M. & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives*, 14, 3-16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>.
- Dekhili, S. & Achabou, M. (2014). La perception de l'écotourisme : Complexité sémantique et attentes des consommateurs. *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, 10(3), 37-57. <https://doi.org/10.3917/rimhe.010.0037>

De Mello, F.P. (2024). Voluntary carbon offset programs in aviation: A systematic literature review. *Transport Policy*, 147, 158-168. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.12.023>.

Demoli, Y. & Subtil, J. (2019). Boarding Classes. Mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008) : Mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008). *Sociologie*, 10(2), 131-151. <https://doi.org/10.3917/socio.102.0131>

Demoncey, A. (2016). La recherche qualitative : introduction à la méthodologie de l'entretien. *Kinésithérapie, la Revue*. Volume 16, Issue 180, 32-37. ISSN 1779-0123. <https://doi.org/10.1016/j.kine.2016.07.004>.

Denais, L. (2007). *Écotourisme, un outil de gestion des écosystèmes*. [Doctoral dissertation, département de biologie]. Université de Sherbrooke. [https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/8096/Denais\\_Laurent\\_MEI\\_2007.pdf](https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/8096/Denais_Laurent_MEI_2007.pdf)

Deng, J. & Li, J. (2015). Self-identification of ecotourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 255-279. 10.1080/09669582.2014.934374

Dobruszkes, F. (2006). An analysis of European low-cost airlines and their networks. *Journal of Transport Geography*, 14, 249–264. 10.1016/j.jtrangeo.2005.08.005

Dolnicar, S. & Matus, K. (2008) Are Green Tourists a Managerially Useful Target Segment? *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 17(3-4), 314-334. 10.1080/10507050801984826

Dolnicar, S., Juvan, E. & Yanamandram, V. (2013). Ecotourists - Who are they and what should we really call them? In: Ballantyne, R. & Packer, J. (eds.) *International Handbook on Ecotourism*. Cheltenham: Edward Elgar, 95-107. [https://www.academia.edu/13091003/Ecotourists\\_who\\_are\\_they\\_and\\_what\\_should\\_we\\_really\\_call\\_them](https://www.academia.edu/13091003/Ecotourists_who_are_they_and_what_should_we_really_call_them)

Donohoe, H. M. & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The Evolving Contemporary Definition. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 192–210. <https://doi.org/10.2167/joe152.0>

Durand, K. (2023). *Trois raisons pour lesquelles la compensation carbone ne fonctionne pas*. Futura. <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/changement-climatique-trois-raisons-lesquelles-compensation-carbone-ne-fonctionne-pas-102974/>. Consulté le 06 juin 2024.

ECC-Net (2020). *Comment compenser les émissions de CO2 de son vol ?* Centre Européen des Consommateurs France, ECC-Net. <https://www.europe-consommateurs.eu/tourisme-transport/voyage-en-avion/compenser-son-empreinte-carbone.html>. Consulté le 13 mai 2024.

El Achkar, S. (2023). *Comment les données peuvent favoriser le travail décent dans le secteur du tourisme*. Organisation Internationale du Travail. ILOSTAT. <https://ilostat.ilo.org/fr/blog/how-data-can-bolster-decent-work-in-the-tourism-sector/>. Consulté le 8 mai 2024.

El Archi, Y. & Benbba, B. (2022). Ecotourisme et développement durable : étude empirique sur la perception des consommateurs. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(2), 858 – 874. [https://www.researchgate.net/publication/360630648\\_Ecotourisme\\_et\\_developpement\\_durable\\_etude\\_empirique\\_sur\\_la\\_perception\\_des\\_consommateurs](https://www.researchgate.net/publication/360630648_Ecotourisme_et_developpement_durable_etude_empirique_sur_la_perception_des_consommateurs)

ESG Act. (2023). *Qu'est-ce que le "flygskam" ou la honte de prendre l'avion ?* ESG Act. <https://www.esg-act.org/actualite/flygskam-honte-de-prendre-lavion>. Consulté le 22 mai 2024.

Fang, W-T., Hassan, A. & Horng, M. (2023). Ecotourism. Environment, Health, and Education. *Springer*. <https://doi.org/10.1007/978-981-99-9097-9>

Faouzi, H. (2023). Editorial. La pandémie de la Covid-19 : le tourisme entre crises et innovations. *Études caribéennes*. *Tourisme, crises et innovations*, 9. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.28395>

Ferrari, I. (2023). *L'impact environnemental du tourisme : une durabilité nécessaire*. CircularPlace. <https://circularplace.fr/limpact-environnemental-du-tourisme-durabilite-necessaire/>. Consulté le 16 mai 2024.

Fiorello, A. & Bo, D. (2015). Valeurs de consommation dans l'écotourisme communautaire: Une approche par les récits de voyage. *Revue française de gestion*, 249, 33-52. <https://doi.org/10.3166/RFG.249.33-52>

Folie, M. (2023). *Motivations et freins aux voyages durables : Une comparaison entre les générations X et Z à travers les différentes phases de l'expérience touristique*. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain. Prom. : Steils, Nadia. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:41600>

Folke, J., Østrup Backe, J. & Gössling, S. (2006). Ecotourist choices of transport modes. In *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practice (Ecotourism Series, 4)* (p.154-165). CABI. [https://www.researchgate.net/publication/288420115\\_Ecotourist\\_choices\\_of\\_transport\\_modes](https://www.researchgate.net/publication/288420115_Ecotourist_choices_of_transport_modes)

Foucart, S. (2023). *Les bénéfices climatiques de la "compensation carbone" sont au mieux exagérés, au pire imaginaires*. LeMonde. [https://www.lemonde.fr/idees/article/2023/01/29/les-benefices-climatiques-de-la-compensation-carbone-sont-au-mieux-exageres-au-pire-imaginaires\\_6159711\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2023/01/29/les-benefices-climatiques-de-la-compensation-carbone-sont-au-mieux-exageres-au-pire-imaginaires_6159711_3232.html). Consulté le 06 juin 2024.

François-Lecompte, A. & Prim-Allaz, I. (2009). Les Français et le tourisme durable : proposition d'une typologie. *Management & Avenir*, 29, 308-326. <https://doi.org/10.3917/mav.029.0308>

François-Lecompte, A., Prim-Allaz, I. & Durif, F. (2013). Le tourisme durable : les sept clés du succès. *Gestion*, 38, 84-96. <https://doi.org/10.3917/riges.383.0084>

Fusch, P. I. & Ness, L. R. (2015). Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 20(9), 1408-1416. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2281>

Giampiccoli, A. & Mtapuri, O. (2021). From Conventional to Alternative Tourism: Rebalancing Tourism towards a Community-Based Tourism Approach in Hanoi, Vietnam. *Social Sciences* 10,176. <https://doi.org/10.3390/socsci10050176>

Gössling, S. (2009). Carbon neutral destinations: a conceptual analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 17-37. 10.1080/09669580802276018

Gössling, S. & Peeters, P. (2007). 'It Does Not Harm the Environment!' An Analysis of Industry Discourses on Tourism, Air Travel and the Environment. *Journal of sustainable tourism*, 15(4), 402-417. <https://doi.org/10.2167/jost672.0>

Gössling, S., Hanna, P., Higham, J., Cohen, S. & Hopkins, D. (2019). Can we fly less? Evaluating the 'necessity' of air travel. *Journal of Air Transport Management*, 81, 101722. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101722>.

Graver, B., Zhang, K., & Rutherford, D. (2019). CO2 emissions from commercial aviation, 2018. ICCT - The International Council on Clean Transportation [en ligne]. <https://theicct.org/publications/co2-emissions-commercialaviation-2018>.

Greenpeace. (2023). *Nouveau rapport : Le train deux fois plus cher que l'avion en Europe*. Greenpeace France. <https://www.greenpeace.fr/espace-presse/nouveau-rapport-le-train-deux-fois-plus-cher-que-lavion-en-europe/>. Consulté le 11 mai 2024.

Guiver, J. (2013). Debate: Can sustainable tourism include flying? *Tourism Management Perspectives*, 6, 65-67. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.10.005>.

Han, W., McCabe, S., Wang, Y. & Chong, A. (2017). Evaluating user-generated content in social media: an effective approach to encourage greater pro-environmental behaviour in tourism? *Forthcoming in the Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 600-614. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2017.1372442>

Harabinova, V. (2022). *Perception du train comme moyen de transport pour les vacances par les Romands de 18 à 30 ans*. [Bachelor of Science HES-SO (BSc) en Tourisme]. Haute Ecole de Gestion Valais. <https://sonar.ch/hesso/documents/322676>

- Hares, A., Dickinson, J. & Wilkes, K. (2010). Climate change and the air travel decisions of UK tourists. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 466-473. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2009.06.018>.
- Haug, J. O. & Hassinggaard, I. (2023). Young consumers' attitudes towards voluntary carbon offsetting. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 2806–2816. <https://doi.org/10.1002/bse.3271>
- Healy, S. (2022). Scoping voluntary corporate climate action in the European aviation sector. *Öko-Institut e.V.* <https://www.eticanews.it/wp-content/uploads/2022/10/Scoping-voluntary-corporate-climate-action-in-the-European-aviation-sector.pdf>
- Heughebaert, A. (2007). *Étude comparative des programmes de compensation volontaire des émissions de CO2 par les passagers d'avion*. (Travail de fin d'études en Gestion de l'Environnement). Université Libre de Bruxelles, IGEAT. [https://mem-envi.ulb.ac.be/Memoires\\_en\\_pdf/MFE\\_05\\_06/MFE\\_Heughebaert\\_05\\_06.pdf](https://mem-envi.ulb.ac.be/Memoires_en_pdf/MFE_05_06/MFE_Heughebaert_05_06.pdf)
- Heuzebroc, J. (2018). *Le tourisme serait l'un des vecteurs principaux du réchauffement climatique*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/le-tourisme-serait-lun-des-vecteurs-principaux-du-rechauffement-climatique>. Consulté le 16 mai 2024.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?* Island Press. [https://books.google.be/books/about/Ecotourism\\_and\\_Sustainable\\_Development.html?id=Qm\\_RonNzC7sC&redir\\_esc=y](https://books.google.be/books/about/Ecotourism_and_Sustainable_Development.html?id=Qm_RonNzC7sC&redir_esc=y)
- Hultman, M., Kazeminia, A. & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation. *Journal of Business Research*, 68(9), 854-1861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.013>.
- IATA. (2023). Le trafic de passagers poursuit sa reprise en août. *International Air Transport Association, Communiqué*, n°60. <https://www.iata.org/contentassets/2d2d7638816047a7818246a35611af7c/2023-10-04-01-fr.pdf>
- ICAO (s.d.). On Board. A Sustainable Future. *ICAO, International Civil Aviation Organization Environmental Brochure*. [https://www.icao.int/environmental-protection/Documents/ICAOEnvironmental\\_Brochure-1UP\\_Final.pdf](https://www.icao.int/environmental-protection/Documents/ICAOEnvironmental_Brochure-1UP_Final.pdf)
- Institut des comptes nationaux (2023). *Analyse des prix : 2022 ICN Rapport annuel*. SPF Économie. <https://economie.fgov.be/fr/publications/analyse-des-prix-2022-icn>. Consulté le 24 juillet 2024.
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100777. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>
- Kim, K., Wang, Y., Shi, J., Guo, W., Zhou, Z. & Liu, Z. (2023). Structural Relationship between Ecotourism Motivation, Satisfaction, Place Attachment, and Environmentally Responsible Behavior Intention in Nature-Based Camping. *Sustainability*, 15, 8668. <https://doi.org/10.3390/su15118668>
- Kroesen, M. (2013). Exploring people's viewpoints on air travel and climate change: understanding inconsistencies. *Journal of sustainable tourism*, 21(2), 271-290. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.692686>
- Leal Filho, W., Ng, A.W., Sharifi, A., Janová, J., Özuyar, P.G., Hemani, C., Heyes, G., Njau, D. & Rampasso, I. (2023). Global tourism, climate change and energy sustainability: assessing carbon reduction mitigating measures from the aviation industry. *Sustainable Sciences*, 18, 983–996. <https://doi.org/10.1007/s11625-022-01207-x>
- Lee, A. & Koo, T. (2020). Exploratory Study of the Impact of Significant Ecotourism Experience on Voluntary Carbon-Offset Behaviour of Young Travellers in Their Long-Haul Air Travel Choices. In: *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-36126-6\\_108](https://doi.org/10.1007/978-3-030-36126-6_108)
- Lenzen, M., Sun, Y-Y., Faturay, F., Ting, Y-P., Geschke, A. & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change* 8, 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

Luo, Y., & Deng, J. (2008). The New Environmental Paradigm and nature-based tourism motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402. <https://doi.org/10.1177%2F0047287507308331>

Masclanis, F. (2020). Résilience et tourisme : d'une crise conjoncturelle à une mutation structurelle ? L'exemple occitan. *Téoros [Online]*, 39(3). <http://journals.openedition.org/teoros/7891>

McDonald, S., Oates, C.J., Thyne, M., Timmis, A.J. & Carlile, C. (2015). Flying in the face of environmental concern: why green consumers continue to fly? *Journal of Marketing Management*, 31(13-14), 1503-1528. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1059352>

McKeone, E. (2011). *Ecotourism in Costa Rica: Environmental Impacts and Management*. (Undergraduate thesis). University of Nebraska, Nebraska. En ligne <https://digitalcommons.unl.edu/envstudtheses/45>.

Mehmetoglu, M. (2010). Accurately Identifying and Comparing Sustainable Tourists, Nature-Based Tourists, and Ecotourists on the Basis of Their Environmental Concerns. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 11(2), 171-199. 10.1080/15256481003732840

NATS. (2023). *Aviation Index 2023*. NATS. <https://www.nats.aero/features/aviation-index-2023/>

Nieto-García, M., Acuti, D. & Giampaolo, V. (2024). Consumer hypocrisy and researcher myopia: A scrutiny of the intention-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 104. 103678. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103678>

Nowak, J-J. & Sahli, M. (2010). *Le tourisme, un danger pour les pays en développement*. Proparco Groupe AFD. <https://www.proparco.fr/fr/article/le-tourisme-un-danger-pour-les-pays-en-developpement>. Consulté le 11 juin 2024.

ONU Tourisme. (2021). *2020 aura été la pire année de l'histoire du tourisme avec 1 milliard d'arrivées internationales en moins*. ONU Tourisme. <https://www.unwto.org/fr/news/2020-aura-ete-la-pire-annee-de-l-histoire-du-tourisme-avec-1-milliard-d-arivees-internationales-en-moins>. Consulté le 10 juin 2024.

ONU Tourisme. (2024a). *Le tourisme international atteindra en 2024 les niveaux d'avant la pandémie*. ONU Tourisme. <https://www.unwto.org/fr/news/le-tourisme-international-atteindra-en-2024-les-niveaux-davant-la-pandemie#:~:text=Les%20estimations%20pr%C3%A9liminaires%20de%20la,soit%203%20%25%20du%20PIB%20mondial>. Consulté le 19 mai 2024.

ONU Tourisme (2024b). *Les données les plus récentes sur le tourisme*. ONU Tourisme <https://www.unwto.org/fr/un-tourism-world-tourism-barometer-data>. Consulté le 10 juillet 2024.

ONU Tourisme. (s.d.). *Écotourisme et zones protégées*. ONU Tourisme. <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas#:~:text=L'OMT%20est%20active%20dans,%2C%20au%20contraire%2C%20y%20contribue>. Consulté le 14 mai 2024.

Organisation mondiale du tourisme. (2019). *Faits saillants du tourisme, édition 2019*. OMT, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284421251>.

Palaizines, A. (2019). *Compensation carbone: quand l'aviation fait payer la note à ses usagers*. L'info durable #TousActeurs. <https://www.linfordurable.fr/environnement/compensation-carbone-quand-laviation-fait-payer-la-note-ses-usagers-14390>. Consulté le 13 mai 2024.

Parlement européen. (2023). *Qu'est-ce que la neutralité carbone et comment l'atteindre d'ici 2050 ?* Parlement européen. <https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20190926STO62270/qu-est-ce-que-la-neutralite-carbone-et-comment-l-atteindre-d-ici-2050>. Consulté le 11 juin 2024.

Peeters, P. & Dubois, G. (2010). Tourism travel under climate change mitigation constraints. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 447-457. DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2009.09.003

Peeters, P., Higham, J., Kutzner, D., Cohen, S., & Gössling, S. (2016). Are technology myths stalling aviation climate policy?. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 44, 30-42. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2016.02.004>

Pleyers, G. (2022). *Marketing Studies: qualitative studies, LLSMS2024*. Diapositives, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management.

Prideaux, B., McKercher, B. & McNamara, K.E. (2013). Modelling a Tourism Response to Climate Change Using a Four Stage Problem Definition and Response Framework. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(1-2), 165-182. <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.688516>

Pulido-Fernández, J.I. & López-Sánchez, Y. (2016). Are Tourists Really Willing to Pay More for Sustainable Destinations? *Sustainability*. 8(12), 1240. <https://doi.org/10.3390/su8121240>

Ryanair (s.d.). *Customer carbon offsetting*. Ryanair. <https://corporate.ryanair.com/sustainability/customer-carbon-offsetting/>. Consulté le 13 mai 2024.

République française. (2021). *Tourisme durable : une solution pour voyager dans le monde de demain ?* République française. Notre Environnement. <https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/essentiels/article/tourisme-durable-une-solution-pour-voyager-dans-le-monde-de-demain>. Consulté le 16 mai 2024.

Samal, R. & Dash, M. (2022). Ecotourism, biodiversity conservation and livelihoods: Understanding the convergence and divergence. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(1), 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.11.001>.

Sana, Chakraborty, S., Adil, M. & Sadiq, M. (2023). Ecotourism experience: A systematic review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 2131–2156. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12902>

Sarrasin, B., Dehoorne, O. & Augier, D. (2016). Tourisme et ressources naturelles, prendre la mesure du défi. *OpenEdition Journals. Études caribéennes*, 33-34. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.9489>

Schéou, B. (2006). De l'écotourisme à l'éthique: retrouver le sens unitaire du monde. *Presses de l'Université du Québec. L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce. De la conservation au développement viable des territoires*. 2760514307. <https://hal.science/hal-03437905>

Schweinsberg, S. & Darcy, S. (2022). Ecotourism and the trouble with transportation. In *Routledge Handbook of Ecotourism*. Routledge. 10.4324/9781003001768-3.

Singh, A., Bhatt, P. & Modi, N.R. (2022). Bilateral relationship between tourism and climate change: impacts, vulnerability & solutions. *International Association of Biologicals and Computational Digest*, 1, p.182-187. 10.56588/iabcd.v1i2.67.

Snow, M.M. & Snow, R.K. (2003). Aviation Opportunities in Ecotourism. *Journal of Aviation/Aerospace Education & Research*, 12(2). <https://doi.org/10.15394/jaaer.2003.1580>

Spaey, M. (2017). *Tourisme durable. Une opportunité pour la Wallonie*. Observatoire wallon du Tourisme. <https://owt.tourismewallonie.be/telechargement/tourisme-durable-une-opportunitite-pour-la-wallonie/>. Consulté le 11 juin 2024.

Spoiden, A., & Patris, S. (2015). Rédaction des références bibliographiques selon les normes de l'American Psychological Association. Abrégé et adapté à un environnement francophone. *Bibliothèque de Psychologie et des Sciences de l'éducation*. Université catholique de Louvain. En ligne [http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/bpsp/documents/Norme\\_APA\\_FR.pdf](http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/bpsp/documents/Norme_APA_FR.pdf).

TIES. (1990). *What Is Ecotourism?* The International Ecotourism Society, TIES Overview. <https://ecotourism.org/ties-overview/>. Consulté le 14 mai 2024.

- Tardif, J. (2003). Ecotourisme et développement durable. *OpenEdition Journals. Vertigo*, 4(1). <http://vertigo.revues.org/index4575.html>.
- Truong-Dinh, B.Q., Nguyen, T.T., Cheng, T-C.F. & Ming-Sung Cheng, J. (2022). Effects of consumer perceptions on carbon-offset payment through mediating and moderating mechanisms. *Transport and Environment*, 115, 103584. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2022.103584>.
- Vandercammen, M. (2018). *Études de marchés: Méthodes & outils*. De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.vande.2018.01>
- Vermeir, I. & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer “Attitude – Behavioral Intention” Gap. *J Agric Environ Ethics* 19, 169–194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>
- Warburg, J., Frommeyer, B., Koch, J., Gerdt, S.-O. & Schewe, G. (2021). Voluntary carbon offsetting and consumer choices for environmentally critical products—An experimental study. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 3009–3024. <https://doi.org/10.1002/bse.2785>
- Willmott, L. & Graci, S.R. (2012). Gestion des déchets solides dans les destinations insulaires de petite taille : étude de cas sur Gili Trawangan, en Indonésie. *Téoros, hors-série*, 31(3). <http://teoros.revues.org/1967>
- Woolfe, S. (2022). *The Complex Relationship Between Flying and Sustainable Tourism*. Sam Woolfe. <https://www.samwoolfe.com/2022/10/flying-and-sustainable-tourism.html>. Consulté le 20 juillet 2024.
- WWF France. (2016). *300 jours après l'Accord de Paris : l'aviation civile internationale a rendez-vous avec son ambition climatique*. WWF France. <https://www.wwf.fr/vous-informer/actualites/300-jours-apres-laccord-de-paris-laviation-civile-internationale-a-rendez-vous-avec-son-ambition>
- Xu, L., Ao, C., Liu, B. & Cai, B. (2022). Ecotourism and sustainable development: a scientometric review of global research trends. *Environ Dev Sustain* 25, 2977–3003. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02190-0>
- Yao, J., Li, Q., Maesano, G. & Canavari, M. (2024). An empirical analysis of the role of experience and attitude on ecotourism consumption behaviour. *Journal of Ecotourism*, 10.1080/14724049.2024.2305427

## Résumé :

Le tourisme est une des industries les plus importantes de notre économie qui génère de multiples implications économiques, sociales et environnementales. Aujourd'hui, de nombreuses alternatives qui tendent vers un tourisme plus durable se développent dont l'une est l'écotourisme. Malgré sa reconnaissance de plus en plus importante par les consommateurs, la perception qu'ils ont de cette nouvelle forme de voyage reste souvent trop vague. De plus, cette forme de tourisme soulève des questions, notamment par rapport à sa compatibilité avec le recours à l'avion, mode de déplacement qui reste encore privilégié par de nombreux touristes. Ces questionnements sont donc au centre de ce mémoire qui vise à étudier les différentes perceptions des consommateurs à propos d'une part, de l'écotourisme et d'autre part, de sa compatibilité avec les déplacements en avion. Le mémoire vise également à identifier si l'âge est un facteur de nature à influencer ces perceptions. À l'issue d'une série d'entretiens semi-directifs, nous cherchons à analyser et comprendre les points de vue exprimés. Les résultats montrent une hétérogénéité des perceptions relatives à l'écotourisme sans que ne se dégagent des spécificités liées à l'âge. Au niveau de la façon dont est perçue la compatibilité entre écotourisme et services aériens, les résultats démontrent également une diversité d'opinions intra et inter groupes d'âge. Les conclusions de cette recherche aboutissent à une série de recommandations destinées tant aux entreprises actives dans l'écotourisme qu'aux pouvoirs publics, l'objectif étant d'harmoniser la perception et d'améliorer le niveau de confiance des consommateurs à l'égard de l'écotourisme. Afin d'assurer une plus grande cohérence avec les principes sous-jacents à l'écotourisme, le mode de déplacement doit faire partie intégrante de l'offre écotouristique.

**UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN**  
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve  
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique  
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

[www.uclouvain.be/lsm](http://www.uclouvain.be/lsm)