

L'(HYPER)MOBILITÉ EN FRANCE

DOCUMENT DE SYNTHÈSE

Samuel BATES (Université d'Angers)

Isabelle FROCHOT (Université de Chambéry)

Véronique MONDOU (Université d'Angers)

Céline PELLERIN (Université d'Angers)

Philippe VIOLIER (Université d'Angers)

Ce rapport s'inscrit dans le cadre d'un contrat de recherche *Touristes hypermobiles* signé entre :

Le commanditaire

L'Institut de recherche et d'échanges de la SNCF (dit Forum Vies Mobiles)

Et

Le prestataire de services

L'université d'Angers, agissant tant en son nom qu'au nom et pour le compte de l'ESTHUA, Faculté de Tourisme, Culture et Hospitalité

Objet de la mission

Le projet de recherche consiste à identifier le profil et les pratiques de mobilité touristique des touristes hypermobiles et de replacer ces pratiques dans l'ensemble du mode de vie et des aspirations de ces hypermobiles.

Introduction

Cette étude s'inscrit dans l'univers des recherches qui s'attachent à comprendre les comportements touristiques et en particulier ceux des personnes qualifiées d'hypermobiles. Elle a été commanditée par le Forum Vie Mobile, émanation de la SNCF et elle a rencontré l'intérêt d'une équipe de chercheurs pluridisciplinaires en économie et en géographie.

L'objectif est de cerner les pratiques touristiques (choix des destinations, durée de séjour, fréquence...) et les choix modaux permettant d'accéder à ces lieux et à les pratiquer. Dans cette étude, nous nous sommes penchés sur une catégorie de touristes, qualifiés d'hypermobiles. Il s'agissait de comprendre leurs pratiques et les motivations qui guident une activité touristique supérieure à la moyenne nationale.

L'analyse a été menée en trois temps. Une **première étape** a permis d'établir une synthèse des **recherches académiques** sur les thématiques en lien avec l'objet de cette étude : la définition et le sens donné au tourisme ; les évolutions du secteur des transports ; les évolutions des pratiques touristiques ; les déterminants des choix modaux ; les interactions entre d'une part, le tourisme, les transports et d'autre part, les impacts environnementaux et le développement durable.

Une **deuxième étape** correspondait à une **analyse quantitative** basée sur des traitements statistiques multivariés permettant de déterminer le profil des hypermobiles. Plusieurs catégories ont été retenues en fonction des modes de transport utilisés.

Cela nous a permis ensuite de retenir un panel de 30 personnes afin de conduire des entretiens semi-directifs constituant la **troisième étape**. L'**analyse qualitative** avait pour objectif d'affiner notre compréhension des pratiques des hypermobiles. Les réponses étant peu divergentes, le nombre d'entretiens a été suffisant pour atteindre la saturation sémantique. L'exploitation des entretiens aide à comprendre le sens donné aux pratiques touristiques et la valeur accordée à ces mobilités. Les modes de transport privilégiés par les personnes répondent à un ensemble de contraintes (liées à la localisation des ménages, à leur destination, à la composition des ménages...). Des questions spécifiques dans les entretiens portaient sur la dimension environnementale afin de mesurer leur sensibilité aux enjeux de développement durable dans la sphère du quotidien et des déplacements touristiques. Enfin, étaient abordés les leviers du changement en les replaçant dans le contexte de la crise sanitaire qui les a de fait obligé à modifier leurs habitudes.

En effet, l'étude a été lancée avant la pandémie qui a bouleversé à partir de 2020 l'industrie touristique mondiale mais les entretiens qualitatifs se sont déroulés en juin 2021, soit un peu plus d'un an après le début de la crise sanitaire. Alors que l'on prophétise, à l'aune de cette crise, un changement radical des pratiques touristiques pour aller vers un tourisme de proximité qui peut se lire comme un oxymore nous avons pu mesurer dans quelles mesures les individus avaient l'intention de modifier leurs pratiques. Avec la réouverture des frontières et l'accès à nouveau généralisé aux transports, les touristes vont-ils reprendre leurs comportements d'avant ou garderont-ils les comportements adoptés pendant la pandémie ?

La synthèse ci-après vise rappeler les résultats principaux de chacune de ces étapes.

PARTIE 1 : SYNTHÈSE DES RECHERCHES ACADÉMIQUES

Les recherches bibliographiques avaient comme objectif de faire un état des connaissances dans différents domaines.

Définition et sens donné au tourisme

Dans un premier temps, il était nécessaire de délimiter le phénomène touristique et de comprendre son fonctionnement systémique. Ainsi est mis en évidence le déploiement de la civilisation industrielle qui s'est accompagné de l'instauration d'un temps hors travail dont la fonction est de permettre le relâchement relatif des contraintes. En réalité, ce changement de lieu signifie quitter le lieu du quotidien vécu comme aliénant et participant des contraintes qui pèsent sur la vie quotidienne pour se diriger vers des lieux dédiés, conçus, arrangés pour favoriser le relâchement des contraintes, et ce en mettant en œuvre des pratiques qui elles aussi concourent à la *recréation* des individus. C'est pourquoi nous définissons le tourisme comme un système qui a pour finalité la *recréation* des individus et ce système comprend des lieux, des pratiques, des acteurs, des normes et valeurs... (Équipe MIT, 2002) Prendre en compte cette définition écarte de fait l'idée que les individus peuvent se passer du tourisme, parfois qualifié d'activité futile.

Développement durable et impacts environnementaux

La relation entre tourisme et environnement est forte. Toute action humaine induit un impact et les effets de nos déplacements sont multiples sur l'environnement (émission de gaz à effet de serre (GES), consommations d'énergie, nuisances visuelles et sonores, consommation de terres agricoles et naturelles, rupture de corridors écologiques...). Cela pose la question d'un tourisme durable avec pour corollaire la question des mobilités touristiques durables.

Si nous admettons que les effets sur l'environnement provoqués dans le lieu touristique sont peu différents de ceux qui auraient pu être produits au lieu de résidence, la question essentielle, s'agissant du tourisme, est bien celle des transports. Depuis les deux dernières décennies, le secteur des transports a connu de nombreuses mutations. Sous l'impulsion des États, une vague de libéralisation et de déréglementation a été conduite dans de nombreux pays conduisant à une ouverture à la concurrence. Celle-ci concerne tous les modes de transports et de façon chronologique, l'aérien, le ferroviaire et le transport par autocar. Il en résulte une augmentation de l'offre et une mutation de celle-ci, avec principalement,

l'apparition du modèle *low cost*. Celui-ci a apporté une très forte concurrence intra et intermodale mais a eu aussi la capacité à générer un nouveau trafic (trafic d'induction). On note donc une contradiction entre cette volonté politique forte de renforcer l'offre en transport, et notamment aérien, et les impératifs de développement durable.

L'évolution du comportement du consommateur

Cette étude s'inscrit dans l'univers des recherches qui s'attachent à comprendre dans quelle mesure les comportements durables peuvent trouver leur écho dans les choix de vacances et de modes de transport. Cette problématique répond au paradoxe « attitude-behaviour gap » qui illustre l'incohérence entre des consommateurs se déclarant sensibles aux problématiques environnementales mais n'intégrant pas cette dimension dans leurs comportements de vacances. Juvan et Dolnicar (2016) ont étudié les comportements touristiques de citoyens engagés professionnellement (consommateurs impliqués dans des associations / organisations pour la protection de l'environnement). Même si ces consommateurs faisaient preuve d'un comportement éthique et responsable dans leur vie quotidienne et professionnelle, ils donnaient moins d'importance au respect de l'environnement lorsqu'ils étaient en vacances. Même correctement informés sur les émissions de carbone des transports (en particulier de l'aviation) et des activités liées au tourisme, ils doutaient de l'impact négatif de ces impacts.

En réalité, la sensibilité aux questions environnementales semble avoir une incidence limitée sur la consommation touristique et uniquement si elle n'intègre pas de contraintes (Miller, Merrilees et Coghlan, 2015). Pour réduire leur dissonance cognitive (Festinger, 1957), les consommateurs touristes développent des stratégies diverses : sous-estimer la situation, rejeter la responsabilité sur les cas les plus graves, nier sa propre responsabilité, ou trouver des raisons pour ne pas être plus durable en vacances (manque d'argent / d'informations / d'options). La sensibilité durable semble donc peu transpirer dans les choix touristiques, et on peut s'interroger sur l'impact de la pandémie dans cette équation.

Si la quasi-totalité des personnes interrogées dans notre étude sont respectueuses de l'environnement dans leur vie quotidienne, ces considérations sont relayées au second plan lorsqu'il s'agit de voyages touristiques où d'autres motivations dominent. De la même façon, l'obligation de limiter ses déplacements pendant la crise sanitaire ne semble pas remettre en question les déplacements lointains qui ont simplement été reportés dans le temps.

Notre analyse révèle une faible prise en compte des événements extérieurs et des pressions sociétales sur les mobilités touristiques de ces hypermobiles. Le sens du tourisme, le relâchement des contraintes, et plus particulièrement la pratique de la découverte rendent compte d'une grande stabilité lorsque les contraintes, notamment économiques, sont faibles voire inexistantes.

Références :

Juvan E., Dolnicar S. (2016): Measuring environmentally sustainable tourist behaviour.

Annals of Tourism Research, 59, 30-44.

Miller D., Merrilees B., Coghlan A. (2015): Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism* 23, 26-46.

Équipe MIT (2002): *Tourisme 1. Lieux communs*, Belin Editions.

Festinger I. (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford university press, Stanford.

PARTIE 2 : SYNTHÈSE DE L'ANALYSE QUANTITATIVE

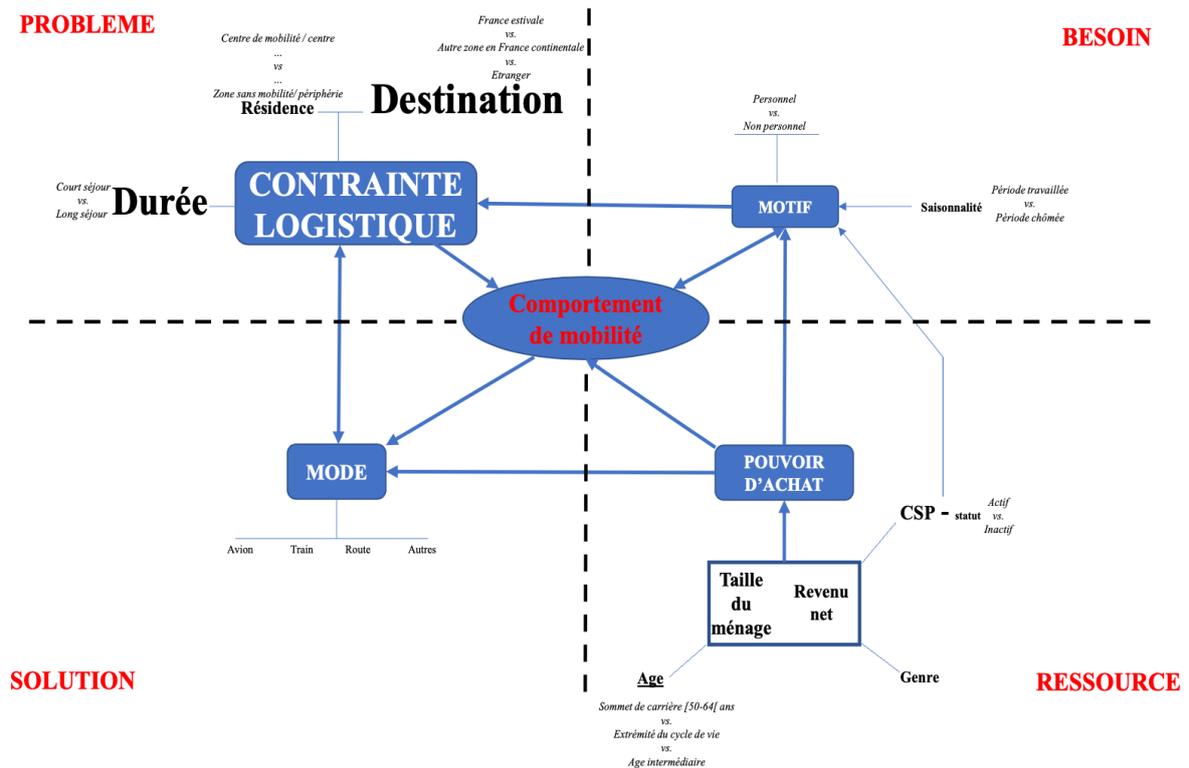
La deuxième étape a consisté à réaliser une analyse quantitative de la population des « touristes¹ » sélectionnés dans le cadre de l'enquête dite SVT, Suivi des déplacements touristiques, menée par l'organisme Kantar et commandée par la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l'économie et des finances. Pour cette observation, un panel de 20 000 ménages est interrogé chaque mois et tous les trimestres. Au sein de ces derniers, nous avons sélectionné ceux qui ont voyagé le plus pendant l'année 2019, qui a précédé la pandémie ; nous les qualifions « d'hypermobiles ».

L'analyse a permis de mettre en évidence quatre critères clés de l'hypermobilité française :

1. L'**âge** au niveau duquel l'hypermobilité est caractéristique des individus au sommet de leur carrière professionnelle ;
2. Le **pouvoir d'achat** valorisant les plus hauts revenus par tête du foyer ;
3. La contrainte logistique qui mixte le couple **résidence-destination** et la **durée des séjours** effectués ;
4. Le motif principal de mobilité au niveau duquel l'hypermobilité suppose une flexibilité dans la **gestion de son arbitrage travail-loisir**.

¹ L'enquête dite ici Kantar était réalisée par cet organisme sur la commande de la DGE (enquête SDT), auprès des personnes mobiles dites « touristes » au sens institutionnel du terme soit tous les déplacements impliquant une nuitée hors de la résidence principale pour différents motifs. Les statistiques produites distinguaient cependant les voyages privés de ceux réalisés pour une finalité professionnelle.

Le modèle explicatif du comportement de mobilité est le suivant :



Ce modèle structure en France les déterminants et les profils de la mobilité de la manière suivante :

	MOINS HYPERMOBILE			INTERMÉDIAIRE			PLUS HYPERMOBILE		
AGE	Début & fin de cycle de vie			Intermédiaire [25-50] ans			Sommet de carrière [50-64] ans		
RESSOURCE ÉCONOMIQUE FAMILIALE	-1 500 euros / mois En couple avec enfant	-1 500 euros / mois En couple sans enfant	-1 500 euros / mois Vivant seul	+1 500 euros / mois Vivant seul	+1 500 euros / mois En couple sans enfant	+1 500 euros / mois En couple avec enfant	+3 000 euros / mois En couple avec enfant	+3 000 euros / mois Vivant seul	+3 000 euros / mois En couple sans enfant
DESTINATION	Reste de la France			France estivale			Etranger		
RESIDENCE	Limousin - Champagne - Ardennes, la Picardie En périphérie		Alsace - Lorraine - Nord - Centre Dans un centre	Autre Région En périphérie		Autre Région dans le centre	Sud-Ouest Région Parisienne En périphérie		Sud-Ouest Région Parisienne Dans un centre
MOTIF PRINCIPAL DE MOBILITÉ	Non Personnel		Personnel	Non Personnel		Personnel	Non Personnel		Personnel
MODE	1 2 3			1 2 3			1 2 3		
	MOBILE ROUTIER			HYPERMOBILE ROUTIER			MOBILE AERIEN & HYPERMOBILE ROUTIER		

NB : la taille des icônes est proportionnelle à la propension à utiliser le mode de transport

Cette structuration des profils d'hypermobiles se consolide dans le temps, sachant que des contraintes financières, familiales ou logistiques restent à relâcher pour un accès plus large à la mobilité aérienne.

Quelques profils contrastés de mobilité se dessinent :

Profil 1 : L'hypermobile absolu

Je suis plutôt un homme au sommet de ma carrière professionnelle qui vit en couple sans enfant et bénéficie d'une situation financière confortable (plus de 3 000 euros nets de revenu mensuel familial) en exerçant un métier où je garde une très grande liberté de gestion de mon temps. Ceci me permet de voyager souvent à l'étranger pour des motifs professionnels mais également personnels avec une part de séjour long non négligeable à côté de séjours courts fréquents. Mes déplacements sont facilités par le fait que je réside dans une ville capitale d'un centre régional de mobilité (à l'extrême la ville de Paris). Si j'utilise l'avion pour mes déplacements longs, il n'est pas rare que mes déplacements en France continentale soient réalisés en avion. Mon mode de vie s'accommode moins que le Français moyen d'une dépendance à un véhicule personnel, même si naturellement il reste mon mode de transport le plus récurrent au quotidien. Je cumule en réalité parfaitement hypermobilités aérienne et routière. Au total, je ne subis aucune contrainte pour satisfaire mes besoins de déplacement que ce soit sur le plan économique ou logistique.

Ce profil d'hypermobile contribue fortement à l'hypermobilité routière surtout pour les individus qui disposent d'un revenu net mensuel de ménage supérieur à 6 000 euros. Ce profil s'oppose radicalement au profil 6 du simple voyageur peu mobile.

Profil 2 : Le mobile aérien professionnellement « libre »

Je suis une femme au sommet de sa carrière professionnelle qui vit seule ou en couple avec enfant et bénéficie d'une situation financière confortable (au moins 3 000 euros nets de revenu par mois du ménage) en exerçant un métier dans lequel je gère librement mon temps. Ceci me permet de voyager relativement souvent à l'étranger professionnellement mais également pour des motifs personnels avec une part de séjour long non négligeable à côté de séjours courts fréquents. Mes déplacements sont facilités par le fait que je réside dans une région bien desservie en termes de transport avec des connexions routières ou ferroviaires vers les zones aéroportuaires, même si je vis au quotidien dans une ville périphérique aux centres régionaux

de mobilité. Mon hypermobilité se justifie par des déplacements professionnels et mixtes non négligeables tous modes de transport confondus que je couple avec des déplacements personnels plus volontiers en avion. De ce point de vue, je suis une hypermobile intermodale mais je subis une contrainte économique et / ou logistique que l'hypermobile absolu ne connaît pas.

Profil 3 : Le mobile aérien professionnellement « contraint »

Je suis un homme au sommet de sa carrière professionnelle qui vit en couple plutôt sans personne à charge et bénéficie d'un statut social et d'un revenu net mensuel confortables. Cependant mon métier prenant contraint l'usage de mon temps libre. Je n'ai donc pas tout le loisir de bénéficier de ma localisation quotidienne dans une ville / région centre de mobilité car si j'ai des vellétés de voyage à l'étranger, elles restent inassouvies. Je profite donc de déplacements professionnels à l'étranger et m'accommode des séjours personnels réguliers courts dans des zones géographiques nationales voire européennes.

Profil 4 : L'hypermobile routier

Je suis un homme en milieu de carrière professionnelle qui vit dans une famille peu nombreuse (seul ou en couple au plus 2 enfants). Je bénéficie d'un revenu net mensuel intermédiaire (entre 1 500 et 3 000 net). Je ne peux donc pas envisager, aussi fréquemment que les mobiles aériens, des déplacements à l'étranger. Je me contente de courts séjours possibles en fonction d'une liberté toute relative de gestion de mon arbitrage-loisir. Bien qu'habitant dans une zone peu propice à la mobilité (ville périphérique de centre de mobilité voire exclu des grands axes de transport), je n'hésite pas à recourir massivement à mon véhicule individuel pour de longs déplacements personnels au-delà de mes besoins professionnels. Mon rayon de mobilité personnelle est la France continentale et l'Europe, avec une appétence pour le train légèrement supérieur au Français moyen.

Ce profil est l'antichambre des profils 2 puis 1 au fil de la progression de la carrière professionnelle.

Profil 5 : Le mobile routier

Je suis un homme plutôt en début de carrière professionnelle avec un revenu disponible limité (moins 1 500 euros net par mois) dont le bénéfice est contraint par plusieurs facteurs tels une famille nombreuse et un poste de travail d'exécution restreignant mon arbitrage travail-loisirs. De ce point de vue, ma mobilité répond à des motifs de déplacement plutôt mixtes que

personnels. Du coup, si je me déplace, je reste dans la proximité géographique de mon lieu de résidence et donc je voyage plutôt en France continentale. Ceci est d'autant plus vrai que mon accès à une diversité de modes de transport est plus que limité par le fait que je réside dans une zone d'exclusion ou périphérique des principaux réseaux de transport. Par conséquent, je dépends fortement d'un véhicule individuel. Néanmoins, si je suis contraint de me déplacer sur de plus longues distances, en raison de mon budget limité, je peux privilégier comme tout Français moyen le train. Ma mobilité routière est en réalité davantage subie que choisie.

Profil 6 : Le simple voyageur

Je suis plutôt une femme qui cumule au moins trois des quatre contraintes suivantes :

1. (i) de fortes contraintes économiques car je ne suis pas insérée professionnellement ou reste cantonnée à un revenu familial faible (moins de 1 500 euros net) ;
2. (ii) de fortes contraintes professionnelles car si je suis active professionnellement au mieux j'occupe un poste d'exécutante avec des horaires de présence assignés à un poste de travail sans mobilité professionnelle ;
3. (iii) de fortes contraintes familiales car je suis mère d'enfants plutôt en début de vie scolaire ou j'accueille sous mon toit un adulte à charge ;
4. (iv) de fortes contraintes de localisation car mon pouvoir d'achat m'exclut des zones urbaines les mieux desservis en modes de transport.

Au total, mon choix d'usage du temps libre est fortement contraint et subi. Aussi, je ne peux que me déplacer en véhicule individuel le plus souvent. Néanmoins, je m'accommode des modes collectifs terrestres si je n'ai pas le luxe de posséder un véhicule individuel et que j'ai la chance d'avoir une connexion à ces modes de transport à proximité de ma résidence. J'utilise donc entre autres le train dès que le coût et le temps de transport restent compatibles avec mes contraintes budgétaires et temporelles. Mon rayon de voyage est de ce fait limité à des déplacements plutôt en France continentale et plus rarement en Europe pour un motif personnel dont les vacances quand elles sont exceptionnellement finançables.

Il s'agit ici de 6 profils contrastés sachant que la réalité des situations est plus complexe. Des configurations intermédiaires ou croisant des caractéristiques des 6 profils précédents peuvent être également décrites. L'analyse qualitative doit donc permettre de nuancer les profils contrastés présentés.

Au-delà des conclusions précédentes tirées des observations quantitatives sur l'année 2016, d'un point de vue historique (2009-2016), un recul du nombre de voyageurs est observable parallèlement à un renforcement tendanciel du nombre de mobiles aériens. Il apparaît que le

phénomène de mobilité est assez procyclique. Le contexte économique limite l'effet de cohorte qui soutiendrait une transition de l'état de voyageur à celui d'hypermobile aérien et routier en fonction de l'ascension professionnelle.

Pour autant, les disparités persistent entre les sous-groupes de mobilité (voyageur vs. hypermobiles, mobiles aériens vs. hypermobiles routiers). Ce sont les critères de déplacement qui singularisent les mobiles aériens par rapport à l'hypermobilité en général, là où ce sont les critères liés à la personne qui singularisent les hypermobiles routiers. Néanmoins, pour expliquer l'évolution des comportements de mobilité, les contraintes logistiques et l'appétence pour un mode spécifique de transport (critères de déplacement) changent moins vite que les contraintes économiques et les motifs de déplacement (critères sur la personne).

Au total, la dynamique de mobilité semble s'expliquer par des facteurs de long terme (les critères de déplacement) relativement inertes, des facteurs de court terme (la conjoncture économique) plus volatiles, et des facteurs intermédiaires de moyen terme (les critères liés à la personne).

PARTIE 3 : SYNTHÈSE DE L'ANALYSE QUALITATIVE

La dernière phase, qualitative, s'est focalisée sur un échantillon de trente ménages, choisis selon des critères validés par le FVM. Les contacts mobilisés, qui ont réalisé au moins 8 déplacements dans l'année, présentaient les profils suivants : 9 personnes correspondant au type « hyper mobiles aérien », soit au moins un voyage en avion, 13 personnes à « hyper mobiles intermodaux », et 8 « hyper mobiles voiture », qui n'ont eu recours qu'à ce seul mode de transport². Sans surprises, ces personnes disposent de revenus élevés : 5 813 euros par mois en moyenne, soit 3,2 fois le revenu médian pour une personne vivant seule en France et une fois et demie pour un couple avec deux enfants de moins de 14 ans, selon l'Insee. Toutefois, un individu dispose d'un revenu très élevé, en l'excluant, la moyenne s'abaisse à 4 979 euros, ce qui reste supérieur au revenu médian. Il n'a pas pu être réalisé d'analyse selon le genre car les personnes répondaient au nom du ménage et l'échantillon ne comptait que trois femmes vivant seules, disposant du reste des revenus les plus faibles.

Des entretiens semi-directifs de 45 minutes à 1h30, ont alors été menés selon une grille d'entretien divisée en quatre parties. Après l'approfondissement du profil, au-delà des informations communiquées par Kantar (catégorie âge, sexe, localisation de la résidence principale, revenus), l'interrogation a porté sur le sens donné aux mobilités touristiques, ensuite sur l'attention accordée aux questions environnementales, avant d'aborder les éventuels changements dans les pratiques suscités par la tension nouvelle induite par la crise sanitaire, et éventuellement par le changement climatique.

Les entretiens ont été retranscrits intégralement puis des grilles de réduction ont permis de structurer l'analyse. Les réponses sont peu divergentes et le nombre d'entretiens a été suffisant pour atteindre la saturation sémantique. Précisons que dans une démarche qualitative, il n'existe pas de seuil quantitatif satisfaisant en soi, mais que, au contraire, c'est l'atteinte d'une saturation des réponses qui permet de considérer que le nombre est satisfaisant.

La découverte, plutôt lointaine, et la sociabilité, plutôt en France, dominant

La recherche s'est d'abord attachée à décrire les pratiques³ mises en œuvre par les hypermobiles. Ces dernières sont organisées en combinaisons par les touristes. Cette étude qui

² Trois personnes sélectionnées par Kantar n'ont pas donné suite aux sollicitations, l'organisme a fourni trois remplaçants, sans que cela ne modifie la répartition réalisée.

³ Le concept de pratiques touristiques a été proposé initialement par Pascal Cuvelier (1998) afin de remplacer le terme de consommation jugé réducteur. Selon l'auteur, la « pratique » est ce que « les touristes font et le sens

n'avait pas pour objet leur analyse précise s'est centrée sur les dominantes, soit celles qui occupent le plus de temps, ou/et qui fondent le choix de la destination. Toutefois, l'entretien a permis de nuancer et d'intégrer la distinction de catégories secondaires. Les 30 personnes interrogées avaient la possibilité de citer tous leurs déplacements pendant l'année 2019. 109 voyages ont ainsi été relevés, dont 63 avaient la France pour destination et 49 l'international et la France d'outre-mer (FOM).

La découverte domine largement (38 mentions) et se réalise plutôt à plus longue distance, à l'étranger ou dans la France d'outre-mer (21) sans exclure la France qui suit de peu (17 citations). Elle devance la sociabilité (citée 23 fois) qui a ici été plutôt caractérisée par les relations amicales et au sein de la parentèle. La France domine nettement cette fois, 19 contre 4. Cette plus grande fréquence est renforcée si nous ajoutons les types intermédiaires, comme les associations entre sociabilité et découverte (7 citations dont 4 avec l'international et la FOM comme destination) d'une part, et découverte et sociabilité (2 et 2) d'autre part. Le repos, ou soin de soi, ne présente que 10 occurrences avec une nette domination de la destination France (9 contre 1). Les activités physiques⁴ viennent ensuite avec 8 mentions, la France devançant là également les destinations plus lointaines (7 pour 1). Les autres catégories sont peu représentées.

	France	International et FOM	Total
Découverte	17	21	38
Sociabilité	19	4	23
Repos	9	1	10
Activités Physiques	7	1	8
Sociabilité/Découverte	3	4	7
Découverte/ Sociabilité	2	2	4
Repos Sociabilité	3	0	3
Repos/Découverte	1	1	2
Activités Physiques/ Sociabilité	1	1	2
Découverte Repos	1	0	1
Découverte Activités Physiques	0	1	1

qu'ils donnent à ce qu'ils font » (pages 88-89). L'Équipe MIT a ensuite intégré cette proposition dans le concept de tourisme défini comme un système, soit « un ensemble d'éléments dont les pratiques, les lieux les acteurs... qui a pour finalité la récréation des individus » (Knafou et Stock, 2013).

⁴ Suivant l'analyse de Roger Caillois (1967), nous considérons que les touristes n'exercent par une activité dite sportive, qui a pour finalité la compétition institutionnalisée, mais s'adonnent à des jeux, ou miment les sportifs. Au-delà, les touristes et les sportifs ne constituent pas des catégories étanches, mais un continuum de pratiques entre deux pôles extrêmes (Équipe Mit, 2002).

Tableau : Principales pratiques et associations croisées avec les deux catégories de destinations France ou International et FOM (France d'outre-mer) pour 2019

Au-delà, une grande variété des pratiques et des fréquences des associations avec les deux catégories spatiales s'observe. Au total, 24 ménages, soit 8 sur 10, ont quitté l'hexagone pour une pratique touristique, à comparer avec le taux de départ à l'étranger qui s'élève à 25% pour l'ensemble des partants, selon les mesures effectuées par la DGE. Sans surprise, les personnes disposant de plus hauts revenus voyagent plus, et plus loin. Cependant, 6 n'ont effectué aucun déplacement à l'étranger ou dans la FOM. Parmi ces six, nous relevons certes les moins bien rémunérés du panel, et notamment trois femmes vivant seules, dont deux ont charge de famille, mais d'autres éléments interviennent. Pour un ménage, c'est un choix de privilégier la France, les enfants étant jeunes. Par ailleurs, parmi les plus mal lotis économiquement, des ruses permettent de sortir du territoire comme l'échange de maison, le recours à des offres du CE ou profiter des offres de vols *low-cost*. Pour autant la France demeure très fréquentée par tous, un seul répondant a précisé ne pas avoir y mis en œuvre de pratique touristique.

Les choix modaux

Pour leurs mobilités, les individus interrogés ont privilégié les modes de déplacement les plus polluants, soit la voiture et l'avion (chacun pour 28/30) alors que le train est moins utilisé sans être négligé (18/30). Or, le transport est le point noir du tourisme et ce choix est motivé par quatre types de déterminants. Premièrement la destination intervient. Pour l'hexagone, le train concurrence la voiture, mais quasiment uniquement lorsque la destination est un centre-ville de métropole vers lequel les TGV se révèlent plus concurrentiels. Mais au contraire, la voiture l'emporte dès lors que le projet se porte sur une destination moins aisément accessible, ou qui nécessite des mobilités sur place. Par exemple, l'utilisation de la voiture est incontournable lorsque l'on sollicite des déplacements sur place ou la nécessité d'un approvisionnement en fond de vallée (cherté des prix pratiqués en altitude), ou lorsque la pratique suppose une itinérance.

Ensuite, les déplacements en famille orientent le choix vers l'automobile, en raison du coût cumulé du train selon le nombre de personnes concernées mais aussi à cause des bagages, surtout lorsque des équipements volumineux doivent être emmenés comme les skis. Globalement, la voiture est considérée comme plus accessible que le train qui est systématiquement considéré comme trop cher. L'offre *low-cost* de la SNCF n'a pas été mentionnée, alors qu'elle l'est très fréquemment pour l'avion. Enfin, le lieu de résidence

intervient. Les ménages, notamment sans enfants, qui résident dans les centres des métropoles, ou qui sont bien reliés aux gares des LGV par les transports en commun, utilisent plus le train. Au-delà, la voiture bénéficie d'une image positive associée à la praticité et à une plus grande liberté, alors que le train comme l'avion sont plus souvent associés à des contraintes. Par ailleurs, l'image des utilisateurs typiques du train interpelle. Le train est davantage associé aux déplacements professionnels, ou essentiellement associé à des personnes jeunes aux moyens limités. Pour certaines personnes, le fait d'accéder à l'automobile exclut l'usage du train. Cependant, pour les utilisateurs du TGV, les qualificatifs sont positifs : « rapidité », « confortable », « pratique ». Utilisé pour les liaisons radiales, les répondants déplorent l'absence de liaisons transversales. L'avion est reconnu comme indispensable pour les voyages sur de longues distances, en raison de l'efficacité supposée. Il n'est pas sûr que les raisonnements incluent toujours les temps d'accès aux aéroports. Cependant, pour 12 répondants, l'offre aérienne *low cost* a encouragé la mobilité touristique. Le prix est alors l'argument déclencheur car le différentiel avec d'autres modalités de transport est sans appel.

Mais la pandémie n'aura pas d'effets

La recherche s'est poursuivie en questionnant les individus sur leurs intentions futures de voyages : est-ce que la Covid aura des effets sur leurs pratiques et pourrait les inciter à adopter des pratiques touristiques plus vertueuses sur le plan environnemental ?

Pour cette approche plusieurs questionnements ont été menés sur les (nouvelles) pratiques induites par la crise sanitaire, en tentant de percevoir les leviers au changement de pratiques (renoncement, nouvelles pratiques...), et en observant les réactions à plusieurs propositions de leviers : taxation, interdiction, quotas carbone, nouvelle organisation des temps entre travail et congés.

La crise a eu des effets temporaires indéniables, avec notamment une découverte réorientée vers la France. Mais ces modifications ne semblent pas se consolider dans le temps : les voyages prévus à l'international n'ont été que suspendus et seront reprogrammés. La plupart des individus affirment leurs intentions de reprendre les voyages « comme avant » dès que ce sera possible.

La pandémie n'a donc pas modifié l'attitude vis-à-vis des déplacements touristiques. Pourtant, au quotidien, les personnes interrogées sont sensibilisées et adoptent plutôt des comportements influencés par la question environnementale. Par ordre décroissant, ils affirment trier les déchets et faire un compost, pratiquer le covoiturage, utiliser le vélo et les transports en commun, chercher à réaliser des économies d'énergie, et d'eau, notamment par un usage raisonné de la

climatisation et du chauffage, l'isolation de la maison... et réduire les emballages comme favoriser les producteurs locaux. Les engagements durables au quotidien restent dissociés de ceux que l'on pourrait avoir dans le choix des mobilités vacancières.

Mais, les voyages touristiques constituent une consommation hédonique, un achat plaisir pour lesquels les considérations environnementales sont peu prises en compte. Le désir de voyager reste plus fort, le projet touristique constitue une rupture essentielle pour le bien-être, et elle implique le déplacement vers un lieu dont la qualité est essentielle à sa réalisation. Au-delà, les préoccupations environnementales se sont renforcées dans de nombreuses destinations touristiques, et les touristes s'y comportent comme au quotidien dès lors que les acteurs professionnels et institutionnels mettent en place les conditions nécessaires (tri, mobilités douces, gestion durable...).

Conclusion

La consommation touristique reste un incontournable dans la sphère de consommation du XXIème siècle. Ce rapport s'est proposé de dresser un constat et une analyse globale sur les hypermobiles, quels que soient leurs modes de transport. Sans surprise, on constate que le statut social et le niveau de revenus viennent conditionner les pratiques de voyages observées. L'aérien, notamment, est très connoté par le statut économique des individus interrogés. L'étude a identifié les motivations clés du désir de vacances et s'est également attachée à investiguer les comportements pro-environnementaux et les choix de transport de l'échantillon d'hypermobiles étudié. Si les résultats confirment la place du statut socio-économique dans les choix de voyages, on constate également que les considérations environnementales, même si elles sont très présentes dans le quotidien des individus, ne se transposent pas dans l'univers des vacances. L'étude a été réalisée en plein épisode pandémique, et cela a également permis aux chercheurs de questionner l'impact, supposé durable et environnementalement bénéfique, de la pandémie. Les résultats sont sans appel et démontrent plus que jamais que la soif pour les voyages et le tourisme reste centrale dans les projets de vie, on constate même qu'elle a été renforcée par la pandémie. Considérées comme un dû, les vacances restent des moments à part de découverte et de retrouvailles, qui sont essentielles à l'équilibre d'individus souvent urbains et sous pression professionnelle. La faible transposition des considérations environnementales dans le quotidien des vacances reste une problématique malheureusement bien ancrée. Cependant l'étude montre que des améliorations, notamment dans la tarification des transports ou dans les temps alloués aux vacances peut potentiellement permettre d'améliorer les comportements pro-environnementaux en vacances.