20 novembre 2020

SENIORS ET TOURISME DE MASSE

Nous sommes tous concernés

Qu'est-ce que le tourisme de masse ?

Le tourisme peut-il à la fois croître et être durable ?

Réfléchir sur le tourisme, c'est agir pour le futur

1. Une industrie qui ne cesse de croître

« Voyages, coffrets magiques aux promesses rêveuses, vous ne livrerez plus vos trésors intacts. Une civilisation proliférante et surexcitée trouble à jamais le silence des mers. Les parfums des tropiques et la fraîcheur des êtres sont viciés par une fermentation aux relents suspects, qui mortifie nos désirs et nous voue à cueillir des souvenirs à demi corrompus. […] Ce que d'abord vous nous montrez, voyages, c'est notre ordure lancée au visage de l'humanité[1]. »

Dans son célèbre Tristes Tropiques, l'anthropologue Claude Lévi-Strauss écrivait sa désillusion devant une culture qui, comme la mer, abîme sur son passage les plus beaux paysages pour ne laisser dans les yeux que l'horizon gris d'une vague nostalgie. Cet ouvrage a été publié il y a plus de soixante années, alors qu'existait dans les pays industrialisés une certaine forme de tourisme de masse, mais dont l'ampleur était sans commune mesure avec celui que nous connaissons actuellement.

Dans cette analyse, nous proposons de réfléchir sur ce que l'on appelle couramment le tourisme de masse. Nous ne pouvons plus nier l'inégalité des retombées économiques, l'exploitation de population, la dégradation des milieux, la folklorisation et l'affaiblissement de la diversité culturelle, ni la lourde empreinte écologique. Il y aurait encore certaines plages, paysages tranquilles au sable doré, préservées des touristes pullulants. Il y aurait encore des traditions non perverties et des territoires à explorer. De moins en moins.

La crise sanitaire impacte l'industrie touristique considérablement. Pour autant, rien n'indique qu'elle ne retrouvera pas, avec le temps, son fonctionnement normal, sa vitesse de croisière : à toute allure !

Bien que les médias rapportent une « honte de prendre l'avion » chez certains voyageurs à la suite d'une conscientisation écologique[2], au niveau international son utilisation croît toujours. Pour l'année 2018, sa part atteint 58 % de l'ensemble des modes de transport[3]. Le transport aérien mondial a comptabilisé plus de 4 milliards de voyages en 2018[4] – soit 1.5 % des émissions de dioxyde de carbone totales[5].

Bref regard historique sur le tourisme

Rien de bien nouveau

Déjà au 17ème, l'élite aristocratique faisait parcourir l'Europe à sa jeunesse dans des voyages initiatiques appelés *Grands Tours*. Ce tourisme se voulait une recherche d'authenticité, une quête d'apprentissage, un besoin de distinction... L'équivalent de notre année sabbatique !

Une réalité historique...

Au 20ème siècle, toute une partie de la population des pays industrialisés, grâce aux congés payés, va accéder à ce loisir. Il n'est plus réservé aux seules élites : le tourisme se démocratise[6]. Il devient, en quelque sorte, un droit à revendiquer.

Par la suite, son extension aux pays émergents a redéfini les frontières de son industrie : « [Il] s'affirme, depuis la fin des années 1970, une troisième révolution touristique : celle d'un tourisme de masse mondialisé et diversifié[7]. » Si les flux touristiques mondiaux demeurent inégaux et qu'encore un voyageur international sur deux soit européen[8], le leadership occidental est temporaire.

...Et géographique...

En effet, le tourisme interne est populaire dans les pays en développement, où il contribue fortement à la croissance en raison de son poids économique. Le développement économique de pays anciennement à la marge, la Chine en tête, va sans nul doute avoir de profondes répercussions sur l'industrie touristique. L'émergence de ces régions crée de nouveaux réservoirs touristiques – ce ne sont plus seulement des régions où l'on voyage, mais d'où l'on part. La Chine compte environ 143 millions de départs internationaux en 2017, alors qu'elle en enregistrait près de 5 millions il y a 20 ans[9]. L'OMT estime que ce nombre doublera d'ici 2027[10].

...Devenue objet de critiques

Cette notion renvoie désormais à une pratique mauvaise. Il est défendu d'autres manières de voyager : plus écologiques, plus égalitaires, plus authentiques,... Bref, il est défendu l'idée d'un tourisme qui doit être durable. Seulement, pouvons-nous concilier à la fois ***durabilité*** et ***croissance*** ?

Quelques données chiffrées

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) enregistre 1,4 milliard d'arrivées de touristes internationaux pour l'année 2019 (contre 600 millions, 20 années auparavant)[11]. À ce chiffre, doivent s'ajouter ceux voyageant au sein de leur propre pays.

Il est ainsi estimé que les dépenses du tourisme domestique mondial représentent **73 %** de l'ensemble des dépenses touristiques[12], avec plus de 5 milliards de voyages internes[13]. De fait, il n'est aujourd'hui plus possible d'omettre le tourisme domestique.

Il y a toujours plus de lieux touristiques visités : à quand des voyages organisés dans l'espace ?

L'***œkoumène touristique*** ne cesse s'étendre. Les lieux autrefois inaccessibles, ces « espaces de mérite » – que l'on mérite autant qu'ils nous méritent en raison de leur exclusivité (les toits du monde, par exemple) – sont intégrés au reste du paysage visité[14]. Les chiffres du tourisme augmente continuellement, si bien que voyager dans zones encore non touristiques peut devenir une véritable course contre la montre.

L'ŒKOUMÈNE EST UNE NOTION EN GÉOGRAPHIE DÉSIGNANT L'ESPACE TERRESTE HABITÉ PAR L'HUMANITÉ.

Faut-il alors limiter le tourisme ? La régulation des flux de la masse touristique pose une question éthique, comme le souligne le WTTC dans une recherche sur l'*hypertourisme* : le principe de ***value over volume***, qui conduit à préférer à un tourisme de masse un tourisme durable, peut favoriser les inégalités[15]. Le tourisme est limité, le développement de son industrie est contrôlé.

L'exemple du Bhoutan, où est exigée une dépense minimale de 200$ par personne et par jour, est en cela significatif. Il s'agit véritablement de « *promouvoir le Bhoutan en tant que destination touristique haut de gamme d'une manière qui soit conforme aux principes du bonheur national brut*[16]*.* »

2. Tourisme de masse et tourismes alternatifs

Si l'industrie touristique pose bon nombre de problèmes, pourquoi serions-nous pour autant tous concernés ? Ne faudrait-il pas simplement condamner le tourisme de masse et préférer d'autres formes de voyage ?

Certains actes sont évidemment nuisibles, du tourisme sexuel aux groupes de jeunes qui squattent les plages, laissant sur le sable une montagne de canettes. Il y a aussi ces villages sur le parcours d'un safari et qui deviennent quasiment des zoos humains, ou ces quartiers historiques désertés pour laisser place aux Airbnb. Mais la réalité se présente-t-elle vraiment de manière si manichéenne ? Où situer la frontière entre l'un et l'autre de ces deux pôles ? Comment distinguer ce qui relève du bon et du mauvais tourisme ?

Le tourisme de masse est bien souvent défini en opposition aux multiples formes du tourisme alternatif, comme ***deux pôles d'un même continuum***. Dans cette perspective, le tourisme de masse serait constitué de cet agrégat de vacanciers, dénué d'autonomie, qui consomme le voyage comme un bien standardisé. Ceux-ci font la file devant les monuments, pour voir et photographier ce qu'il est recommandé de visiter, ils suivent le troupeau avant de s'étendre sur le sable. Ils agiraient en bétail, regarderaient passer les bateaux de plaisance.

Inversement, l'*écotourisme*, le *volontourisme* ou le *tourisme équitable* sont perçus comme des pratiques valorisant l'individualité du voyageur, le rendant responsable. Ce dernier voyagerait alors pour des raisons nobles : aider, apprendre, développer. Érigé en tant que figure floue de l'altérité, le *touriste jugé* existe par et pour la valorisation de ses propres pratiques, et garder bonne conscience.

« AINSI, TOUT CE QU'IL PEUT Y AVOIR D'APPAREMMENT IRRATIONNEL DANS LE COMPORTEMENT TOURISTIQUE EST REJETÉ SUR LA TÊTE D'UN TOURISTE DE RÉFÉRENCE ET ATTRIBUÉ À LA MODE, À L'OBSCURANTISME, À LA BÊTISE HUMAINE OU À L'ALIÉNATION[17]. »

Force est d'admettre que le tourisme de masse souffre d'une définition claire. Celle-ci évolue, car notre regard sur le tourisme est lui même changeant. Ce qui était apprécié hier est dénoncé aujourd'hui, ce qui était inédit et valorisé se banalise. En tant que pratique différente de la masse, le tourisme alternatif semble réservé

Exemple de cas : les *backpackers*

Un sac à dos, des rêves pleins la tête et peu en poche, les *backpackers* sont ces voyageurs qui parcourent le monde, et que l'on présente parfois comme « contestataire[s] du tourisme de masse » et réfractaires à la surconsommation.

Quoique diverses puissent être les manières de faire l'aventure, ce mode de voyage n'est pas entièrement distinct des autres, notamment en raison du décalage entre leurs illusions et « les réalités du tourisme hors des sentiers battus ». Il s'agit même, à certains égards, d'***une pratique normalisée***[18]. Ils font gonfler, eux aussi, les comptes statistiques de l'industrie du tourisme.

En effet, *backpackers* et autres touristes se retrouvent tous dans les mêmes avions *low-cost,* au sein des mêmes enclaves touristiques (les aéroports par exemple), lesquelles sont des lieux obligés de passage avant de sortir des routes tracées par la masse touristique.

Le *backpacking* tend à s'institutionnaliser, et pourtant ces voyageurs construisent leur identité à partir d'un rejet du tourisme[19]. Ce refus d'appartenir à une même communauté, celle de la masse touristique, se comprend d'autant mieux que s'affaiblissent, dans les faits, les barrières de cette frontière symbolique. Autrement dit, les backpackers participent à ce principe de distinction – imitation expliqué précédemment.

Allons plus loin. Il faut comprendre que le tourisme alternatif rend parfois touristique des endroits qui ne l'étaient pas nécessairement, et il ne garantit aucunement que ceux-ci échappent, par la suite, à un afflux massif de touristes : « L'expérience routarde semble porter en elle sa propre annihilation[20]. » La massification du tourisme contribue à « la mise en fiction du monde[21] », à sa *disneylandisation*, par une opération aseptique, parfois anesthésique, « mettant en scène un prétendu paradis perdu[22] ». Le touriste souffre d'être son propre ennemi car son *amour jaloux*[23] pour des lieux non touristiques, autour desquels est véhiculée une certaine image d'authenticité, participe de ce *dénaturement* qu'il déplore. L'***œkoumène touristique*** s'accroît.

à une certaine élite (sociale, économique, culturelle) qui a les moyens et les opportunités de faire d'autres choses.

« LE TOURISME DE MASSE, TELLEMENT DÉCRIÉ, EST À L'ÉVIDENCE PLUS ÉGALITAIRE POUR CEUX QUI LE PRATIQUENT. LE TOURISME HORS DE SENTIERS BATTUS EST PAR AILLEURS EXCLUANT[24]. »

Le tourisme se développe selon un principe perpétuel de ***distinction***, par les couches supérieures qui innovent dans leurs pratiques touristiques, et imitation, par les couches inférieures qui se les réapproprient[25]. Ainsi, le tourisme alternatif ne peut pas être considéré comme l'envers du tourisme de masse, notamment parce qu'il reste intégré, au moins toujours partiellement, dans l'industrie touristique. Ce mode de voyage se popularise, devient en quelque sorte *à la mode*.

Un discours plus « flexible », qui ne définit pas le tourisme de masse selon une certaine pratique de voyage ou un type de consommation, devrait être adopté[26]. En effet, pour certains, nous serions aujourd'hui passés « du tourisme de masse aux tourismes de masse[27] » ; pour d'autres, questionnant le discours moralisateur qui s'empare du tourisme, « toutes les formes modernes de tourisme sont du tourisme de masse[28] ». Autrement dit, si toute forme de tourisme appartient désormais à la nébuleuse touristique, ***le tourisme de masse serait-il devenu un pléonasme ?***

3. Le marché des seniors

La population belge vieillit. Cette tendance, loin d'être marginale, se retrouve dans les autres pays d'Europe. En effet, la retraite n'implique pas un désengagement de la vie sociale (pensons au bénévolat), et ne peut certainement pas être considérée comme une période d'oisiveté. Les transformations démographiques en cours ont déjà des répercussions sur l'ensemble de la société : il est difficile d'imaginer, à l'avenir, composer sans cette frange de la population, encore trop fréquemment exclue de certains secteurs.

La *silver economie*, terme utilisé pour désigner les activités économiques liées aux seniors, est un marché grandissant, auquel le secteur du tourisme n'échappe pas. D'aucuns considèrent que le vieillissement est même l'une des tendances mondiales qui va le plus impacter cette industrie mondiale[29].

La participation des seniors s'explique souvent par le ***temps libre*** que donne le passage à la retraite. Nous pouvons aussi évoquer l'envie de briser la routine et la solitude, voire simplement de changer d'air – les secondes résidences constituent elles aussi une forme de tourisme. Les retraités semblent plus enclins que le reste de la population à participer à des voyages en groupe. On observe, chez les femmes principalement, le phénomène des *amies de voyages*, faisant des voyages organisés un « catalyseur du lien social[30] ».

Le tourisme se mondialise, se diversifie, se démocratise jusqu'à être un objet de revendication. En effet, la démocratisation du tourisme doit aussi passer par son ouverture à l'ensemble de la population : il doit devenir ***accessible à tous*** (l'âge, le handicap ou la précarité ne peuvent plus être un frein)[32]. L'offre touristique doit s'adapter à une demande croissante de besoins particuliers : il faut prendre en charge la santé, faciliter les déplacements, etc. Ceux qui hier ne voyageaient pas, sont aujourd'hui intégrés à la masse des touristes.

EN BELGIQUE, POUR L'ANNÉE 2014, 37.8 % DES PLUS DE 65 ANS AVAIENT FAIT AU MOINS UN VOYAGE ; ALORS QU'ILS SONT 51.3 % EN 2018 – CE QUI EST MOINS QUE LA MOYENNE NATIONALE TOUT ÂGE CONFONDU (67.7 %) MAIS SUPÉRIEUR À LA MOYENNE POUR LES SENIORS DE L'EUROPE DES 27 (48.8 %)[33].

Comprendre les motivations qui poussent les individus à voyager permet de mieux adapter l'offre touristique ; d'autant plus que les seniors peuvent avoir des besoins bien particuliers : pensons aux aménagements pour faciliter la mobilité ou encore à l'assurance en cas de soucis soudains de santé.

Nous aurions tort de considérer que les seniors constituent une catégorie homogène et entièrement distincte du reste de la population. Ainsi, leurs pratiques touristiques sont encore fort diverses les premières années suivant la retraite. Elles tendraient évidemment à se ressembler avec le vieillissement : perception des risques et invalidité modifient les façons de voyager[31].

Saviez-vous que... ?

- En Belgique, les seniors voyagent davantage hors des frontières nationales. Seuls 8 % ne voyagent qu'à l'intérieur du pays, alors que, en comparaison, 42 % des seniors français le font.

- Les seniors sont en général moins intéressés par le tourisme que les autres. En Belgique, le désintérêt pour le voyage grimpe jusqu'à atteindre six seniors sur dix, ce qui en fait la cause principale avant les problèmes financiers ou de santé[34] !

L'âge, un critère imparfait en 3 raisons.

1. Nous pourrions soutenir qu'il existe une certaine ***continuité*** dans nos pratiques touristiques. Une fois la retraite arrivée, nous ne rompons pas subitement avec notre vie d'avant... Les envies, les motivations, les besoins ne changent pas du jour au lendemain, mais évoluent et s'adaptent à notre ***cycle de vie***[35].

2. Le tourisme est une pratique récente qui se transforme continuellement, si bien que « les seniors d'aujourd'hui ne sont pas les personnes âgées d'hier[36] ». La génération des *baby boomers* voyagent différemment que leurs parents, même s'ils sont eux aussi des seniors : ils auraient une « culture du voyage » et une volonté d'indépendance[37].

3. On ne s'identifie pas toujours à son âge chronologique[38]. Dès lors, l'industrie touristique doit adapter son offre pour répondre aux demandes variées des seniors, dont les attentes sont parfois celles d'une population plus jeune.

4. Que retenir de tout ceci ?

Dans cette analyse, nous avons décalé le débat trop souvent axé sur une opposition entre bon et mauvais tourisme. À ce manichéisme, nous avons préféré apporter un regard plus nuancé. Réfléchir sur la question du tourisme conduit, presque inévitablement, à être confronté à des paradoxes. Un équilibre doit être trouvé entre le droit, pour les touristes, de voyager et le droit, pour les habitants, de vivre[39]. Cet équilibre est d'autant plus important que voyager devient accessible à tous : ***le tourisme se démocratise***.

Le *tourisme durable* présente une contradiction interne : ***sa durabilité dans le temps***[40]. La croissance peut-elle être vraiment durable ? Pourra-t-on contenir l'ampleur que prend l'industrie touristique ?

SOMMES-NOUS CONDAMNÉS À RESTREINDRE LE TOURISME, QUI EST UN ACQUIS DÉMOCRATIQUE, OU À PLAINDRE LES EFFETS DESTRUCTEURS D'UN PHÉNOMÈNE INCONTRÔLÉ ?

L'*hypertourisme*

Saviez-vous que « selon l'OMT, 95 % des touristes mondiaux s'agglutineraient sur moins de 5 % des terres émergées[41] » ?

On entend parfois le terme d'*hypertourisme* pour évoquer des villes comme Venise ou Barcelone. Ces hauts lieux touristiques[42] ne sont toutefois pas les seuls concernés : certains endroits fonctionnent en accueillant un grand nombre, alors que d'autres sont fragilisés par quelques voyageurs ponctuels.

Nous avons vu qu'il est difficile de critiquer le tourisme de masse sans tenir des propos contradictoires. Et si le problème n'était pas tant les touristes, que l'on se plaît à accabler, que les lieux touristiques ? Il faudrait alors évaluer la « capacité de charge[43] » qu'ils sont capables de supporter.

Ainsi, l'objectif prioritaire est de réguler les flux car ils peuvent avoir des conséquences importantes sur les territoires : dégradation du milieu, difficulté de vivre pour les résidents, etc[44].

Le cas des seniors illustrent parfaitement cela : l'intégration des *silver haired* à ce marché contribue à sa massification.

Pour réfléchir aux meilleurs moyens d'adaptation, peut-être faut-il ralentir : voyager localement, s'informer, prendre le temps, prendre conscience de ses droits et devoirs pour mieux agir. Il faudrait tirer les bénéfices du tourisme responsable afin de les exploiter sur une grande échelle. En ce sens, la durabilité devrait devenir la norme et non se contenter d'être l'alternative. Puisque le tourisme ne cesse de croître, que nous devons *faire avec,* nous pourrions défendre le projet d'un « tourisme de masse éclairé[45] », où le nombre ne serait plus une menace mais une force pour réaliser des ***transformations concrètes***.

Et les seniors… ?

Nous avons vu que les seniors sont de plus en plus intégrés au marché du tourisme. Et s'ils pouvaient contribuer, par leur expérience et leur rythme de vie, à ce ***voyager autrement*** ? Il s'agirait de refuser le *après moi les mouches*, de relentir un peu et de prendre le temps.

Prenons le cas de la Grèce qui, suite à la crise qu'a connu le pays, voit dans le tourisme un moyen de dynamiser son économie. Cependant, en tant que 13ème destination mondiale de tourisme international, les touristes affluent dans le pays : 30 millions en 2018[46]. Cela n'est pas sans conséquences sur le milieu ; de nombreuses îles grecques souffrent d'*hypertourisme*[47]. Le marché des seniors peut offrir une alternative à l'arrivée massive des touristes, sans pour autant déstabiliser l'économie du pays. Un tourisme culturel peut être envisagé, ce qui correspond à leur manière de voyager[48].

De plus le pic estival de participation est moins prononcé chez les seniors qui voyagent plus volontiers tout le long de l'année[49]. Exploiter l'opportunité de la retraite permettrait peut-être de désengorger les grandes villes touristiques.

Ouvrons le débat...

• Fuir la masse pour découvrir de nouveaux paradis conduit bien souvent à élargir l'œkoumène touristique, à touristifier un peu plus le monde. Vivre son expérience et, *après moi, les mouches...* ? Qu'en est-il du milliard de touristes qui voyagent, et des autres milliards qui rêveraient de le faire ?

• Les seniors sont toujours plus nombreux à voyager. Ils participent pleinement à l'industrie touristique et donc à la massification du secteur. Ils prennent l'avion, veulent vivre de nouvelles expériences, découvrir le monde et fuir la routine. Comment leurs pratiques peuvent-elles aider à rendre le tourisme plus durable ? Partir hors des hautes saisons, voyager localement, consommer sans consumer, s'intéresser aux impacts sur le milieu ?

Pour aller plus loin...

Quelques lectures plaisantes :

• Augé, Marc, *L'Impossible Voyage. Le tourisme et ses images* Paris, Editions Payot & Rivages, 1997, 208 p.

• Brunel, Sylvie, *La planète disneylandisée. Pour un tourisme reponsable*, Editions Sciences Humaines, « Essais » 2012, 312 p.

• Lévi-Strauss, Claude, *Tristes tropiques*, Paris, Plon, « Terre humaine », 1993 [1955], 504 p.

À regarder pour le plaisir de s'instruire :

• Taddeï, Frédéric. 2020. « Faut-il plus ou moins de touristes ? » *Interdit d'interdire*, RT France. Émission disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=GycZ8eveNpY.

Notes bibliographiques

1 Lévi-Strauss, Claude, *Tristes tropiques*, Paris, Plon, « Terre humaine », 1993 [1955], 504 pages, p. 36.

2 « "Honte de prendre l'avion" : comment le "flygskam" est en train de changer nos habitudes », *Le Courrier International*, Courrier Expat, le 29 octobre 2019. https://www.courrierinternational.com/revue-de-presse/tendance-honte-de-prendre-lavion-comment-le-flygskam-est-en-train-de-changer-nos, Consulté le 29 mars 2020.

3 *Faits saillants du tourisme*. *Edition 2019*, Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid, 2019.

4 Données de la Banque Mondiale. https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IS.AIR.PSGR, Consulté le 29 mars 2020.

5 « Transport and Climate Change 2018 Global Status Report ». *Global Status Report*. BMU, 2018.

6 Boyer, Marc, *Le tourisme de masse*, Paris, L'Harmattan, 2007, p. 107.

7 Sacareau, Isabelle, Benjamin Taunay, et Emmanuelle Peyvel. *La mondialisation du tourisme. Les nouvelles frontières d'une pratique,* Rennes, Presses Universitaires de Rennes, « Espace et territoires», 2015, 264 pages.

8 OMT, 2019.

9 Données de la Banque Mondiale. https://donnees.banquemondiale.org/indicator/ST.INT.DPRT?locations=CN, Consulté le 29 mars 2020.

10 OMT, 2019.

11 OMT, 2019.

12 « Domestic Tourism. Importance and Economic Impact », *World Travel & Tourism Council*, 2018.

13 « Domestic Tourism in Asia and the Pacific », *World Tourism Organization*, Madrid, 2013.

14 Goeury, David, « Les espaces du mérite, ou la valorisation touristique de l'enclavement dans les vallées du Haut-Atlas central (Maroc) et du Zanskar (Inde) ». In *Dimension spatiale des inégalités*, par Isabelle Backouche, Fabrice Ripoll, Sylvie Tissot, et Vincent Veschambre, Rennes, Presses universitaires de Rennes,« Géographie sociale » , 2011, p. 251-68.

15 « Coping with success: Managing overcrowding in tourism destinations », *World Travel & Tourism Counci*l, McKinsey & Company, 2017.

16 Tourism Council of Bhutan, *Tourism Policy*. https://www.tourism.gov.bt/about-us/tourism-policy, Consulté le 19 mars 2020.

17 Burgelin, Olivier, « Le tourisme jugé ». *Communications,* 10, 1967, p. 65-96.

18 Le Bigot, Brenda. « Le "tour du monde" des backpackers, voyage normalisé ? », *Aux marges du tourisme : utopies et réalités du tourisme hors des sentiers battus*, 2016.

19 Welk, Peter. « Chapitre 5. The Beaten Track : Anti-Tourism as an Element of Backpacker Identity Construction », In *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*, par Greg Richards et Julie Wilson, Channel View Publications, 2004, p. 77-91.

20 Delmas, Antoine. « Des représentations aux incidences socio-spatiales du tourisme de routard, le cas du Groenland ». *Téoros,* 32, n° 1, 2013, 89-99.

21 Augé, Marc, *L'Impossible Voyage. Le tourisme et ses images* Paris, Editions Payot & Rivages, 1997, 208 pages.

22 Brunel, Sylvie, *La planète disneylandisée. Pour un tourisme reponsable*, Editions Sciences Humaines, « Essais » 2012, 312 pages, p. 270.

23 Lévi-Strauss, 1993, p.405.

24 Gravari-Barbas, Maria, et Marie Delaplace. « Le tourisme urbain « hors des sentiers battus ». Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains », *Le tourisme hors des sentiers battus*, 34, n° 1-2, 2015. http://journals.openedition.org/teoros/2790.

25 Boyer, 2007

26 Vainikka, Vilhelmiina. « Rethinking Mass Tourism ». *Tourist Studies*, 13, n°3, 2013, p. 268-86.

27 Le Gargasson, Christine, Dalila Messaoudi, et Frédéric Leriche. « Du tourisme de masse aux tourismes de masse ». In *Géographies du tourisme*, par Edith Fagnoni, A. Colin, 2017, p. 68-79.

28 Butcher, Jim, « Chapitre 3: The Morality of Mass Tourism », In *Mass Tourism in a Small World*, par David Harrison et Richard Sharpley, CABI, 2017, p. 28-39.

29 Tutek, Emanuel, « Tourism Megatrends. 10 things you need to know about the future of Tourism », *Horwath HTL*, 2015. http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf, Consulté le 20 mars 2020.

30 Caradec, Vincent, et Ségolène Petite, « Voyages organisés à la retraite et lien social », *Retraite et société*, vol. 56, n° 4, 2008, p. 139-168.

31 Chen, Sandy C., et Stowe Shoemaker, « Age and cohort effects: The American senior tourism market », A*nnals of Tourism Research*, 48, 2014, p. 58-75.

32 *Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach*, World Tourism Organization, Madrid, 2016.

33 « Tourism trends and ageing », Statistics Explained, *Eurostat*, Février 2020.

34 Eurostat, 2020.

35 Chen et Shoemaker, 2014.

36 Le Serre, Delphine, et Corinne Chevalier, « Quand le vieillissement démographique génère des opportunités : Le nouveau marché touristique des senios français, comment l'appréhender ? », *Revue Française du Marketing*, 2013, pages 39-57, p. 40.

37 Pochet Pascal, Bernard Scheou, et François Soulage, « Le tourisme à l'âge de la retraite », *Conseil National du Tourisme*, 2001.

38 Le Serre et Chevalier, 2013.

39 Perkumiene, Dalia, et Rasa Pranskuniene, « Overtourism: Between the Right to Travel and Residents' Right ». *Sustainability*, 11, 2019.

40 Knafou, Rémy, « Le tourisme réflexif, un nouveau fondement d'un tourisme durable », *Arbor*, 193, n° 785, 2017.

41 Escudié, Jean-Noël. 2018. « Tourisme de masse : manne ou calamité ? » Banque des territoires, 30 juillet 2018. https://www.banquedesterritoires.fr/collectivites-epl. Consulté le 27 août 2020.

42 « 25th World Travel Monitor Forum in Pisa: Intenational travel industry needs new strategies to manage "overtourism" », *Messe Berlin,* 14 décembre 2017.

43 Propos tenus par l'anthropologue Saskia Cousin dans Taddeï, Frédéric. 2020. « Faut-il plus ou moins de touristes ? » *Interdit d'interdire*, RT France. Émission disponible à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=GycZ8eveNpY. Consulté le 27 août 2020.

44 *World Travel & Tourism Council*, McKinsey & Company, 2017.

45 Weaver, 2017.

46 « Faits saillants du tourisme. Edition 2019 », *Organisation mondiale du tourisme*, Madrid, 2019.

47 Kyriakou Dimitrios, et Dimitrios Belias, « Is Silver Economy a New Way of Tourism Potential for Greece ? », In T*ourism, Culture and Heritage in a Smart Economy. Springer Proceedings in Business and Economics*, par Katsoni V., Upadhya A., Stratigea A. (eds). Springer, Cham, 2017, p. 425-435

48 Patterson, Ian, et Shane Pegg. « Chapitre 11: Ageing travellers: Seeking an experience and not just a destination ». In *Accessible Tourism. Concepts and Issues*, par Buhalis D. et Darcy S., Channel View Publications, 2010, 174-90.

49 Eurostat, 2020.

Âgo

Rue de Livourne, 25- 1050 Bruxelles

Pour nous suivre :
https://www.ago-asbl.be/ et également sur Facebook

Pour nous contacter :
Téléphone : 02/ 538 10 48
Courriel : info@ago-asbl.be

Analyse rédigée et mise en page par : Marin Buyse

Avec le soutien de :