

Table des matières

| | |
|---|------|
| Liste des tableaux | vii |
| Liste des figures | viii |
| Liste des abréviations | ix |
| Introduction | 1 |
| 1. Question de recherche et objectifs de l'étude..... | 2 |
| 2. Méthodologie | 4 |
| 3. Revue de la littérature | 6 |
| 3.1 Tourisme et tendances | 6 |
| 3.2 La naissance du mouvement slow | 8 |
| 3.3 Le slow food | 9 |
| 3.4 Città slow | 9 |
| 3.5 Le slow tourism..... | 10 |
| 3.6 Le slow tourism dans le monde | 14 |
| 3.7 Le slow tourism en Suisse | 14 |
| 3.8 Comparaison avec d'autres formes de tourisme | 17 |
| 3.9 Tourisme à Lausanne, en chiffres | 18 |
| 3.10 Environnement à Lausanne..... | 19 |
| 4. Présentation et analyse de l'enquête quantitative, partie 1 | 22 |
| 4.1 Méthodologie de l'enquête | 22 |
| 4.2 Informations sociodémographiques | 22 |
| 4.3 Connaissances, opinions et pratiques du slow tourism | 24 |
| 4.4 Synthèse et analyse de la première partie de l'enquête quantitative | 29 |
| 5. Analyse des entretiens qualitatifs semi-directifs | 31 |
| 5.1 Analyse concernant les entreprises proposant des services touristiques. | 31 |
| 5.1.1 Les objectifs de la création de l'entreprise | 32 |
| 5.1.2 La présentation de l'offre et son lien avec le slow tourism | 32 |
| 5.1.3 La hausse de la fréquentation | 34 |
| 5.1.4 Les conséquences de l'offre au niveau environnemental..... | 35 |
| 5.2 Analyse concernant les offices de tourisme | 35 |
| 5.2.1 Les prochaines tendances à attendre | 36 |
| 5.2.2 L'engagement environnemental des offices de tourisme..... | 36 |
| 5.2.3 L'augmentation du tourisme à Lausanne et les conséquences environnementales..... | 37 |
| 5.2.4 Le positionnement et les stratégies des offices de tourisme..... | 37 |

| | | |
|-------|--|----|
| 5.3 | Analyse concernant les départements et services de la ville de Lausanne..... | 38 |
| 5.3.1 | Les objectifs du service et les actions menées pour y répondre..... | 38 |
| 5.3.2 | L'augmentation du tourisme dans la ville | 40 |
| 5.3.3 | Le slow tourism à Lausanne | 40 |
| 5.4 | Synthèse générale de l'analyse des entretiens qualitatifs semi-directifs | 41 |
| 6. | Présentation et analyse de l'enquête quantitative, partie 2 | 44 |
| 6.1 | Besoins et attentes de la population francophone..... | 44 |
| 6.2 | Synthèse et analyse de la deuxième partie de l'enquête quantitative..... | 48 |
| 7. | Le slow tourism comme réponse aux besoins et attentes de la population..... | 51 |
| 7.1 | Besoin lié à l'environnement | 51 |
| 7.2 | Besoin lié au temps..... | 51 |
| 7.3 | Besoin lié au fait de se retrouver | 51 |
| 7.4 | Besoin lié à l'authenticité..... | 52 |
| 7.5 | Besoin lié au stress..... | 52 |
| 7.6 | Besoin lié au local..... | 52 |
| 7.7 | Besoin lié à la découverte | 53 |
| 7.8 | Besoin lié à la nature..... | 53 |
| 8. | Les besoins et attentes de la population en termes de tourisme..... | 54 |
| 9. | Les impacts du slow tourism sur l'environnement | 57 |
| 9.1 | Les émissions de gaz à effet de serre..... | 57 |
| 9.1.1 | Transports | 58 |
| 9.1.2 | Restauration..... | 59 |
| 9.1.3 | Hôtellerie | 59 |
| 9.1.4 | Achats de voyageurs | 59 |
| 9.2 | L'augmentation des déchets | 60 |
| 9.3 | La pollution | 61 |
| 9.4 | La consommation des ressources naturelles | 61 |
| 9.5 | Charge du tourisme sur place | 62 |
| 10. | Les limites de la pratique du slow tourism | 63 |
| 11. | Synthèse générale..... | 66 |
| | Conclusion..... | 69 |
| | Références | 71 |
| | Déclaration de l'auteure | 79 |

Liste des tableaux

| | |
|--|----|
| Tableau 1: Connaissance du slow tourism selon l'âge et le canton | 24 |
| Tableau 2: Expériences de slow tourism..... | 26 |
| Tableau 3: Caractéristiques des voyages réalisés par les sondés | 27 |
| Tableau 4: Besoins actuels de la population auxquels le slow tourism peut répondre | 44 |
| Tableau 5: Contradictions entre les besoins de la population..... | 54 |
| Tableau 6: Causes des émissions de gaz à effet de serre..... | 57 |
| Tableau 7: Analyse SWOT des limites de la pratique du slow tourism | 63 |

Liste des figures

| | |
|---|----|
| Figure 1: Les six dimensions composant le slow tourism | 12 |
| Figure 2: Transformation du logo de la ville de Lausanne touristique..... | 18 |
| Figure 3: Stratégie du développement durable de la ville de Lausanne | 20 |
| Figure 4: Cantons de résidence des répondants à l'enquête quantitative | 23 |
| Figure 5: Moyens de prise de connaissance de l'existence du slow tourism..... | 24 |
| Figure 6: Caractéristiques du slow tourism..... | 25 |
| Figure 7: Catégories du slow tourism | 28 |
| Figure 8: La Pyramide de Maslow | 56 |

Liste des abréviations

| | |
|-----|--------------------------------------|
| OMT | Organisation mondiale du tourisme |
| OTV | Office du Tourisme du canton de Vaud |
| GES | Gaz à effet de serre |

Introduction

Le tourisme international tel que nous le connaissons aujourd'hui est né grâce à la révolution industrielle du XIX^e siècle. En Suisse, comme ailleurs dans le monde, cette révolution amène avec elle le développement de moyens de transports, tels que les chemins de fer en 1830 (Tissot, 2014) ou le développement du transport aérien ainsi que l'amélioration de certains facteurs sociaux, tels que l'introduction des congés payés en 1966 en Suisse (Schumacher, 2015) et l'augmentation du pouvoir d'achat (Hochstrasser, 2002) qui changent alors le rapport des individus au tourisme.

Le tourisme de masse fait apparaître, avec lui, une standardisation de l'offre (Hochstrasser, 2002) afin de répondre aux besoins du plus grand nombre. Mais, petit à petit, une offre hétérogène devient essentielle (Tanguay, 2004) afin de répondre aux nouvelles tendances touristiques telles que vivre des expériences porteuses de sens (Booking, 2018). De nouvelles formes de tourisme voient alors le jour et, parmi elles, le slow tourism, qui amène avec lui une plus grande sensibilité des voyageurs à la question de la préservation de l'environnement.

Le but de ce travail est alors de définir cette forme de tourisme et d'analyser de quelle façon elle est présente dans la ville de Lausanne. Ceci dans le but de définir ensuite ses impacts environnementaux dans la destination ainsi que les limites de sa pratique.

Tout d'abord, une définition du slow tourism et ses différences avec d'autres formes de tourisme seront présentées. Ensuite, la façon dont le tourisme lent est perçu par autrui sera mise en évidence grâce à une analyse quantitative réalisée. La seconde partie de ce travail synthétise les résultats obtenus des 11 entretiens qualitatifs menés auprès de divers acteurs du tourisme et services de la ville de Lausanne concernant les enjeux environnementaux et touristiques de la ville ainsi que l'offre de slow tourism proposée. Enfin, dans la dernière partie de ce travail, une analyse quantitative mettra en lumière les besoins actuels de la population générale et en termes de tourisme. De plus, les diverses informations récoltées au long du travail ont été utilisées afin de déterminer les limites de la pratique du slow tourism et seront présentées dans cette dernière partie.

1. Question de recherche et objectifs de l'étude

Ce travail a pour question de recherche « Le slow tourism à Lausanne. Qu'en est-il de ce concept touristique dans la ville de Lausanne et quels seraient ses effets et impacts au niveau environnemental sur la destination ? ».

Afin de pouvoir répondre à cette question, trois objectifs distincts ont été définis :

Objectif 1 : Définir le slow tourism dans son intégralité et le différencier des autres concepts proches. Déterminer le niveau de reconnaissance de ce concept dans la région francophone de la Suisse.

Le slow tourism étant un concept encore récent, il peut être confondu avec d'autres formes de tourisme et il est alors avant tout primordial de le définir correctement, étant donné que c'est le thème principal de ce travail. Déterminer ensuite à quel point ce concept est connu ou non du public est important car cela permettra de comprendre les différents avis sur ce sujet, son utilisation ou encore son impact sur la population. Le but de cet objectif est alors de dresser un état des lieux concernant le tourisme lent.

Objectif 2 : Déterminer les enjeux touristiques et environnementaux de la destination de Lausanne ainsi que l'offre touristique en termes de slow tourism dans la ville. Déterminer les conséquences environnementales, positives ou négatives, de ce tourisme sur la région étudiée.

L'étude porte sur la ville de Lausanne. Connaître les enjeux touristiques et environnementaux de cette dernière afin de comprendre ses besoins et attentes s'avère donc être indispensable. En second lieu, étudier, au sein de l'offre touristique globale de la ville, si une forme de slow tourism est mise en œuvre et comment obtenir un panel représentatif de cette dernière et de sa pratique sera nécessaire et permettra ainsi d'évaluer son impact environnemental sur la ville étudiée.

Objectif 3 : Définir les limites, obstacles et dangers du slow tourism en général et au niveau environnemental.

Ce dernier objectif a pour but de définir les limites ainsi que les écueils et/ou obstacles de la pratique du slow tourism dans la ville de Lausanne, au niveau de l'offre, d'un point de vue général ainsi qu'au niveau environnemental. Afin de d'évaluer son utilité, il conviendra également de déterminer s'il répond ou non aux besoins et aux attentes de la population de Lausanne.

2. Méthodologie

Afin de parvenir à répondre aux objectifs de l'étude cités précédemment, différentes méthodologies ont été mises en place et sont alors développées dans ce chapitre.

Méthodologie concernant l'objectif 1

Dans un premier temps, il a fallu se consacrer à une étude de la documentation existante sur le slow tourism ainsi que sur les actions de la ville de Lausanne au niveau touristique et environnemental. Cela était indispensable afin d'appréhender l'objectif de façon correcte et d'obtenir des informations provenant de sources fiables et qui permettaient alors de compléter la connaissance sur ce sujet.

Par la suite, la création d'un questionnaire en ligne a été réalisée. Ce dernier a été diffusé sur Facebook ainsi que LinkedIn. Son but, grâce aux réponses obtenues, était de définir la connaissance et l'opinion des personnes interrogées concernant le tourisme lent.

Méthodologie concernant l'objectif 2

Afin de répondre au deuxième objectif de ce travail, la méthode des entretiens semi-directifs a été choisie. Ces derniers étaient destinés à trois types d'interlocuteurs différents : aux entreprises touristiques, aux offices de tourisme et aux services et entités de la ville de Lausanne. Ces trois types d'acteurs ont été sélectionnés car ils sont tous liés, d'une façon ou d'une autre, à l'activité touristique dans la ville de Lausanne. Les questions posées ne pouvaient pas être les mêmes pour tous les entretiens étant donné que ces entreprises font partie de trois domaines d'activités différents, cela dit, un fil rouge a été créé afin de pouvoir avoir des retours qui puissent être comparés. Les réponses variées obtenues ont alors permis de réaliser une analyse exhaustive de l'offre touristique du slow tourism dans la ville ainsi que ses impacts environnementaux sur cette dernière.

Méthodologie concernant l'objectif 3

Afin de répondre au troisième objectif de ce travail, quelques questions ont été posées dans le même questionnaire réalisé pour répondre au premier objectif de ce travail. Ces dernières concernent les besoins et attentes de la population, les habitudes de voyage des sondés ainsi que leur intérêt écologique. Le but de ces questions était de comprendre ce dont la population a besoin en règle générale ainsi qu'au niveau touristique et alors d'essayer de déterminer de quelle façon le tourisme lent répond ou non à ces attentes.

L'objectif 3 concerne également les limites, les obstacles et les écueils du slow tourism. Grâce aux réponses obtenues lors des entretiens réalisés pour répondre au deuxième objectif, certaines notions ont pu être utilisées pour déterminer l'existence ou non de ces limites. Il a fallu néanmoins ensuite, dans la mesure du possible, réaliser d'autres entretiens semi-directifs avec des professionnels du domaine touristique afin de déterminer de façon plus profonde ces éventuels risques dans la pratique du slow tourism en général ainsi qu'au niveau environnemental.

3. Revue de la littérature

Ce chapitre a pour but de définir les concepts de base utiles à la compréhension de ce travail. Les tendances touristiques sont mises en évidence, les concepts slow, dont le slow tourism, sont soulevés et la situation touristique et environnementale à Lausanne est définie.

3.1 Tourisme et tendances

Le tourisme est un secteur qui ne cesse d'évoluer et qui doit s'adapter aux besoins des consommateurs afin de fonctionner et perdurer. Selon le communiqué de presse de janvier 2019 de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), l'année 2018 a atteint les 1,4 milliard d'arrivées touristiques internationales, attendues initialement pour 2020. Le secteur du tourisme se confirme alors comme étant « un des moteurs les plus puissants de la croissance économique et du développement » (2019a). Selon le Baromètre OMT du tourisme mondial, le premier semestre de 2019, avec environ 30 millions d'arrivées internationales supplémentaires par rapport à 2018, confirme que le tourisme international est en hausse de 4% (2019b).

La tendance du tourisme en 2019 n'est plus au tourisme de masse. Le touriste recherche des expériences uniques porteuses de sens. Booking a mené une étude en 2018 auprès de 21'500 voyageurs dans 29 pays différents afin d'établir les tendances de l'année 2019 (Booking, 2018). Parmi ces dernières, l'apprentissage, le tourisme responsable et la recherche d'expérience sont à prendre en compte pour ce travail. En 2019, Booking a répété son étude sur un échantillon d'environ 22'000 personnes, toujours dans 29 pays, afin de définir les tendances pour l'année 2020. Certaines de ces dernières, entre autres, le développement des villes secondaires ainsi que prendre du temps pour profiter des expériences, se rapprochent des tendances 2019 et sont également à considérer pour ce travail.

Ci-dessous, chaque tendance précitée est expliquée dans le but d'acquérir les connaissances nécessaires en vue de leur compréhension.

L'apprentissage : L'apprentissage est un « processus d'acquisition, par un animal ou un être humain, de connaissances, ou de comportements nouveaux, sous l'effet des interactions avec l'environnement » selon le petit Larousse Illustré (2010). Le touriste cherche dorénavant à donner du sens à ses voyages et à apprendre lors de ces derniers (Booking, 2018).

Le tourisme responsable : Le touriste se renseigne désormais sur la destination car il « pèse les conséquences de ses actes » (Le petit Larousse illustré, 2010). Les conditions de vie des habitants dans la destination sont une préoccupation première lors de la prise de décision de partir. Le touriste préfère changer de destination qu'avoir un éventuel impact négatif sur la destination et ses habitants (Booking, 2018).

La recherche d'expériences : Cette tendance, déjà présente depuis quelques années, ne cesse d'augmenter et de se confirmer. Les touristes souhaitent vivre la destination et non uniquement voir la destination. Éprouver quelque chose de vrai et original est un des objectifs principaux des voyageurs (Booking, 2018).

L'essor des villes secondaires : Cette tendance vise la diminution du tourisme de masse et la protection de l'environnement des lieux visités. En se rendant dans des villes moins connues, l'impact du tourisme de masse serait plus faible que sur d'autres villes actuellement surexploitées. Les voyageurs seraient également prêts à se rendre dans des destinations dans lesquelles une hausse de tourisme pourrait être favorable aux communautés locales (Booking, 2019).

Prendre le temps de profiter des expériences : L'expérience est une tendance déjà présente dans le rapport de Booking de 2018. Cette année 2019, la recherche d'expérience est toujours d'actualité mais la notion du temps est rajoutée. Les voyageurs souhaitent modifier leur rythme de voyage afin de vivre l'instant présent. Profiter du trajet pour rejoindre la destination finale fait partie de leurs envies. La mobilité douce afin de réduire leur empreinte de carbone également (Booking, 2019).

L'article « Les tendances du tourisme en 2019 et à venir », publié dans Le blog *Tourisme Institutionnel*, confirme que certaines de ces tendances 2019 se retrouveront également en

2020 (2019). Notamment, vivre une expérience unique, favoriser les courts-séjours afin de découvrir le patrimoine local de la destination, l'envie de vivre comme un local pour la quête d'authenticité ainsi que les notions du responsable, du durable et de l'éthique seront encore plus présents cette année (Tourisme Institutionnel, 2019).

Ces tendances pour l'année 2019 ainsi que l'année 2020 permettent aux professionnels du tourisme de comprendre les envies et attentes des voyageurs et de leur proposer alors des services adaptés. Entre autres, pour répondre à ces besoins, de nouvelles formes de tourisme, dont le slow tourism, voient alors le jour.

3.2 La naissance du mouvement slow

La naissance du mouvement slow est survenue en réponse aux modes de vies frénétiques du XX^e siècle. Le livre *Éloge de la lenteur* de Carl Honoré mentionne que « l'habitude de la vitesse alimente le besoin constant d'aller plus vite » et donc « la relation au temps devient toujours plus tendue et tourmentée » (2004, p.48).

Dans le même livre, Carl Honoré dit que « nous sommes tous prisonniers du même culte de vitesse » (2004, p.8) et face à ce stress quotidien, Carlo Petrini estime que le mouvement slow donne la possibilité aux personnes de se réapproprier le rythme de leur vie (in Menétray & Toninato, 2010, p.58).

Afin de comprendre ce mouvement alors naissant, il est essentiel de définir le mot slow. Dans son livre, Carl Honoré reprend l'une des définitions possibles de l'adjectif slow apparaissant dans l'Oxford English Dictionary. Cette dernière est : « qui ne comprend pas tout de suite, monotone, inintéressant, ayant des difficultés d'apprentissage, ennuyeux, mou, léthargique » (2004, p.68). Traduit de l'anglais, l'adjectif slow signifie lent et a différents sens. Premièrement, il a le caractère de ce « qui se fait avec lenteur » (le petit Larousse illustré, 2010). Ensuite, selon la même source, il est particularisé comme parcourant relativement moins d'espace dans un même temps donné. D'après tous ces éléments, il est tout d'abord possible de dire que les termes employés pour qualifier le mot slow sont négatifs alors que le mouvement slow souhaite avoir une portée positive sur les personnes le pratiquant. Cette

contradiction peut venir du fait que la vitesse est devenue une habitude pour chacun et que la lenteur est alors vue comme quelque chose de mauvais, bien que cette idée ne soit pas réellement fondée. Enfin, il est concevable de caractériser ce mouvement comme étant étroitement lié au temps et à l'espace.

3.3 Le slow food

La naissance du slow food a eu lieu en Italie, lorsque Carlo Petrini, journaliste et sociologue, a décidé de protester contre la construction du premier McDonald's, symbole du fast-food à Rome en 1986 (KIPIK Conseil, 2017, p. 3). Face à une société modelée par l'industrialisation et la vitesse, Carlo Petrini crée l'association Slow Food, basée sur les valeurs suivantes : « bon, propre et juste » (Slow Food, s.d.) et dont le manifeste de 1989 stipule que « la vitesse est devenue notre prison et nous sommes tous atteints du même virus : la « Fast-Life » (in Slow Food, 2015). Toujours selon le Manifeste, le slow food est alors proposé comme remède car il permettrait de faire « redécouvrir les richesses et saveurs de la cuisine traditionnelle » (in Slow Food, 2015). Les principaux objectifs de cette association respectent alors les affirmations de ce manifeste et encouragent « le retour à une alimentation diversifiée, le respect de la biodiversité ainsi que des traditions gastronomiques et le contact entre le consommateur et petits producteurs » (Menétrey, S. & Toninato, A, 2010, p.60).

3.4 Città slow

Le mouvement slow food fait naître, en 1999, le concept Città slow (ville slow), modèle de gouvernance locale, qui pousse plus loin le principe du slow food « applying the concepts of ecogastronomy at practice of everyday life » (Cittaslow international, 2016a).

« Développer l'identité locale aux dépens de l'homogénéisation globale » (Menétrey, S. & Toninato, A, 2010, p. 59) est l'ambition de ce concept. Cet objectif passe alors par la valorisation de la mémoire et de l'identité de la ville et de ses habitants (Cittaslow International Charter, 2017, p.5).

Afin d'être reconnue comme « Città slow », une ville doit répondre à 72 exigences de qualité, concernant différents domaines tels que l'énergie, la qualité de vie ou encore l'hospitalité (Cittaslow international 2016b). Actuellement, il existe 264 villes considérées comme villes lentes dans le monde entier (Cittaslow list, 2019).

3.5 Le slow tourism

La philosophie des concepts slow ainsi que leurs valeurs se sont également appliquées au tourisme et ont fait apparaître le slow tourism, qui fait actuellement partie des nouvelles pratiques et tendances pour les années à venir (B. 2019). Cette forme de tourisme étant récente, plusieurs définitions plus ou moins complètes existent. Elles apportent une vision plus large sur ses principes et valeurs :

« Un tourisme à rythme lent, garant d'un ressourcement de l'être (physiologique et psychologique), peu émetteur de CO₂, synonyme de patience, de sérénité, de découvertes approfondies, d'améliorations des connaissances et des acquis culturels » (Babou & Callot, 2009, p. 48)

« Slow travel is about deceleration rather than speed. The journey becomes a moment to relax, rather than a stressful interlude imposed between home and destination. Slow travel reengineers time, transforming it into a commodity of abundance rather than scarcity » (Gardner in Bac, 2014, p. 141).

« Slow tourism consists of fewer vacations and longer stays, air travel is not used but other forms of transport which are more environmentally friendly, and transport becomes part of the tourist experience » (Dickinson in Bac, 2014 p.141).

« the most significant principle in slow tourism is attributable to a different concept of vacation, which is no longer characterized by the number and quantity of experiences but is distinguished by living fewer experiences but of quality. Quality for Heitmann constitutes a form of tourism that respects local culture, history and environment and exercises socially

responsible values of diversity and relationship between all the parties involved (tourists with other tourists and with the local community). » (in De Salvo & Calzati, 2018, p. 37).

«To be genuine, « slow tourism » must necessarily observe two essential principles, firstly « taking time », and secondly attachment to a particular place. Adherence to the philosophy of « slow tourism » necessarily involves modifying the daily relationship with time. Taking time means having a different perception of nature, and living in harmony with a place, its inhabitants, and their culture. In that sense, one must be prepared to perceive the environment other than merely by sight, but rather by using all five senses. Every effort must be made to allow the guest to change pace, to look rather than to see, to experience the area rather than to undergo it. Such a philosophy implies, among other things, changing the speed which one moves from place to place. » (Matos, 2004, p.10)

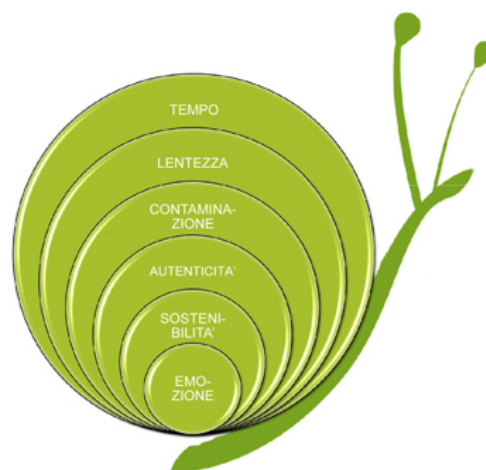
« The project of slow travel / tourism encompasses a philosophical position that resists the homogenising forces of globalisation and the notion of tourism as a commodified experience of mobility and instead offers an alternative vision that celebrates the local; small-scale travel utilising transport modalities that minimise the impacts on the environment and facilitate a closer and more genuine connection with local people. Slow tourism foregrounds the notion of convivial hospitality as being a crucial element in the slow tourism experience and as such strengthens the relations between local and visitor. » (in Fullagar, Markwell, & Wilson, 2012, p.228)

Tel que mentionné par Dickison et Lumsdon, il n'existe pas d'école de pensée à laquelle il est possible de se référer pour définir le slow tourism. Divers auteurs ont développé diverses idées dont certaines valeurs reviennent souvent et peuvent aider à définir ce tourisme (2010,

p.4). Et en effet, à partir des diverses définitions évoquées plus haut, il est possible de mettre en évidence les éléments principaux caractérisant le slow tourism. Tout d'abord le rapport au temps paraît être un des éléments-clé du tourisme lent. Il semble qu'il faut en effet être capable de changer son rapport au temps afin de pouvoir le pratiquer et obtenir alors une prise de conscience lente, mais plus profonde qui permet d'atteindre le but recherché de ce tourisme. L'environnement au sens large, apparaît également occuper une place importante dans le slow tourism. Tout d'abord, cette forme de tourisme respecte les lieux sur lesquels elle est pratiquée ainsi que les lieux qui l'entourent. Ensuite, le tourisme lent est écologique et donc sous-entend un emploi de mobilité douce afin de minimiser les impacts négatifs sur l'environnement y compris les émissions de CO2. De plus, selon cette forme de tourisme, l'expérience touristique commence dès le trajet, entre l'origine et la destination, via l'utilisation des modes de transports doux et change alors le rapport à l'itinérance. Enfin, une immersion dans le lieu visité est nécessaire afin que le touriste puisse ressentir l'environnement et pas uniquement le voir. Un volet économique et social via la connexion avec les locaux apparaît comme quatrième notion. La connexion avec les locaux sous-entend ici de créer des liens avec eux, de consommer au plus proche du local, de découvrir l'histoire et les cultures locales. Le partage et l'échange semblent alors être des valeurs au cœur de cette forme de tourisme.

L'organisation Slow Tourism a défini six dimensions qui composent le tourisme lent et dont il faut tenir compte afin de proposer du slow tourism (Slow Tourism, 2013). Ces dernières sont expliquées ci-dessous :

Figure 1: Les six dimensions composant le slow tourism



Source : Adapté de Slow tourism (2013).

- **Le temps** : Ce point concerne la gestion du temps : Le temps consacré à l'organisation et planification de l'expérience, le temps consacré aux clients. Du point de vue de l'invité, cela s'applique au temps nécessaire afin qu'il se sente confortable et en phase avec son expérience.
- **La lenteur** : Il s'agit d'offrir des produits touristiques de façon plus « lente », c'est le fait de préférer la qualité à la quantité.
- **L'échange** : C'est la capacité des touristes, des communautés locales et des hôtes à créer des relations, à échanger entre eux.
- **L'authenticité** : Elle concerne le vécu de l'expérience considérée comme unique, connectée avec la culture et les traditions du lieu.
- **La durabilité** : Elle se rapporte à l'impact du tourisme sur le lieu et l'environnement naturel et socio-économique local.
- **L'émotion** : Il s'agit de l'aptitude à transmettre de l'émotion à l'invité à travers l'expérience vécue par ce dernier. Créer des moments inoubliables qui le marqueront de façon positive.

En prenant en compte toutes ces définitions différentes et les six dimensions du slow tourism, il serait alors possible de définir le slow tourism comme étant un tourisme local, vivant en adéquation avec son environnement et le respectant. Il se pratique de façon plus lente afin de permettre un changement d'orientation qui met l'accent sur la qualité des expériences et non la quantité. » (Heitmann et al., 2011, p.117) et dès le début, en considérant le trajet, réalisé grâce à la mobilité douce de préférence, comme le début de l'expérience. Il nécessite la participation active du touriste c'est-à-dire, que ce dernier se livre au maximum au lieu qu'il visite et à ses habitants, afin de permettre l'échange, le partage et l'apprentissage entre eux. Grâce à son immersion, le touriste pourra vivre une expérience qui le changera à jamais.

3.6 Le slow tourism dans le monde

Dans le monde entier, afin de se développer et de fonctionner, les entreprises touristiques doivent s'adapter à la demande en proposant des offres qui correspondent aux attentes des consommateurs. Pour le slow tourism, cela fonctionne de la même façon. Ci-dessous sont présentées quelques offres de voyages slow que proposent diverses agences dans le monde.

Passion Terre, au Canada, propose quelques parcours prônant la mobilité douce, sur plusieurs jours (Passion Terre, 2019a). Totonal Viajes est une agence de voyage réceptive se trouvant au Mexique qui propose des voyages faits sur mesure allant à la rencontre des communautés locales et participant à leur développement (Totonal Viajes, 2018). Cooltoural est une agence de voyage qui propose du slow tourism à Malaga afin que le touriste puisse se connecter avec le local et ainsi s'immerger dans sa culture et découvrir la vraie Malaga (Cooltoural, 2018).

En France, différentes agences de voyage proposent des offres de tourisme lent. KooKooning a choisi pour mascotte un paresseux afin de représenter « des slow vacances pour prendre le temps de vivre, de profiter, de découvrir et partager avec des hôtes qui proposent plus qu'un lit » (KooKooning, 2019). Babel Voyages collabore avec différentes agences dans le monde, telles qu'Alter-nativ Brésil, Arvel Voyages ou encore Human Trip, qui sont durables, solidaires ou équitables (Babel Voyages, s.d.) et qui rejoignent alors les principes du slow.

3.7 Le slow tourism en Suisse

En Suisse, les offres de slow tourism commencent à se développer et des événements concernant ce domaine également. Par ailleurs, il existe beaucoup de prestations qui peuvent s'apparenter à du tourisme lent mais qui ne sont pas appelées comme tel.

À Vevey, une agence de voyage qui fait également office de café, Le Goût du Voyage, a ouvert en 2012 (Eigenmann, 2019) et propose divers circuits responsables dont un concernant le slow-life en Toscane (Le goût du Voyage, 2019a). Cette même agence a créé une charte qui

met en avant, entre autres, la micro-économie, l'environnement et les locaux qui font partie des principales caractéristiques du mouvement slow (Le Goût du Voyage, 2019b).

Freedreams, qui se base sur le principe du lent, propose de courts séjours à petits prix. Selon le thème choisi par les clients, Freedreams propose divers hôtels dans lesquels il est possible de loger et où différents mets « régionaux et partiellement écologiques » sont proposés (Freedreams, s.d).

En termes de mobilité, il existe SuisseMobile qui prône la mobilité douce et propose différents moyens de parcourir la Suisse. À vélo, à pied ou encore en canoë, divers itinéraires détaillés, nationaux ou encore régionaux, sont disponibles pour les personnes désirant s'adonner à ces activités (SuisseMobile, s.d.). Cette organisation a créé les journées SlowUp qui interdisent le trafic motorisé pendant un jour, afin de mettre en avant d'autres formes de transports (SlowUp, 2018). Dans le communiqué de presse de l'organisation SlowUp, ces journées, dont la première s'est déroulée en 2000, au Lac de Morat, sont désormais organisées dans divers cantons du pays chaque année et sont un des plus grands événements sportifs populaires ayant lieu en Suisse (SlowUp, 2019).

SuisseRando est une association faitière du tourisme pédestre en Suisse et au Liechtenstein dont un des buts initiaux était de faire connaître la randonnée à la population (SuisseRando, 2019a). Créée en 1934, cette association qualifie cette pratique comme étant une « activité peu influencée par l'homme, saine et riche en découvertes » (SuisseRando, 2019b). Actuellement, 65'000 kilomètres de chemins sont balisés et permettent alors aux habitants de la Suisse ainsi qu'aux touristes de découvrir les paysages du pays. Une sensibilisation à la protection de l'environnement auprès des randonneurs est également possible à travers cette activité (SuisseRando, 2019b).

« Les caves ouvertes » est un événement annuel qui permet de découvrir chaque week-end, une région différente de la Suisse et de rencontrer les vignerons qui produisent les vins présentés ces jours-là (Swiss Wine, 2019). Cette activité œnotouristique met l'accent sur la qualité des produits du terroir et permet de participer à une activité au plus proche du local, en se déplaçant, à pied, de cave en cave, tout en profitant du paysage de la région. Cet

événement est actuellement proposé dans le canton de Genève, de Vaud, du Valais, de Neuchâtel, du Tessin ainsi qu'en Suisse alémanique (Swiss Wine, 2019). Dans le même esprit, la Marche des Cépages, est une marche sur un sentier viticole entre Sierre et Salquenen, ayant pour but de faire découvrir différentes caves à vins. Cet événement a comme objectif de sensibiliser « la préservation de l'environnement, au respect de la biodiversité, du bien d'autrui et de propriétés privés » (Marche des Cépages, 2019). Vins et gourmandises du Vieux Bourg proposent chaque année un parcours d'environ un kilomètre et demi afin de découvrir la commune. À chaque arrêt prévu sur le parcours, les participants peuvent savourer un produit créé par un restaurateur, un fromager ou encore un boulanger de la région ainsi que déguster du vin de Villeneuve (Vins et gourmandises du Vieux Bourg, 2019). Depuis quelques années, la Suisse a repensé l'offre œnotouristique du pays « afin de redynamiser et diversifier ce marché » (De Senger, 2019). Depuis 2008, Lausanne a rejoint le réseau des Capitales de Grands Vignobles qui regroupe des grandes capitales internationales ayant pour point commun leurs régions viticoles (Great Wine Capitals, 2019). En plus de la reconnaissance internationale que cette adhésion lui octroie, cela lui permet d'élargir son offre œnotouristique sur la base de son riche patrimoine viticole et augmente possiblement son attrait aux yeux des touristes.

Depuis 2016 et jusqu'en 2020, la ville de Morges a le projet de devenir une Destination Slow, la première de tout le pays. Cette ville « répond aux aspirations de la population urbaine lémanique » (Secrétariat à l'économie, 2019) à travers cet objectif. Afin de mener à bien ce projet, l'offre touristique slow doit se développer sur différents axes : l'offre urbaine, l'hébergement, la mobilité, l'œnotourisme et les produits du terroir (Innovation Tourism, 2016).

En 2019, le Climathon¹, qui s'est déroulé à Lausanne, s'est intéressé à la thématique du tourisme lent. Un des challenges de cette année-là était la création d'une nouvelle offre touristique respectant le projet de Slow Destination de la ville de Morges (Climathon, 2019).

¹ Un Climathon est un événement de 24h non-stop permettant de travailler sur des challenges portant sur des solutions face aux défis climatiques de la ville dans laquelle le Climathon est organisé. SEFA (2019, 14 octobre). *Qu'est-ce qu'un climathon ?* Récupéré sur <https://www.sefa.ch/entreprise/actualites/climathon-2019>

Cet événement démontre que le tourisme slow est, chaque année, un peu plus présent dans la ville, entre autres.

3.8 Comparaison avec d'autres formes de tourisme

Le développement durable est un concept sur lequel de nouvelles formes de tourisme, dont le slow tourism, se sont construites. Tout d'abord, le tourisme durable qui s'inspire du développement durable est défini par l'OMT comme étant « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil » (s.d.). Il tente donc de respecter les trois piliers du développement durable que sont le pilier social, le pilier environnemental et le pilier économique. Les nouvelles formes de tourisme viennent alors élargir le tourisme durable. Il existe par exemple le tourisme responsable qui fait appel à la conscience sociale du voyageur (Laliberté, 2005). Il calcule ses actes afin d'avoir un minimum d'impacts négatifs sur l'environnement lors de son voyage. Le tourisme équitable lui repose sur une notion plus économique. Basé sur les principes du commerce équitable, il vise une rémunération plus juste pour les communautés locales pour les services et produits qu'elles proposent (Passion Terre, 2019b). L'écotourisme, en revanche, se base davantage sur le pilier environnemental. Selon le Bureau de normalisation du Québec, « il vise à faire découvrir un milieu naturel tout en préservant son intégrité » (in Laliberté, 2005) et en générant un bénéfice pour les communautés locales (Passion Terre, 2019b). Les principes du slow tourism rejoignent également les piliers du développement durable mais il se différencie malgré tout par le fait qu'il est plus qu'une forme de tourisme, il est une philosophie de vie ainsi que considéré comme « un antidote au stress de la vie quotidienne » (Morges Région Tourisme, s.d). Il est donc perçu comme une éventuelle solution aux problèmes actuels de la population. Apparue dans les années 2000, le tourisme lent est un concept relativement récent qui impose un rythme lent au touriste, ce qui l'oblige à s'accorder du temps et à renouer avec l'environnement et la population qui l'entoure (Babel voyages, 2019).

3.9 Tourisme à Lausanne, en chiffres

La ville de Lausanne est principalement caractérisée par deux types de tourisme : Le tourisme d'affaires et le tourisme de loisirs. Le premier représente environ 65%-70% du tourisme dans la ville et le second représente alors les 30%-35% restants (Lausanne Tourisme, s.d.).

Depuis 2018, une nouvelle identité visuelle est donnée à la ville de Lausanne qui change alors de logo. Elle décide de remplacer l'emblème olympique par les traits touristiques considérées comme étant les plus caractéristiques de la ville en tant que destination. Ces derniers sont alors : les escaliers, les ponts, le lac, la cathédrale, la capitale olympique et les Alpes.

Figure 2: Transformation du logo de la ville de Lausanne touristique



Source : Adapté du rapport annuel Lausanne tourisme, 2018, p.17

L'année 2018 a été marquée par une hausse de 2.5% des nuitées à Lausanne par rapport à 2017, ce qui constitue un record (Lausanne Tourisme, 2018, p.2). Selon le rapport annuel de 2018 de Lausanne Tourisme, le mois d'août ainsi que la fin d'année dessinent cette augmentation du tourisme, cela notamment grâce au fort potentiel de l'offre estivale existante à Lausanne ainsi que par les événements mettant en avant la saison d'hiver, tels que le marché de Noël « Bô Noël » ou encore Lausanne Lumières.

Au niveau du tourisme interne dans le canton de Vaud, la région lausannoise garde la plus grande part de marché avec 43.2% de nuitées en 2018 (Lausanne Tourisme, 2018, p.3).

3.10 Environnement à Lausanne

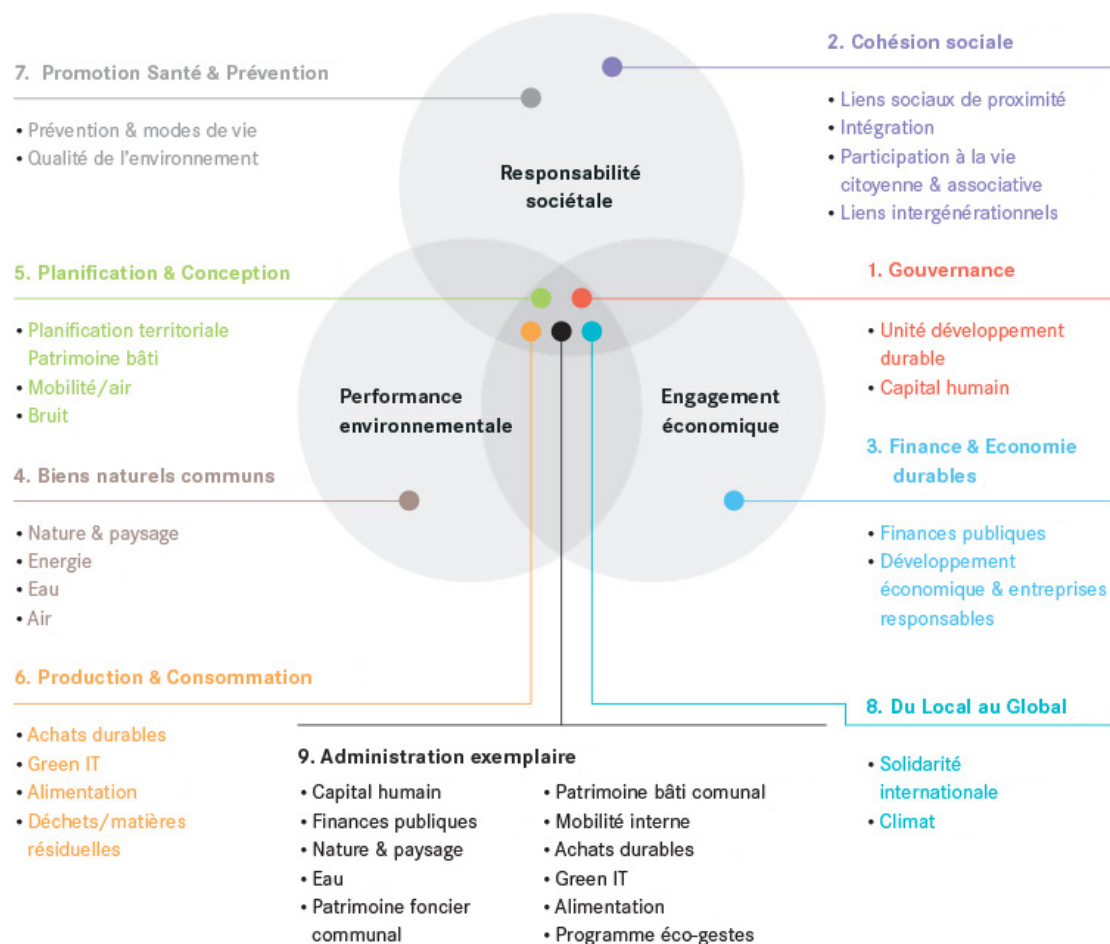
Lausanne est une ville très engagée et active dans le respect des principes du développement durable. Elle a signé la Charte d'Aalborg² de 1994 en 1997 (Mise en place d'un agenda 21³, 2000, p.6). En référence aux villes, cet acte stipule que « notre mode de vie urbain, en particulier nos structures, nos [sic] rendent essentiellement responsables des nombreux problèmes environnementaux auxquels l'humanité est confrontée » (La Charte d'Aalborg, 1994, p.2). Les villes ayant signé cette charte devront alors œuvrer pour la durabilité du milieu urbain et entreprendre différentes actions afin de réaliser les objectifs visés, tels que « promouvoir le principe de la durabilité parmi les autres autorités locales » ou « organiser chaque année « le prix de la ville durable » (Charte d'Aalborg, 1994, p. 7).

Afin de répondre à son engagement suite à la signature de la charte d'Aalborg, une stratégie de développement durable 2015-2019 a été mise sur pied. Comme le montre l'image ci-dessous, cette dernière est constituée de neuf enjeux thématiques, 34 objectifs et 120 mesures (Ville de Lausanne, 2019) et est organisée selon les trois piliers du tourisme durable (environnemental, social et économique).

² La charte d'Aalborg est une charte qui demande aux parties prenantes l'ayant signée de créer un Agenda 21, respectant les principes du développement durable, cela afin de pousser leur engagement à ce niveau-là. ISDD (2015, 6 janvier). *1994 Charte des villes européennes pour la durabilité*. Récupéré sur <http://ise.unige.ch/isdd/spip.php?article99>

³ L'Agenda 21, concernant le XXI^e siècle, est un cahier de route qui permet aux communautés locales de définir des objectifs du développement durable et de les accomplir. République et canton de Genève. (2017). *Qu'est-ce qu'un Agenda 21 ?* Récupéré sur <https://www.ge.ch/dossier/developpement-durable-actions/qu-est-ce-qu-agenda-21>

Figure 3: Stratégie du développement durable de la ville de Lausanne



Source : Adapté de La Ville de Lausanne (2019).

Au niveau énergétique, la ville de Lausanne est la première ville européenne de plus de 100'000 habitants à avoir obtenu le label European Energy Award Gold, en 2004 (Suisse Énergie, 2018a). Une cité de l'énergie est « une ville ou une commune qui s'engage de façon permanente en faveur de l'utilisation efficace de l'énergie, de la protection du climat, des énergies renouvelables et d'une mobilité respectueuse de l'environnement » (Suisse Énergie, 2018a). Afin d'obtenir le label Cité de l'Énergie, la ville doit mettre en œuvre 50% de son potentiel. Le label Gold exige 75% de son potentiel, Lausanne en a atteint 85% en 2018 (Suisse Énergie, 2018b).

Au niveau des constructions, la ville de Lausanne maintient son engagement. Un projet de création de deux éco-quartiers est actuellement en cours. Ce dernier répondra aux enjeux environnementaux, économiques et de logements actuels (Ville de Lausanne, 2019).

Par la construction de bâtiments respectant les dernières normes énergétiques et écologiques, le quartier des Plaines-du-Loup respectera le concept de Société à 2'000 watts (Ville de Lausanne, 2019) qui répond à des objectifs énergétiques ainsi que climatiques. Au niveau énergétique, cela se traduit par la consommation maximum de 2000 watts par personne et, au niveau environnemental, un maximum d'une tonne d'émissions de CO2 par personne et par année (Suisse Énergie, 2018c). Ce projet vise une « volonté de construire une société juste et durable » (Suisse Énergie, 2018c).

Lausanne, étant une des villes européennes les plus vertes (Ville de Lausanne, 2019), elle cherche également « une cohérence dans l'organisation du canton » selon Pascal Broulis, conseiller d'État (in Renaud, 2018). La ville construit actuellement la Maison de l'environnement et selon le Bureau d'information et de communication de l'État de Vaud, cette dernière « se doit d'être une référence en matière de développement durable » (2018). Dès le début, la protection de l'environnement ainsi que l'emploi d'énergies renouvelables ont été prises en compte pour ce projet (Bureau d'information et de communication de l'État de Vaud, 2018).

La mobilité douce fait également partie des priorités de la ville de Lausanne. Afin d'encourager sa pratique, la ville subventionne, depuis 2000, l'achat de vélos électriques, de leurs batteries ou de scooters électriques (Ville de Lausanne, 2019). D'ici 2030, la ville attend un doublement du nombre de voyageurs dans les transports publics (Ville de Lausanne, 2019). Afin de répondre à cette fréquentation toujours plus élevée, la création d'un nouveau métro, le m3, est en cours et sera en principe mis en service en 2030 (Axes Forts, 2018). Ce projet, à part desservir d'autres régions de la ville, a donc pour but d'encourager la population à préférer l'utilisation de ces transports publics ou la mobilité douce plutôt que les transports privés tels que la voiture ou encore la moto.

4. Présentation et analyse de l'enquête quantitative, partie 1

Dans ce chapitre sera analysée une partie de l'enquête quantitative qui permet de répondre à deux objectifs distincts du présent travail de recherche. Nous nous focaliserons ici sur l'analyse de la première partie du questionnaire qui concerne le niveau des connaissances, et des pratiques des habitants de Suisse romande concernant le slow tourism ainsi que leur opinion générale sur cette forme de tourisme. La seconde partie de l'analyse se trouve au chapitre 6 et concerne alors le troisième objectif de ce travail, visant à déterminer les besoins et attentes de la population francophone de Suisse.

L'intégralité du questionnaire se trouve en annexe I.

4.1 Méthodologie de l'enquête

Le questionnaire quantitatif a été réalisé à l'aide de l'outil "Google Forms" et a été partagé sur les réseaux sociaux Facebook et LinkedIn afin d'atteindre un public cible plus large et d'avoir des réponses tant de personnes extérieures au domaine du tourisme que des personnes qui sont éventuellement des professionnels de la branche. Le questionnaire est resté en ligne 17 jours et 123 réponses ont été récoltées.

Les résultats de ce questionnaire peuvent être séparés en trois catégories comme suit :

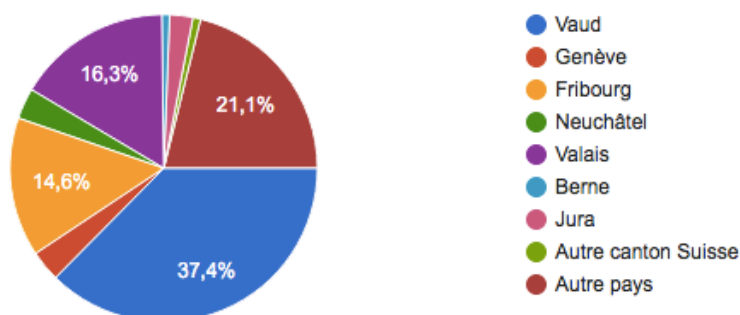
- Informations sociodémographiques
- Connaissances, opinions et pratiques du slow tourism
- Besoins et attentes de la population (chapitre 6)

4.2 Informations sociodémographiques

Certains critères sociodémographiques ont été analysés afin de connaître les caractéristiques des personnes interrogées. Sur les 123 personnes questionnées, 71.5% sont des femmes et 28.5% sont des hommes. Les tranches d'âge les plus représentées sont la catégorie des 18-25 ans (60.2% des sondés) ainsi que celle des 26-40 ans (30.9% des

interrogés). Cela pourrait éventuellement s'expliquer par le fait que les adolescents et jeunes adultes sont ceux étant le plus présents sur les réseaux sociaux.

Figure 4: Cantons d'habitation des répondants à l'enquête quantitative



Source : Données de l'auteure

Leur niveau d'études a également été demandé dans le questionnaire. La majorité d'entre eux, soit 77.2 %, ont suivi des études universitaires (Bachelor ou Master), 10.6% ont réalisé un CFC et les 13% restant ont fait une maturité gymnasiale ou maturité professionnelle ou d'autres formations.

Les 123 personnes sondées vivent dans différents cantons de la Suisse ainsi que dans d'autres pays. Les cantons francophones, Vaud, Genève, Neuchâtel et Jura comptabilisent 46.4% des interrogés. 30.9% vivent dans des cantons bilingues, mais à majorité francophone (Valais et Fribourg). Enfin 21.1% des sondés vivent dans d'autres pays. La plupart de ces 123 individus résident dans une ville (46.3%) contre 39.8% dans un village et 13% à la campagne.

Pour la suite de l'analyse, il a été mis en évidence les réponses des personnes vivant dans la partie francophone de la Suisse soit, vivant dans les cantons francophones ainsi que dans les cantons bilingues mais à majorité francophone. Ce choix a été fait étant donné que le public cible de ce questionnaire est la population romande du pays. Cette part de répondants est alors représentée par 95 personnes, dont 66 femmes et 29 hommes. 57 répondants se trouvent dans la tranche d'âge 18-25 ans, 31 sondés ont entre 26 et 40 ans. Les deux catégories d'âge suivantes ont respectivement cinq et deux répondants. Enfin, 43% de ces personnes vivent dans un village, 39% dans une ville et 12% à la campagne.

4.3 Connaissances, opinions et pratiques du slow tourism

Il a tout d’abord été demandé aux interrogés s’ils connaissaient ou non le slow tourism. À cette question, 53.7% (51 personnes) ont, en effet, déjà entendu parler du tourisme lent. La tranche d’âge 18-25 ans principalement, ainsi que les 26-40 ans sont les catégories qui comportent le plus de personnes connaissant plus ou moins le tourisme lent.

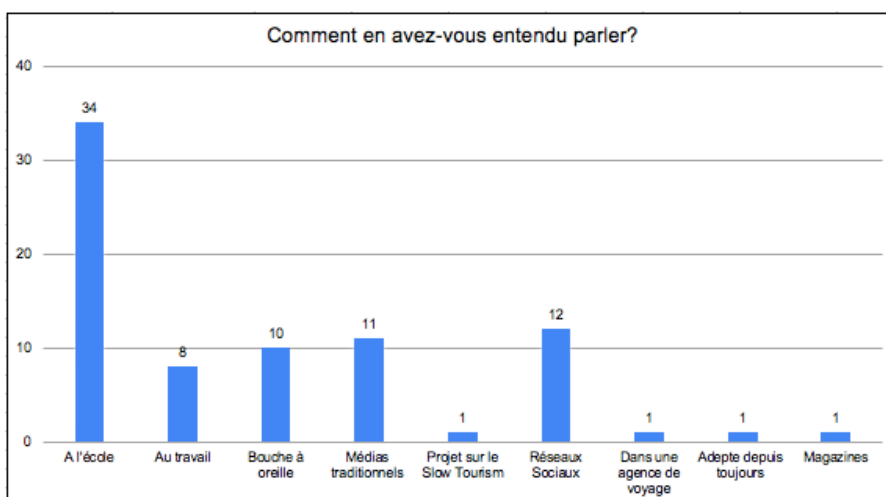
Tableau 1: Connaissance du slow tourism selon l’âge et le canton

| Étiquettes de lignes | Étiquettes de colonnes | | | | | Total Non | Total Oui | | | | Total général |
|----------------------|------------------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|---------------|
| | 18-25 ans | 26-40 ans | 41-55 ans | 56 et plus | Total | | 18-25 ans | 26-40 ans | 41-55 ans | 56 et plus | |
| Fribourg | | 9 | | 1 | 10 | 4 | 4 | | | 8 | 18 |
| Genève | | 2 | | | 2 | 1 | 1 | | | 2 | 4 |
| Jura | | | | | | 3 | | | | 3 | 3 |
| Neuchâtel | | | 1 | | 1 | 3 | | | | 3 | 4 |
| Valais | | 3 | 3 | | 6 | 8 | 3 | 2 | 1 | 14 | 20 |
| Vaud | | 10 | 13 | 2 | 25 | 14 | 6 | | 1 | 21 | 46 |
| Total général | | 24 | 17 | 3 | 44 | 33 | 14 | 2 | 2 | 51 | 95 |

Source : Données de l’auteure

Parmi les 51 personnes ayant répondu “oui” à la première question, 34 individus (66.7%) ont entendu parler de cette forme de tourisme à l’école. Un lien est alors possible entre cette réponse et le fait que la tranche d’âge ayant le plus répondu à ce questionnaire soit celle des 18-25 ans, qui peuvent encore être aux études. Les réseaux sociaux avec 12 personnes (23.5%) et les médias traditionnels, tels que la presse écrite ou encore la télévision, avec 11 personnes (21.6 %) sont les deuxième et troisième options les plus répondues afin d’expliquer la connaissance de ce tourisme. Le bouche à oreille constitue 19.6% des réponses, soit 10 répondants à cette question.

Figure 5: Moyens de prise de connaissance de l’existence du slow tourism

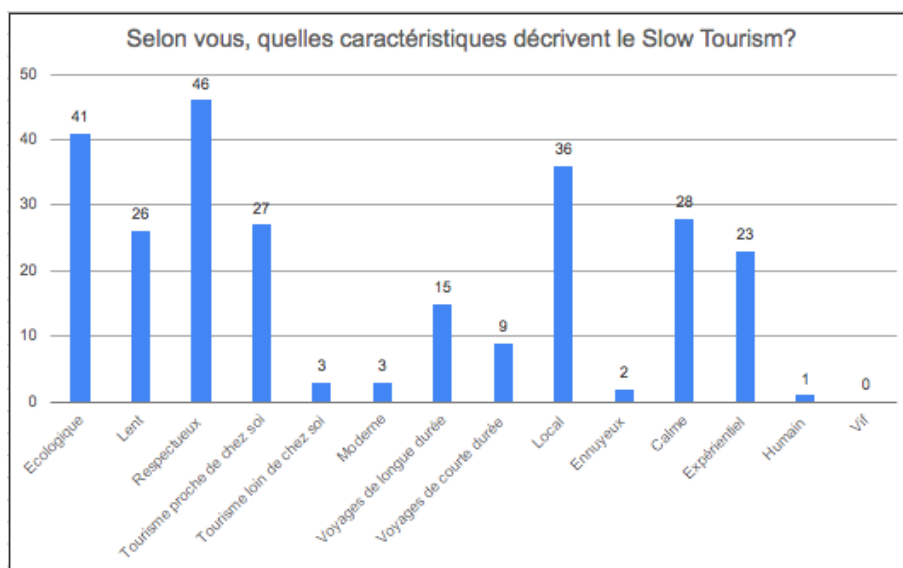


Source : Données de l’auteure

Afin de connaître l'opinion des sondés concernant le slow tourism, une série de caractéristiques a été proposée et ils ont dû sélectionner celles qui, selon eux, décrivent le mieux cette forme de tourisme.

D'après le tableau ci-dessous, la majorité des répondants s'accorde sur les mêmes caractéristiques qui sont : respectueux (46 fois sélectionné), écologique (41 fois sélectionné) et local (36 fois sélectionné).

Figure 6: Caractéristiques du slow tourism



Source : Données de l'auteur

Les termes calme (28 fois choisi), tourisme proche de chez soi (27 fois choisi) et lent (26 fois choisi) correspondent eux aussi au tourisme lent selon une faible majorité des sondés. Le tourisme loin de chez soi, a contrario, n'a été sélectionné que par trois personnes.

Selon les interrogés, des voyages de longue durée (29.4%) correspondent davantage à du slow tourism que des voyages de courte durée (17.6%). Pour 45.1% des questionnés, soit 23 personnes, ce tourisme est également expérientiel. Trois individus le qualifient de moderne, une personne d'humain. Cependant, deux sondés le caractérisent d'ennuyeux.

Il leur a ensuite été posé plusieurs questions concernant la pratique de cette forme de tourisme. Tout d'abord, il a fallu savoir s'ils avaient déjà pratiqué le tourisme lent. Si c'était le

cas, il leur était demandé d'expliquer brièvement cette expérience. Cela avait pour but d'obtenir une idée claire de ce que veut dire le slow tourism pour les personnes interrogées.

Sur les 51 personnes qui avaient déjà entendu parler du slow tourism, 35 n'ont jamais pratiqué cette forme de tourisme contre 16 personnes qui l'ont fait. Ci-dessous se trouvent alors les 16 expériences de ces individus ayant pratiqué le tourisme lent :

Tableau 2: Expériences de slow tourism

| |
|---|
| Voyage d'un mois en Asie. |
| Tourisme nature, responsable, écologique |
| Voyage en train à travers le pays afin de vivre une expérience avec les locaux. |
| Bonne expérience chez des habitants |
| Voyage à vélo |
| Je pense avoir pratiqué le Slow Tourisme sans vraiment le savoir. Principalement du fait que j'ai utilisé des moyens de transport doux pour m'y rendre et car sur place j'ai essayé de voir des choses hors des sentiers battus et proches des communautés locales. J'ai aussi pris mon temps pour flâner dans la ville tranquillement, à mon rythme. C'était à Lugano. |
| Interrail |
| Partir en voyage et profiter des paysages tranquillement en famille |
| Des vacances à vélo |
| Des kilomètres à pied à travers l'Europe permettent de rencontrer la population locale et de profiter à fond de l'environnement naturel et culturel. Également une semaine au Maroc dans un village berbère à pratiquer des activités partagées avec les villageois. |
| S'offrir du temps pour vivre tranquillement |
| Tour à vélo à Münster et Amsterdam |
| En Suisse |
| Chez l'habitant, rural, visites dans les alentours, villages, ferme, gastronomie locale |
| Voyage d'une semaine à la campagne, dans un agriturismo italien. Les produits proposés aux clients provenaient essentiellement de la région, du jardin des propriétaires et les mets étaient préparés par les propriétaires. Des cours (cuisine, sport, yoga, pêche) étaient proposés, dans le but de vivre des expériences au rythme de la nature. |
| C'est avant tout une certaine philosophie de la découverte. Prendre le temps |

Source : Données de l'auteur

Afin de ne pas biaiser les résultats obtenus, les réponses ont été retranscrites sans corrections orthographiques. Les expériences décrites ci-dessus ont permis d'une part de déterminer ce que la forme de tourisme slow veut dire pour les interrogées et, d'autre part, de définir quels éléments sont considérés comme significatifs du slow tourism pour ces individus. Afin d'obtenir une vue globale de cette analyse, le tableau ci-dessous a été créé. Grâce à son classement par champ lexical, il met en évidence les caractéristiques ayant été mentionnées à diverses reprises dans la description des voyages vécus par les sondés.

Tableau 3: Caractéristiques des voyages réalisés par les sondés

| Champ lexical | Termes employés par les sondés |
|----------------------|---|
| Mobilité douce | <ul style="list-style-type: none"> • Vélo • À pied • Moyens de transports doux |
| Transports en commun | <ul style="list-style-type: none"> • Interrail • Car • Train |
| Local | <ul style="list-style-type: none"> • Locaux • Habitants • Communautés locales • Population locale • Villageois • Gastronomie locale • Essentiellement de la région |
| Temps | <ul style="list-style-type: none"> • Prendre son temps • S'offrir du temps • À mon rythme • Au rythme de la nature • Tranquillement |
| Apprentissage | <ul style="list-style-type: none"> • Expérience • Rencontre • Découverte |
| Nature | <ul style="list-style-type: none"> • Tourisme nature • Environnement naturel |
| Écologie | <ul style="list-style-type: none"> • Tourisme écologique • Tourisme responsable |

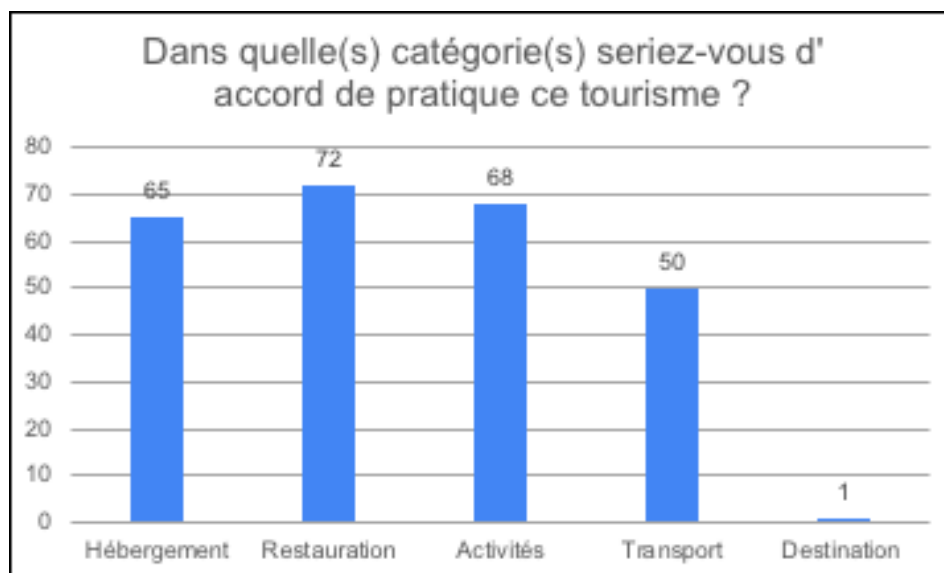
Source : Données de l'auteure

Par rapport au tableau ci-dessus, la notion de mobilité douce ou de transports en commun, de local et du temps sont les éléments qui sont le plus ressortis dans les expériences des sondés. Selon ces récits, pratiquer du slow tourism c'est, par exemple, « un voyage à vélo », « vivre une expérience avec les locaux », « prendre son temps pour flâner » ou encore « pratiquer des activités partagées avec les villageois » (données récoltées par l'auteure - sondage 2019).

La rencontre avec le local ainsi que profiter de l'environnement sont des notions également très présentes dans la description des voyages des répondants.

Afin de pouvoir déterminer l'appréciation des personnes interrogées pour ce tourisme, il était important de savoir si elles seraient disposées à effectivement le pratiquer. Sur les 95 réponses obtenues, 86 personnes soit 90.5% disent être intéressées à pratiquer ce tourisme pour la première fois ou à le pratiquer à nouveau.

Figure 7: Catégories du slow tourism



Source : Données de l'auteure

La restauration est la catégorie pour laquelle les sondés seraient le plus disposés pour pratiquer ce type de tourisme, avec 83.7% des réponses. Suivent les activités avec 79.1%, l'hébergement avec 75.6% et, enfin, le transport avec 58.1%.

4.4 Synthèse et analyse de la première partie de l'enquête quantitative

Tout d'abord, le slow tourism est une forme de tourisme récente et complexe et cela se ressent dans les réponses. De fait, seule une faible majorité (53.7%) a répondu connaître le slow tourism. Sachant que ce concept est nouveau et qu'il peut être confondu avec d'autres formes de tourisme proches, cette majorité démontre malgré tout un intérêt pour le développement de ce tourisme. Cela dit, c'est principalement à l'école que ces personnes en ont entendu parler, ce qui limite le public cible auprès duquel ce thème est communiqué. Certes les réseaux sociaux ainsi que les médias traditionnels ont contribué à l'expansion de ce thème mais de façon restreinte. Cela est peut-être dû au fait que chaque personne choisit ce qu'elle a envie de voir ou lire et donc ne s'arrête pas forcément sur ce thème. À l'école, au contraire, ce thème fait peut-être partie du programme et il est alors obligatoirement évoqué. Ensuite, à travers les questions concernant la pratique du slow tourism, il est, une fois encore, mis en évidence que cette forme de tourisme n'est pas encore très développée. Effectivement, seulement 16 personnes sur les 95 de Suisse romande interrogées ont déjà pratiqué ce tourisme. Ce qui ressort de façon positive en revanche est que 86 personnes seraient intéressées à le pratiquer pour la première fois ou à nouveau. De plus, il est également intéressant de mentionner qu'une des 16 personnes ayant décrit leur expérience, pense avoir pratiqué du slow tourism sans vraiment le savoir. Cela indique que la façon dont il faut pratiquer cette forme de tourisme n'est pas forcément très équivoque. Enfin, en ce qui concerne les différentes catégories pour la pratique d'un tourisme lent, le transport est celle qui ressort comme la moins attirante. Cela est peut-être dû au fait que pratiquer du slow tourism au niveau du transport, implique l'utilisation de la mobilité douce ou des transports en commun et limite alors les destinations dans lesquelles ces personnes pourraient se rendre.

L'interprétation faite par les sondés du tourisme lent est assez correcte. En effet, ce tourisme est principalement vu comme étant respectueux, écologique et local, ce qui est également stipulé dans les définitions du slow tourism. Les notions de calme, de lenteur ainsi que de proximité ont, elles aussi, été choisies à maintes reprises et s'accordent pareillement avec la forme de tourisme étudiée.

Aussi, grâce aux 16 descriptions des expériences vécues par les sondés, il est possible de constater que chaque individu a une idée plus ou moins différente et juste de ce qu'est le slow tourism. D'abord, dans chaque expérience est mentionné au moins un élément qui correspond réellement au slow tourism (usage de la mobilité douce, partage avec le local, etc.). En outre, certaines des six dimensions de ce tourisme (temps, lenteur, échange, authenticité, durable, émotions) sont également abordées par les personnes interrogées. Cela dit, dans aucun des récits reçus, le slow tourism n'est évoqué dans son intégralité, stipulant toutes ses caractéristiques et ses principes.

En conclusion, d'après les réponses obtenues à ce questionnaire, il est possible de dire que les sondés ont une vision plus ou moins correcte de cette forme de tourisme ainsi que de quelques-unes de ses caractéristiques. Néanmoins, personne n'a évoqué le slow tourism dans sa globalité, en faisant référence à tous ses fondements. Cela peut éventuellement s'expliquer par différentes raisons.

Tout d'abord, cette forme de tourisme étant très complexe, les individus peuvent avoir du mal à intégrer toutes les notions caractérisant le slow tourism ainsi que sa large définition. Ensuite, d'autres concepts proches du tourisme lent existent et il est alors probable que les personnes confondent ces formes de tourisme entre elles. Il est plausible également que chaque personne se fasse sa propre interprétation de cette forme de tourisme et qu'alors, pour chacun, cette dernière se pratique d'une façon plus ou moins différente. Enfin, un manque d'information, dans tous les organes de communication, peut aussi être à l'origine de cette connaissance incomplète de la population pour cette forme de tourisme.

5. Analyse des entretiens qualitatifs semi-directifs

Cette analyse se base sur les entretiens semi-directifs menés afin de répondre au deuxième et au troisième objectifs de ce travail, comme déjà mentionné dans le chapitre 2. Sauf pour trois d'entre eux, ces entretiens ont été faits en face à face. Les trois exceptions ont été réalisées par téléphone, par écrit et par Skype.

Ces entretiens ont été réalisés auprès d'entreprises travaillant dans trois secteurs d'activités différents qui peuvent être représentés de la sorte :

- Entreprises proposant des services touristiques
- Offices du tourisme
- Départements et services de la ville de Lausanne

Les réponses obtenues lors des entretiens ont été très variées étant donné que pour chaque domaine d'activité, les questions étaient plus ou moins différentes. C'est pour cette raison que trois analyses distinctes ont alors été réalisées, chacune se référant à un des secteurs d'activités précités. En effet, cela permet de mieux pouvoir comparer les résultats. De plus, avant chaque analyse, les thèmes qui vont être développés sont mis en évidence.

5.1 Analyse concernant les entreprises proposant des services touristiques.

Les entreprises choisies pour réaliser ces entretiens, présents dans les annexes, sont des entreprises proposant des offres touristiques de slow tourism ou qui peuvent s'apparenter à cette forme de tourisme. Ces dernières sont :

- Suisse Mobile, le réseau de la mobilité douce touristique en Suisse, représentée par M. Stadtherr (Annexe II).
- Vaud Rando, l'association vaudoise de tourisme pédestre, représentée par M. Matthey-Doret (Annexe III).
- Le TOM Café, le café du musée olympique de Lausanne, représenté par M. Blanchard (Annexe IV).
- L'association Slow Food, représentée par M. Imhof (Annexe V).

- Le Guesthouse, ancien hôtel situé à Lausanne, représenté par Mme Elmiger (Annexe VI).

Les thèmes abordés lors de l'analyse sont :

- Les objectifs de la création de l'entreprise
- La présentation de l'offre et son lien avec le slow tourism
- La hausse de la fréquentation
- Les conséquences de l'offre au niveau environnemental

5.1.1 Les objectifs de la création de l'entreprise

M. Stardherr, membre de la direction de SuisseMobile, nous dit que l'objectif de cette entreprise était de « créer une offre de mobilité douce en Suisse » (Annexe II). La notion de la durabilité est mentionnée comme étant une conséquence et non un but de l'entreprise. En effet, en proposant de la mobilité douce, ce qui est du slow tourism selon M. Stadtherr, automatiquement les offres sont durables, mais cela n'était, au départ, pas forcément le but recherché. La mission de l'association Vaud Rando était de baliser les chemins pédestres du canton de Vaud, tel qu'évoqué par M. Matthey-Doret, président de la commission technique, lors de l'entretien. Le TOM Café a lui, dès le départ, porté une attention particulière aux notions du développement durable et au fil des années, a reçu des certifications dans ce domaine, ce qui confirme toujours actuellement son intérêt pour le sujet. L'association Slow Food, représentée par M. Imhof lors de l'entretien, président de l'association à Genève, a, dès sa création, eu l'objectif de « prôner une alimentation qui soit bonne, propre et juste » (Annexe V) et cela à travers différents moyens qui sont la préservation, l'enseignement et la création de réseaux.

5.1.2 La présentation de l'offre et son lien avec le slow tourism

SuisseMobile, au-delà de proposer des itinéraires détaillés pour pratiquer de la mobilité douce en Suisse propose également des services (hébergements, offres, curiosités). Au niveau de l'hébergement, par exemple, il compte actuellement 1'500 partenaires et ces derniers doivent répondre à une liste de critères (certains obligatoires, certains facultatifs) établis par

SuisseMobile afin de pouvoir devenir partenaires. Ces critères font par exemple référence aux installations disponibles dans les hébergements telles qu'avoir un local à vélo couvert et fermé. L'entreprise SuisseMobile a également créé les journées SlowUp qui sont des journées lors desquelles toute forme de mobilité motorisée est interdite, cela afin de mettre en avant la mobilité douce. Selon M. Stardherr, les offres de SuisseMobile s'inscrivent totalement dans du slow tourism car le tourisme en général inclut un déplacement et « si la mobilité est douce, tout, automatiquement, est slow » (Annexe II). L'offre de mobilité douce touristique est en effet une partie essentielle de l'offre slow selon ce dernier.

L'association Slow Food, en revanche, n'a pas d'offres concrètes à proposer à l'heure actuelle, cela dit, le projet Slow Food Travel, qui vise à créer des séjours touristiques autour du terroir, englobant différents acteurs touristiques (hôteliers, restaurateurs, producteurs), est en cours de création. Tout comme SuisseMobile, les prestataires touristiques voulant collaborer devront d'abord répondre à certains critères émis par l'association. Cette dernière, rien que par son nom, représente effectivement le mouvement slow. Elle souhaite étendre sa philosophie mais d'une façon pacifiste donc en inspirant, en incitant les gens à faire pareil et non en imposant.

Pour M. Matthey-Doret, proposer des packages à travers l'association Vaud Rando est impossible car les prix varient beaucoup trop. Au-delà du réseau pédestre offert aux randonneurs, des séjours organisés à l'étranger sont malgré tout proposés et sont destinés aux membres de l'association. Ces derniers se déroulent généralement sur quelques jours et la randonnée est à l'honneur lors de ces excursions (Vaud Rando, 2019). Le président de la commission technique reconnaît cela dit que le slow tourism est une tendance rencontrant un certain succès et que l'association se considère comme étant très slow. De plus, parmi les cabanes qui sont installées le long des sentiers pédestres et qui proposent des repas ainsi que des nuitées, certaines, grâce à leurs pratiques, pourraient être qualifiées de prestataires touristiques du slow tourism, selon M. Matthey-Doret.

Le café du musée olympique propose des mets régionaux, s'engage pour une économie durable et prône l'anti-gaspillage en étant inscrit sur l'application Too Good To Go qui permet aux citoyens de récupérer les invendus des restaurants à petit prix (Too Good To Go, 2018).

Selon M. Blanchard, la localisation du Musée olympique et de son café se trouve dans un cadre qui donne envie de flâner et qui répond alors aux principes du slow tourism : Situé dans une région du terroir, au bord du lac, entouré de nature, permettant d'apprécier des paysages uniques.

Mme Elmiger, ancienne responsable du Lausanne Guesthouse considère qu'à travers son hôtel, elle proposait une offre de slow tourism qui respectait tant le pilier environnemental que social. Tout d'abord, l'hôtel était équipé de diverses infrastructures durables (panneaux solaires, réducteurs d'eau pour les douches ou encore détecteurs de mouvement pour limiter l'éclairage). Ensuite, les produits de nettoyage ou de douches étaient verts et proposés dans des emballages rechargeables par exemple. Enfin, au niveau social, les employés avaient de bonnes conditions de travail, du soutien et recevaient des salaires décents. De plus, les personnes engagées venaient de Lausanne ou environs, cela pour limiter les distances à parcourir. L'utilisation des transports publics était également conseillée aux clients.

5.1.3 La hausse de la fréquentation

Une montée en popularité de manière générale est remarquée par M. Stardherr de SuisseMobile. Afin de justifier sa réponse, il informe que par année, il y a environ une hausse de 20% à 25% de visites sur le site internet. Le nombre de visites sur le site est actuellement de 13 millions contre environ 1.5 million lors de son lancement. Au niveau de l'application mobile, cela se confirme également grâce au million de téléchargements déjà réalisés. L'association Vaud Rando n'a pas de méthode afin de compter les randonneurs utilisant ces chemins pédestres, cela dit, à l'état des chemins de forêt, M. Matthey-Doret, constate, lui aussi, une augmentation de la fréquentation. Cela s'explique selon lui, par le fait que les gens font confiance aux indicateurs placés par les baliseurs et se sentent alors en sécurité pour les utiliser. L'association Slow Food confirme qu'il existe une tendance grandissante pour le slow tourism en général. D'après les sondages qu'elle a réalisé afin de connaître l'intérêt des personnes pour ses projets en cours, elle a remarqué une curiosité de la part d'éventuels futurs clients mais également de la part des prestataires et des destinations et cela de manière très forte. Le café du Musée olympique lui ne ressent aucun changement au niveau de la fréquentation depuis son ouverture.

5.1.4 Les conséquences de l'offre au niveau environnemental

Quatre personnes interrogées sur les cinq ont estimé que l'impact environnemental de leur offre touristique était plutôt bénéfique. Tout d'abord, M. Stardherr estime que, de façon très ponctuelle, il est possible que certains tronçons des chemins pédestres soient saturés (week-end en été par exemple) mais cela ne pose pas de problème environnemental. Au contraire, il estime que cela correspondrait plus à une sorte de SlowUp, ce qui est positif. Ensuite, M. Matthey-Doret, stipule que malgré l'augmentation de l'emploi des sentiers, il n'y a pas eu de déprédations environnementales. Selon lui, les randonneurs sont des personnes appréciant la nature et ils n'agiraient alors pas contre elle, au contraire, ils admirent ses paysages et la respectent. M. Blanchard considère que les impacts de leur activité sont également positifs. En effet, les personnes se rendent au TOM Café en utilisant la mobilité douce et les normes qu'ils ont instaurées pour proposer des services respectent alors l'environnement. Enfin, M. Imhof confirme que grâce aux critères imposés par l'association pour toute collaboration, les principes du slow sont respectés et ne nuisent pas à l'environnement, au contraire, ils contribuent même à davantage de respect vis-à-vis de ce dernier. Mme Elmiger a, pour sa part, remarqué que certains clients découvraient des aspects nouveaux du développement durable en se rendant dans son hôtel et que cela pouvait parfois avoir un impact négatif sur leurs réactions. En effet, dans cet hôtel, les draps n'étaient pas changés tous les jours par exemple et l'incitation au tri était faite, ce qui pouvait alors refroidir les clients. De plus, Mme Elmiger a remarqué que pour certains jeunes, la seule chose qui comptait c'était le prix et non le respect de l'environnement à travers les prestations proposées.

5.2 Analyse concernant les offices de tourisme

Les deux offices de tourisme choisis pour réaliser ces entretiens sont :

- Lausanne Tourisme, représenté par M. Pasche (Annexe VII).
- L'Office du Tourisme du canton de Vaud (OTV), représenté par M. Gavillet (Annexe VIII).

Les thèmes abordés lors de l'analyse sont :

- Les prochaines tendances à attendre
- L'engagement environnemental des offices de tourisme
- L'augmentation du tourisme à Lausanne et les conséquences environnementales
- Le positionnement et les stratégies des offices de tourisme

5.2.1 Les prochaines tendances à attendre

Selon M. Pasche, directeur de Lausanne tourisme, les tendances sont déjà dessinées et il s'agirait maintenant d'y répondre. Ces dernières sont selon lui la recherche d'expériences, la réalisation de courts séjours et l'organisation de voyages last-minute pour les personnes réalisant de longs séjours. Lors de l'entretien, M. Gavillet, chef de projet du service marketing de l'OTV, cite aussi le tourisme de proximité comme une tendance. Tous deux s'accordent également pour dire qu'il existe un penchant pour le slow tourism. Cela dit, M. Pasche ne comprend pas cette dénomination. En effet, pour lui l'appellation « tourisme lent » est négative et ne donne absolument pas envie de pratiquer ce tourisme. Il est, en revanche, en faveur du message que cette forme de tourisme véhicule mais n'emploierait pas cette nomination et ne compte pas le faire dans le futur. Actuellement, ni dans la communication de Lausanne Tourisme, ni dans celle de l'OTV, le slow tourism ou tourisme lent est mentionné comme tel. Slow tourism est une appellation et non une marque, rappelle M. Gavillet.

5.2.2 L'engagement environnemental des offices de tourisme

Différentes actions sont menées par les offices de tourisme afin de répondre aux principes du développement durable très présents dans la ville de Lausanne.

Au niveau du tourisme d'affaires, Lausanne-Montreux Congress est engagé dans le GDS Index, Global Destination Sustainability Index (en français : l'index de durabilité global des destinations), qui classe les villes selon leur niveau de durabilité lors de leurs réunions et événements. En 2019, Lausanne se retrouve en 14^{ème} position, sur environ 60 villes participantes (Global Destination Sustainability Index, 2019). Au niveau du tourisme de loisirs,

prôner des hôtels qui ont des labels, fait par exemple partie des engagements de Lausanne Tourisme. À l'OTV, des objectifs de durabilité sont établis pour chaque projet mené.

5.2.3 L'augmentation du tourisme à Lausanne et les conséquences environnementales

Au niveau environnemental, il n'y a pas de conséquence négative pour la ville à signaler. Tout d'abord, il n'y a pas trop de tourisme à Lausanne selon M. Pasche. Ensuite, ce n'est pas une ville ayant les capacités, au niveau des infrastructures, d'accueillir du tourisme de masse selon M. Gavillet. En conclusion, il n'y a pas de crainte à avoir quant au futur du tourisme dans la ville. De plus, la destination Lausanne n'est pas une destination de vacances précise M. Gavillet (65%-70% une ville de tourisme d'affaires et 30%-35% une ville de tourisme de loisirs), donc elle ne devrait pas souffrir d'une augmentation du tourisme à trop grande échelle.

Selon M. Pasche, la ville de Lausanne fait partie des précurseurs au niveau de la protection de l'environnement. Il dit qu'il y a « tellement de règles qui sont déjà instaurées qui font que l'environnement en lui-même [...] ne peut pas être détruit » (Annexe VII). De plus, Lausanne Tourisme étant mandaté par la ville de Lausanne pour développer le tourisme dans la destination, il suit alors la démarche de la ville et collabore afin de respecter les objectifs de Lausanne au niveau environnemental.

5.2.4 Le positionnement et les stratégies des offices de tourisme

Depuis quelques années déjà, l'OTV soutient l'art de vivre local, soit la gastronomie ou l'œnotourisme en travaillant avec des producteurs de la région. Lausanne Tourisme priorise trois thématiques que sont le sport, la culture et la gastronomie. Au niveau des transports, l'utilisation de la mobilité douce, des transports publics de la ville ainsi que du réseau ferroviaire du pays est toujours prônée par les deux offices. Le positionnement de l'OTV va s'adapter à chaque destination ainsi qu'aux différents marchés. Par exemple, pour les marchés lointains, ce sont les points forts de la Suisse (montagnes, lacs, vignes, etc.) qui sont mis en avant et donc la notion du slow tourism va être relayée au second plan car ce n'est pas forcément de l'intérêt des clients.

5.3 Analyse concernant les départements et services de la ville de Lausanne

Afin que les entretiens soient menés de façon cohérente au sein des services de la ville sur la question du tourisme en général et du slow tourism en particulier ainsi que sur les enjeux environnementaux de la ville, trois services ont été ciblés. Ces derniers sont :

- L'unité environnement de Lausanne, représentée par M. Thomas (Annexe IX)
- Le service des routes et de la mobilité de Lausanne, représenté par Mme Medir Benito (Annexe X)
- Le service des parcs et domaines de Lausanne, représenté par Mme Falconnet (Annexe XI)

Les thèmes abordés lors de l'analyse sont :

- Les objectifs du service et les actions menées pour y répondre
- L'augmentation du tourisme dans la ville
- Le slow tourism à Lausanne

5.3.1 Les objectifs du service et les actions menées pour y répondre

Les enjeux en termes d'environnement sont assez ambitieux, selon M. Thomas, délégué à l'environnement de la ville de Lausanne. De manière globale, il explique qu'ils visent à améliorer ou favoriser la qualité de vie des habitants et cela à travers différentes actions. Ces dernières s'inscrivent dans le programme de législature 2016-2021 et ont pour but de développer la ville de Lausanne tout en répondant aux enjeux actuels du XXI^e siècle tels que le changement climatique par exemple (Ville de Lausanne, 2019). Ce programme de législature est divisé en cinq catégories, chacune concernant un thème global et étant caractérisée par un verbe (Ville de Lausanne, 2019) :

- Développer : Concerne tous les projets qui contribuent au développement de la ville (transports publics, éco quartiers...).
- Pérenniser : Concerne l'environnement, la politique énergétique et de durabilité de la ville.
- Valoriser : Concerne l'identité de la ville à travers l'offre culturelle et sportive.

- Partager : Concerne la qualité de vie en ville pour les habitants et le développement d'une politique sociale juste (propreté, développement des quartiers, impliquer la population dans l'innovation...).
- Gérer : Concerne les conditions de base nécessaires afin d'assurer un bon développement de la ville

Le service des routes et de la mobilité a comme objectif, explique Mme Medir Benito, cheffe de projets, de développer la mobilité durable dans la ville. Pour cela, encourager les gens à utiliser toujours plus les transports publics, autant les habitants de la ville que les pendulaires, est nécessaire. De même que proposer assez d'alternatives de transports publics et réaménager les rues afin de rééquilibrer la distribution de l'espace accordé à chaque transport.

Bien qu'au niveau de la stratégie et de la politique de la mobilité, il n'existe pas de point concernant le tourisme spécifiquement, le développement des transports publics et autres projets sont tant bénéfiques aux habitants qu'aux pendulaires, qu'aux excursionnistes ou qu'aux touristes. L'exemple de la voie verte d'agglomération est donné par Mme Medir Benito. C'est un itinéraire de mobilité douce destiné aux piétons, aux cyclistes ainsi qu'à toute personne désirant l'utiliser (Région Morges, 2019). Ce tracé est un bon exemple de projet dont les touristes pourront également bénéficier selon Mme Medir Benito.

Mme Falconnet, qui travaille dans la division nature, explique que le service des parcs et domaines s'occupe de tout ce qui est projets concernant la nature, l'entretien écologique sur l'espace public et le conseil privé, c'est-à-dire soutenir les propriétaires ou les régies pour tout projet concernant la nature. Mme Falconnet explique que ce service réalise également divers événements, en travaillant avec les écoles ou les familles par exemple, afin de sensibiliser à l'importance du patrimoine et de la nature ainsi qu'à inciter à un entretien écologique de ces derniers.

5.3.2 L'augmentation du tourisme dans la ville

En ce qui concerne la nature, cette dernière serait un point fort pour le tourisme selon Mme Falconnet. En effet, à travers les divers projets en cours et futurs, des innovations sont amenées et pourraient alors attirer les touristes. De plus, il n'y a pas de raison de s'inquiéter d'une éventuelle hausse du tourisme, en ce qui concerne les projets liés à la nature en tout cas car Lausanne est encore bien loin du cas de figure d'une surabondance de tourisme selon Mme Falconnet.

Pour Mme Medir Benito, une augmentation du tourisme à Lausanne ne poserait pas de réel problème non plus. Actuellement, les difficultés rencontrées par le service des routes et de la mobilité sont liées à la capacité des transports publics (la ligne m2 du métro) aux heures de pointes du matin et du soir. Au-delà de ça, Mme Medir Benito ne constate aucune complication. Au contraire, elle constate même des points positifs à cette éventuelle augmentation des touristes à Lausanne. Cette dernière permettrait de rééquilibrer la charge des transports publics sur la journée et donc de les remplir lorsqu'ils sont généralement vides.

5.3.3 Le slow tourism à Lausanne

Si le slow tourism était présent à Lausanne, il amènerait des effets bénéfiques selon Mme Medir Benito. D'une part, selon elle, si la pratique du slow tourism se fait à une échelle assez large afin de lui donner une plus grande visibilité pour les locaux, il est possible que cette pratique devienne attrayante et que les citoyens de Lausanne commencent alors à exercer du tourisme lent. D'autre part, Mme Medir Benito pense que si le slow tourism devient une forme de tourisme présente à Lausanne, il participerait à la rentabilisation d'offre des transports publics déjà existante.

Selon Mme Falconnet, il serait possible que le slow tourism aide à véhiculer le message que le service parcs et domaines souhaite transmettre aux citoyens concernant l'importance du patrimoine vert existant dans la ville et de son entretien écologique nécessaire.

5.4 Synthèse générale de l'analyse des entretiens qualitatifs semi-directifs

Les offices de tourisme ont identifié la recherche d'expérience et la pratique de courts-séjours comme de nouvelles tendances touristiques. Ces observations se retrouvent à Lausanne, ainsi qu'à l'échelle nationale mais également à l'échelle mondiale pour l'année 2019 ainsi que l'année 2020, comme déjà mentionné plus tôt dans le travail.

Le slow tourism a, lui aussi, été mentionné comme une forme de tourisme à la mode par diverses personnes interrogées. Tout d'abord, les entreprises touristiques, bien que proposant des services touristiques différents, considèrent toutes que leurs prestations peuvent être apparentées à du slow tourism, malgré leurs limitations respectives dans la création d'offres. La mobilité douce est considérée comme faisant partie intégrante de cette forme de tourisme et l'alimentation comme levier du changement au niveau de la consommation. Effectivement, le slow food, est le prédécesseur du tourisme lent et c'est de lui que découle cette forme de tourisme.

Autant Lausanne Tourisme que l'OTV soutiennent des projets concernant, entre autres, la gastronomie, la culture, le sport et la nature. Ce point démontre une cohérence dans leurs objectifs ainsi que leur positionnement qui penche vers quelques principes du slow tourism, même s'il n'est pas mis en avant explicitement. Cela peut rejoindre le phénomène observé plus tôt, dans l'enquête quantitative, concernant la pratique d'un slow tourism sans même le savoir. En effet, certains individus n'étaient pas sûrs d'avoir pratiqué du tourisme lent ou alors ne l'appelaient pas comme tel.

De plus, une hausse de la fréquentation au sein des prestations touristiques proposées a été observée par tous, sauf par M. Blanchard, responsable du développement commercial du TOM Café. Cette augmentation démontre un intérêt grandissant de la part des clients pour les offres touristiques proposées ainsi que pour le slow tourism peut-être ou pour une offre alternative au tourisme conventionnel en tout cas. Un constat sur l'intérêt des prestataires a également été fait. En effet, il semble que divers commerçants désirent collaborer avec ces entreprises. Cela peut s'expliquer soit par le fait qu'ils soient eux-mêmes partisans du mouvement slow et souhaitent alors participer à son développement, soit par le fait qu'ils

réalisent que la demande est plus forte et cela devient forcément un levier professionnel économique attractif pour eux. En résumé, l'intérêt pour ces prestations slow est grandissant, tant du côté de l'offre que de la demande.

Malgré toutes ces informations, l'offre touristique de slow tourism n'est pas définie avec des contours très clairs à Lausanne. Il y a des services qui peuvent s'apparenter à du slow tourism qui sont proposés mais pour l'instant, ni les offices de tourisme interrogés ni la majorité des entreprises touristiques questionnées, ne proposent des prestations d'appellation slow. Comme déjà mentionné, cela peut être dû au manque d'attractivité de ce terme. Le fait que ce concept ne soit pas encore bien connu et clair peut empêcher les structures touristiques de le mettre en avant et de proposer de telles prestations. Les prix éventuellement plus élevés de ces prestations (Annexe V) peuvent également être un frein dans la commercialisation de ces dernières.

Bien qu'une augmentation de l'intérêt pour la pratique d'un slow tourism existe et que le tourisme à Lausanne puisse augmenter, il est possible d'écarter le tourisme de masse comme étant une menace pour la ville de Lausanne, la tendance est même plutôt inverse. Selon le service des routes et de la mobilité et celui de parcs et domaines, si le slow tourism se développait plus à Lausanne, il pourrait d'une part, inciter les habitants de la ville à pratiquer le mouvement slow au quotidien et d'autre part, aider les services de la ville à transmettre leur message de façon plus efficace.

En ce qui concerne l'environnement, tous s'accordent à dire que le tourisme existant à Lausanne contribue plutôt de façon positive à son respect et à sa préservation. Tout d'abord, selon les réponses obtenues, le développement des offres touristiques proposées par les entreprises touristiques ne porte pas préjudice à la conservation de l'environnement et c'est même l'effet contraire qui est remarqué. Effectivement, un tourisme ayant trait au slow tourism est une pratique pouvant générer des retombées positives pour l'environnement et permet peut-être même, d'atteindre certains objectifs de préservation. Cela dit, bien que le tourisme puisse contribuer de façon positive au respect de l'environnement, il est clair que ce dernier n'est pas une priorité pour tous et que le prix reste un élément de décision important tel que mentionné dans les réponses de l'enquête quantitative.

Les offices de tourisme, ayant des objectifs communs avec la ville de Lausanne dont la préservation de l'environnement, contribuent bien évidemment à cette finalité. En interne, différentes actions sont menées par les offices de tourisme afin de respecter des engagements durables et cela démontre alors que cette notion est primordiale pour eux, tout comme l'environnement.

Pour terminer, les objectifs du service des routes et de la mobilité et ceux concernant le service des parcs et domaines s'inscrivent dans la stratégie globale de l'environnement de la ville de Lausanne. Toutes les actions mises en place, sont principalement destinées aux habitants de la ville, afin de participer à l'amélioration du cadre de vie local. Cela dit, en réalisant ces opérations, elles contribuent également au développement du tourisme dans la ville ainsi qu'au confort des touristes, même si cela n'était pas l'ambition première de la ville. En résumé, le tourisme bénéficie en tous points du développement de la ville.

6. Présentation et analyse de l'enquête quantitative, partie 2

6.1 Besoins et attentes de la population francophone

Pour pouvoir répondre au troisième objectif de ce travail qui concerne en partie les besoins et les attentes de la population, trois questions relatives à ce sujet ont été posées aux sondés dans l'enquête quantitative.

Tout d'abord, il a été demandé si le slow tourism répondait à un besoin actuel de la population et, si c'était le cas, auquel. Ensuite, les critères de sélection lors de la prise de décision de partir en vacances ont été questionnés car ils permettent de comprendre les attentes et contraintes de chacun lors de l'organisation d'un voyage. Enfin, la motivation à payer plus cher pour des prestations respectant l'environnement a été interrogée. Ci-dessous les réponses à ces questions :

En ce qui concerne la première question, qui se rapporte aux besoins actuels de la population, plusieurs personnes ont fait référence aux mêmes nécessités. Afin de représenter les 95 réponses obtenues de façon claire, un tableau trié par thématiques a été créé, le but étant de mettre en évidence les besoins mentionnés le plus souvent par les sondés. Rappel de la question : "Selon vous, le slow tourism répond-il à un besoin actuel de la population et si oui, auquel ? "

Ci-dessous, les résultats de cette analyse :

Tableau 4: Besoins actuels de la population auxquels le slow tourism peut répondre

| Besoins actuels de la population répondus par le slow tourism, classés par thématique | Nombre de fois mentionné |
|---|--------------------------|
| Environnement | |
| • Besoin écologique | 23x |
| • Besoin environnemental | 10x |
| • Besoin climatique | 6x |
| • Besoin de développement durable | 3x |
| • Besoin de polluer moins | 4x |
| • Besoin de préserver la planète | 4x |
| • Besoin de voyager plus durablement | 1x |



| | |
|---|---|
| | Total 51x |
| Temps <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de prendre du temps • Besoin de ralentir • Besoin de changer de rythme | 5x 4x 2x Total 11x |
| Se retrouver <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de se ressourcer • Besoin de s'écouter • Besoin de se déconnecter • Besoin de se déculpabiliser • Besoin de se reconnecter • Besoin d'appartenance • Besoin de se sentir mieux | 4x 1x 1x 1x 1x 1x 1x Total 10x |
| Authenticité <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de vivre une expérience • Besoin d'authentique • Besoin de sens | 2x 3x 3x Total 8x |
| Stress <ul style="list-style-type: none"> • Échapper au stress | 5x Total 5x |
| Local <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de consommer plus local • Besoin de visiter des lieux locaux • Besoin de s'immerger dans la culture locale | 2x 1x 2x Total 5x |
| Découverte <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de découvrir son environnement • Besoin d'avoir un esprit de découverte • Faire des rencontres | 3x 1x 1x Total 5x |
| Nature <ul style="list-style-type: none"> • Besoin d'un retour à la nature | 2x Total 2x |

Source : Données de l'auteure

Selon les sondés, les principaux besoins actuels de la population ont une valeur écologique. Suivent les souhaits liés au temps et au fait de se retrouver. L'authenticité, le local et la découverte sont mentionnés eux aussi diverses fois par les personnes interrogées comme étant alors des besoins auxquels le slow tourism peut répondre.

Les questionnés ont pu ensuite déterminer l'importance de dix critères différents lors de leur prise de décision de partir en vacances. Ces critères pouvaient être évalués grâce à cinq valeurs différentes, allant de « pas du tout important » à « extrêmement important ». Les résultats obtenus sont les suivants :

Le prix

Le critère du prix a été considéré par 93 personnes (96,8%) comme étant un critère au moins important, voire très important ou extrêmement important.

La durée du voyage

Les réponses obtenues pour les critères concernant la durée du voyage, soit réaliser de courts-séjours ou réaliser des longs séjours, sont très similaires. En effet, l'occurrence « peu important » a obtenu 40 votes pour les courts séjours et 34 votes pour les longs séjours. 46 personnes estiment au moins important de réaliser des courts séjours contre 56 personnes pour les longs séjours. Une minorité, en revanche, pense que la durée du voyage n'importe pas du tout (9,5% pour les courts séjours et 5,3% pour les longs séjours).

La distance

La distance apparaît être le critère le moins important. En effet, une grande majorité, 82,1% (78 personnes), considère que voyager dans une destination proche de chez eux n'est que peu important voire pas du tout important.

La destination

Le choix de la prochaine destination de vacances est lui jugé primordial pour 22 personnes, très important pour 30 interrogés et important pour 36 individus. Seuls sept sondés, soit 7,4%, estiment que la destination en soi est un critère de décision peu important ou pas important du tout.

L’empreinte écologique

Les avis concernant l’empreinte écologique laissée sur le lieu de tourisme après une visite divergent. 33,7 % des interrogés considèrent ce critère peu important contre 42% qui l’estiment important. Les occurrences « pas important du tout » et « extrêmement important » ont quant à elles été votées chacune par 6 personnes.

L’authenticité

L’authenticité des lieux visités est un des critères les plus décisifs pour les personnes sondées. En effet, 32 individus estiment que l’authenticité du lieu est importante, 33 trouvent cet élément « très importante » et 23 personnes considèrent que cela est extrêmement important. Ces trois catégories regroupent 92,6% des réponses.

La visite des lieux touristiques incontournables

Contrairement au critère précédent, la visite des lieux touristiques incontournables n’est pas du tout ou peu important pour 52 personnes. 31 individus pensent que cela est important et enfin 12 questionnés le considèrent très important.

Manger local

Manger local est le critère ayant été considéré extrêmement important par le plus de personnes (31 sondés). Le nombre d’individus l’ayant jugé comme très important ou important est presque à égalité. Seuls sept questionnés ont estimé cela peu important lors de la prise de décision de partir en voyage.

Être proche des locaux

La dernière option concernant la proximité des locaux a obtenu des réponses plus variées. Pour trois personnes, être proche des locaux n’est pas du tout important alors que pour 16 interrogés, ça l’est extrêmement. En revanche, les valeurs intermédiaires ont obtenu plus de réponses. Respectivement, 29 et 27 individus pensent que le fait d’être proche des locaux est important et très important.

Prix des prestations respectant l'environnement

La dernière question posée concerne leur motivation à payer plus cher pour des services respectant l'environnement. Une large majorité serait prête à payer plus (71,6%) contre 17,9% qui refuserait de dépenser plus pour cela. Les 10 autres réponses sont nuancées. Sept personnes seraient prêtes à payer plus mais seulement dans une certaine mesure. Cela doit rester raisonnable pour eux, être un coup de cœur ou valoir réellement la peine en fonction de la prestation choisie. Une personne mentionne que si elle avait les moyens, elle paierait plus pour des prestations respectant l'environnement mais que si l'opportunité de partir en voyage à petit budget se présentait, elle ne se priverait pas de cette dernière malgré l'impact environnemental qu'elle causerait. La fiabilité des prestations considérées comme respectant l'environnement est elle-aussi mentionnée. En effet, deux personnes sur les 10 auraient besoin d'être sûres que les prestations proposées respectent réellement l'environnement avant de payer plus cher pour elles.

6.2 Synthèse et analyse de la deuxième partie de l'enquête quantitative

Selon les sondés, les principaux besoins actuels de la population auxquels le slow tourism peut répondre ont une valeur écologique au sens large (polluer moins, vivre de façon écologique, respecter l'environnement). Cela peut s'expliquer par l'importance qu'a pris cette thématique ces dernières années en règle générale, ainsi qu'en lien direct avec les impacts du tourisme sur l'écologie. De plus, la médiatisation de ce sujet, toujours grandissante, permet d'être mieux informé sur cette problématique et d'être sensibilisé à cette dernière.

Le temps apparaît être le second besoin de la population auquel le slow tourism peut répondre. Ralentir le rythme, selon le maître bouddhiste Thich Nhat Hanh, permet de « prendre le temps de vivre plus en profondeur » (in Honoré, 2004, p.67). Le temps peut également être associé à d'autres besoins, tels que celui de se retrouver et celui d'échapper au stress. En effet, ceux-ci sont peut-être parfois dépendants les uns des autres car le stress affecte généralement les individus de façon négative, ce qui peut donner envie à la personne de ralentir et de se retrouver, de respirer. Il est donc probable qu'en répondant à un de ces besoins, automatiquement les deux autres seront pareillement satisfaits.

Le besoin d'authenticité, de rencontre avec le local/ le territoire et de découverte sont trois autres nécessités qui sont revenues fréquemment dans les réponses des questionnés.

D'après tous les résultats obtenus grâce à l'enquête, il est à noter que les besoins actuels de la population auxquels le slow tourism peut répondre selon les sondés, correspondent également aux caractéristiques attribuées au tourisme lent par ces mêmes personnes. Donc une logique dans les réponses a été maintenue tout au long de la réalisation du questionnaire.

Connaître les besoins de la population en général était un premier point. Il a fallu ensuite déterminer quels éléments étaient importants pour les sondés lors de l'organisation d'un voyage afin de comprendre leurs attentes au niveau plus touristique.

Le critère se référant au fait d'être proche de locaux a obtenu la moitié des réponses pour les mêmes occurrences que le critère « manger local ». Il est éventuel que ce critère soit plus intéressant pour les touristes car cela demande moins d'efforts que de se rapprocher des locaux.

La destination en soi est un critère qui a une place importante lors de prise de décision de partir en voyage, tout comme le prix en général. Quand il s'agit de payer plus pour une prestation qui respecte l'environnement, en revanche, les avis divergent. Bien qu'une majorité soit d'accord pour payer plus, certains émettent des conditions et 18% refuseraient cette option. Ces réponses montrent que chaque personne porte un intérêt différent pour l'environnement et sa préservation.

La distance (rester proche de chez soi) comme critère de décision est considérée peu voire pas du tout importante pour les sondés, ce qui est étonnant car 48,4% d'entre eux avaient déclaré que faire des courts séjours était au moins important pour eux. Par déduction, la distance devrait alors être un point de décision à prendre en compte étant donné que pour réaliser des courts séjours, la distance à parcourir pour rejoindre la destination est généralement réduite (proche de chez soi) vu que la durée du séjour est plutôt courte et qu'elle ne permet alors pas d'aller loin.

L'empreinte écologique est considérée par plus d'un tiers des personnes interrogées comme un point peu important ou pas du tout important, lorsqu'ils prennent la décision de partir en voyage. Ces résultats sont surprenants quand l'écologie et le respect de l'environnement apparaissent être des besoins actuels de la population.

L'authenticité des lieux visités, contrairement au fait de visiter les lieux touristiques incontournables, est un critère jugé important donc grâce aux réponses, il est mis en évidence que pour les voyageurs, ce qui est principal est le fait de visiter quelque chose de vrai et cela correspond également à un besoin actuel de la population.

À travers cette analyse, il est visible que les besoins de la population en règle générale ne correspondent pas complètement avec ceux de cette même population lorsqu'elle décide de partir en voyage. Ces différences seront d'ailleurs par la suite mises en évidence et développées.

7. Le slow tourism comme réponse aux besoins et attentes de la population

Le slow tourism s'est développé, entre autres, afin de répondre aux présumées nécessités de la population ainsi qu'aux inquiétudes naissantes des citoyens. Désormais, il est alors nécessaire de déterminer s'il répond effectivement aux besoins réels et actuels de la population exprimés par les sondés.

Pour ce faire, il s'agit maintenant de mettre en commun ce qu'offre réellement le tourisme lent avec les besoins et attentes évoqués par les personnes interrogées dans le questionnaire en ligne. Afin que l'étude soit la plus claire possible, elle est construite avec les mêmes thèmes que mentionnés dans le tableau 4.

7.1 Besoin lié à l'environnement

Le slow tourism se définit, tel que déjà mentionné, comme étant une forme de tourisme voulant générer le moins d'impacts sur l'environnement visité, donc il peut être considéré écologique, respectant son environnement et voulant le préserver. De plus, cette thématique fait partie d'une des six dimensions composant le tourisme lent selon l'organisation Slow Tourism (figure 1), il est donc possible de dire que le tourisme lent peut répondre à ce besoin de la population.

7.2 Besoin lié au temps

L'élément-clé du slow tourism fait également partie d'une des six dimensions formant le tourisme lent selon l'organisation Slow Tourism (figure 1). Ce concept sous-entend de prendre son temps lors du voyage afin de vivre pleinement l'expérience. Il est alors plausible de considérer que le tourisme lent puisse répondre à ce besoin de la population lié au temps.

7.3 Besoin lié au fait de se retrouver

Le besoin de se retrouver s'est décliné de plusieurs façons à travers les dires de la population francophone de Suisse : besoin de se déconnecter, de s'écouter, de se ressourcer,

de se déculpabiliser, de se reconnecter, de se sentir mieux et enfin d'appartenance. La satisfaction de ces nécessités peut être liée au ressenti et, dans ce cas, l'appréciation qui est faite par chacun peut alors différer. C'est-à-dire que les personnes ne vont pas forcément juger leurs besoins comme étant satisfaits au même moment. Cela étant dit, si l'on considère que le besoin de se reconnecter concerne la reconnexion avec autrui, avec la nature, avec soi-même, il est possible que le slow tourism puisse y répondre. De même en ce qui concerne le besoin de se ressourcer et de se sentir mieux. En effet, si pour la personne qui recherche ces satisfactions, ces dernières veulent dire se retrouver dans un lieu authentique, vrai, entier et remettre au centre des valeurs telles que la partage et la découverte par exemple, le slow tourism pourrait y contribuer.

7.4 Besoin lié à l'authenticité

L'authenticité étant, elle aussi, une des six dimensions constituant le tourisme lent selon l'organisation Slow Tourism (figure 1), il est possible d'affirmer que cette forme de tourisme préconise effectivement l'originalité du vécu à travers une expérience sincère et pleine de sens.

7.5 Besoin lié au stress

Le besoin d'échapper au stress peut être mis en lien avec le besoin lié au temps comme déjà mentionné précédemment. En gardant la même logique, il serait imaginable de penser que la pratique du slow tourism pourrait permettre d'échapper au stress.

7.6 Besoin lié au local

L'immersion et le local sont deux notions apparaissant dans les définitions du tourisme lent et étant considérées comme des composantes de ce dernier. La première sous-entend un plongeon du touriste dans le lieu visité et la seconde exige un partage avec le local au sens large (gastronomie, visites, culture, histoire, activités, etc.). Les besoins liés au local énoncés par les sondés expriment l'envie de consommer local, de visiter local et de s'immerger dans la culture locale. Il est alors certain que le slow tourism peut permettre en effet l'échange entre

tous les acteurs de l'expérience. De plus, cette notion fait aussi partie des dimensions du slow tourism selon l'organisation Slow Tourism (figure 1).

7.7 Besoin lié à la découverte

Les éléments constituant le besoin de découverte selon les sondés peuvent être considérés comme des envies liées au local. En effet, découvrir son environnement et avoir un esprit de découverte sont possibles si une immersion est vécue. Faire des rencontres rejoint l'idée d'échanges à vivre.

7.8 Besoin lié à la nature

Si le désir d'un retour à la nature exprimé par le sondé fait référence à une envie de se reconnecter à la nature ou de se ressourcer et cela en allant dans la nature, il est possible de l'associer au besoin de se retrouver et de dire que le tourisme lent peut contribuer à satisfaire ce besoin.

Le slow tourism est une pratique complexe et à propos de laquelle chaque personne peut avoir une approche différente. En théorie, d'après l'analyse ci-dessus, il est possible de dire que le tourisme lent pourrait en effet répondre aux besoins et aux attentes susmentionnés car ses principes rejoignent les désirs évoqués. Cela dit, dans la pratique, le slow tourism a beaucoup de contraintes et exige alors en quelque sorte que les personnes voulant le pratiquer correctement, les acceptent. Ce n'est donc qu'à ce moment-là que le tourisme lent pourra éventuellement répondre aux désirs de chacun car ces personnes seront alors réceptives à ce dernier.

8. Les besoins et attentes de la population en termes de tourisme

Les souhaits des personnes interrogées lorsqu'elles prévoient de partir en voyage sont néanmoins parfois contradictoires avec les besoins actuels de la population, existant au quotidien. Dans le tableau ci-dessous, ces éléments divergents sont mis en relation et ensuite développés.

Tableau 5: Contradictions entre les besoins de la population

| Besoins | Critères de décision |
|------------------------------|---|
| Environnement | L'empreinte écologique laissée sur place La distance |
| Temps, Stress, Se ressourcer | La durée du voyage |
| Local | Manger local Être proche des locaux |

Source : Données de l'auteure

L'environnement

Le besoin le plus évoqué par la population francophone de Suisse concerne le respect de l'environnement et sa préservation. Cela dit, lorsqu'il est question de voyager, l'empreinte écologique laissée sur place par le visiteur n'importe pas ou que très peu pour plus d'un tiers des personnes interrogées. Grâce au critère de la distance, il est de nouveau notable que l'impact environnemental causé par le voyageur n'est pas une priorité. En effet, la distance est majoritairement considérée peu importante et il est donc possible de déduire que le mode de déplacement n'importe pas, bien qu'il puisse être très polluant. Enfin, comme déjà vu, payer plus cher certaines prestations préservant l'environnement n'est pas une option séduisante pour toutes les personnes sondées.

Plusieurs explications peuvent être à l'origine de ces réponses et besoins contradictoires entre le quotidien et les vacances. Tout d'abord, l'environnement ne fait peut-être pas partie de leurs priorités en vacances. Ensuite, chacun a des contraintes personnelles (budget, jours de vacances) qu'il doit respecter et qui ne permettent alors pas totalement ou même partiellement de prendre en compte de l'environnement. Encore, certains individus estiment

peut-être que les prestations respectant l'environnement ne devraient pas coûter plus et refusent alors de payer un surplus. Enfin, les voyageurs n'ont peut-être pas envie de restreindre leurs choix de destinations, d'activités ou de moyens de transport, même si c'est pour préserver l'environnement. De plus, ces prestations limitant l'empreinte écologique sont peut-être plus compliquées à trouver et le voyageur peut alors manquer de motivation.

Temps, stress et se ressourcer

Réaliser des longs séjours ou des courts séjours est plus ou moins considéré comme important l'un que l'autre par les sondés. Mais, le besoin de ralentir et de prendre son temps est plus à même d'être répondu sur une longue durée de voyage plutôt que sur une courte durée car le temps à disposition est plus étendu. De plus, un voyage court peut faire vivre plus de stress (faire beaucoup de choses en peu de temps) à une personne plutôt que la ressourcer ou la déconnecter, effet pourtant recherché.

Local

Découvrir la gastronomie du lieu visité est en effet une envie de la population en général et elle le reste en vacances. Le contact avec les locaux, en revanche, comme déjà évoqué, trouve moins de succès auprès des sondés alors qu'il apparaît comme un besoin tant important pour la population. Cela peut être dû au fait que les touristes, en vacances, ne souhaitent pas faire les efforts nécessaires afin de permettre ce partage et cet échange.

Grâce à ces diverses contradictions, il est alors possible de constater que le comportement d'une personne tend à changer si cette dernière se trouve à la maison ou en vacances. En tant que citoyen, la personne sera généralement plus consciente que lorsqu'elle sera touriste. À ce moment-là, ses priorités vont alors changer et laisser place à l'envie de se satisfaire plus qu'à l'envie de maintenir ses convictions. Ces comportements vont également dépendre, comme déjà mentionné, des contraintes de chacun et de la motivation de chacun à respecter ses convictions par exemple. L'idéalisation du voyage parfait peut aussi contribuer à l'éloignement du respect de ses opinions. En effet, une personne qui a une image très précise de ses vacances, va tâcher de les réaliser au mieux, que cela soit en lien avec ses nécessités, celles de la population ou non.

De plus, les exigences de la population évoluent continuellement en fonction de nombreux critères personnels et professionnels. La pyramide de Maslow classe les différents besoins en fonction de leur importance (Adrien, 2019). Pour certaines personnes, voyager va répondre au besoin d'appartenance alors que pour d'autres personnes cela répondra au besoin d'accomplissement. Ces différences montrent qu'il existe des variations dans les attentes de chacun et que pour y répondre, les actions menées ne seront pas forcément les mêmes.

Figure 8: La Pyramide de Maslow



Source : Adapté de Adrien (2019).

9. Les impacts du slow tourism sur l'environnement

Le tourisme amène avec lui certains impacts non désirés sur l'environnement. En effet, selon Pierre Escourrou, « on fait subir des atteintes à la nature bien innocente, des atteintes bien graves » (1993, p.226). Ces effets peuvent être directement liés à la pratique du tourisme mais à travers eux, d'autres impacts indirects apparaissent également. Dans ce chapitre, sont alors présentées les conséquences de la pratique du tourisme de masse face à celles du slow tourism, afin de déterminer quels sont les impacts réels de cette pratique sur l'environnement.

9.1 Les émissions de gaz à effet de Serre

Selon l'article « Le surtourisme : quel impact sur les villes et sur l'environnement », publié le 31 mai 2019 sur le site internet Vie Publique, 5% des émissions mondiales de gaz à effet de serre (GES) seraient causées par l'industrie touristique (La Rédaction, 2019).

Ces émissions sont causées par l'utilisation de certains transports mais également par les produits proposés dans la restauration et l'hôtellerie. Les achats des voyageurs sur place contribuent aussi à l'augmentation de ces émissions. Le tableau ci-dessous met alors en opposition les services du tourisme de masse et ceux du tourisme lent afin de les comparer.

Tableau 6: Causes des émissions de gaz à effet de serre

| | Tourisme | Slow tourism |
|------------------|--|--|
| Transport | Pour se rendre dans la destination : <ul style="list-style-type: none"> • Avion • Bateau de croisière • Transport personnel motorisé : Voiture, moto Sur place : <ul style="list-style-type: none"> • Voiture de location • Train • Métro • Bus | Pour se rendre dans la destination : <ul style="list-style-type: none"> • Train • Vélo • Bus Sur place : <ul style="list-style-type: none"> • A pied • Vélo • VTT • Train • Bus • Métro |

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| Restauration | <ul style="list-style-type: none"> • Produits importés (transport) • Produits hors saison (serres chauffées) ^a • Aliments modifiés (produits non durables) | <ul style="list-style-type: none"> • Produits de saison • Produits régionaux (production locale) |
| Hôtellerie ^b | <ul style="list-style-type: none"> • Chauffage et climatisation • Électricité • Consommation d'eau excessive | <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation de système de chauffage économes • Appareils modérant l'utilisation de l'eau |
| Achats des voyageurs | <ul style="list-style-type: none"> • Produits créés dans les pays en voie de développement (Asie, Afrique) ^c • Produits importés dans la destination | <ul style="list-style-type: none"> • Produits créés dans la région (authentiques) par des personnes de la région (économie locale) |

Source : Tableau de l'auteure provenant de sources multiples

a. A bon entendeur (2016, 05 avril).

b. Steinemann, M., Reutimann, J., von Stokar, T., Schürmann, S.(2014).

c. Mr Mondialisation (2019).

9.1.1 Transports

En admettant que le voyageur pratiquant du slow tourism n'utilise pas l'avion ou le bateau pour se rendre dans la destination, les transports publics et la mobilité douce seront alors employés. Bien que l'utilisation de transports en commun motorisés (bus, car et trains) produise des émissions de GES, cette quantité sera plus faible que si le voyage s'était réalisé en avion par exemple. Limiter l'usage de transports motorisés personnels pour le trajet réduit également ces émissions.

Pour la pratique du slow tourism dans la destination, la mobilité douce reste le mode de transport conseillé pour les déplacements. Évidemment, l'utilisation des transports publics reste l'option secondaire et elle est, tout comme pour se rendre dans la destination, favorable face aux modes de transports personnels.

9.1.2 Restauration

En prônant une gastronomie locale, le tourisme lent limite les émissions de GES provenant de la restauration. D'une part, en ce qui concerne les produits venant de la région, leur transport jusqu'à destination sera très réduit. D'autre part, l'utilisation de produits de saison permet de limiter ou bannir l'utilisation de serres chauffantes et avec ces dernières, leurs consommations, entre autres, énergétique et hydrique (A bon entendeur, 2016).

9.1.3 Hôtellerie

Selon un rapport publié par Hotelleriesuisse, concernant le développement durable dans l'hôtellerie, ce domaine serait à l'origine d'environ 90% des émissions de GES (2014, p.4). Ce rapport propose également quelques axes de changement effectuels par les hôtels afin de diminuer leur empreinte écologique. Afin de limiter leur consommation d'énergie, les hôtels peuvent par exemple utiliser des ressources renouvelables pour le chauffage et acheter des appareils électroménagers économiques (Steinemann, Reutimann, Von Stokar & Schürmann, 2014, p.6). La surconsommation d'eau peut, elle, être limitée en ne lavant pas tous les jours les linges et literie fournis. Également, installer des limiteurs de débit d'eau peut être une solution (Steinemann, Reutimann, von Stokar & Schürmann, 2014, p.6).

Le slow tourism étant une forme de tourisme écologique, il est concevable de croire que ces actions seraient automatiquement entreprises par des hôteliers prônant le tourisme lent. De plus, grâce à l'entretien réalisé avec Mme Elmiger, il est possible de se rendre compte que diverses actions pour le développement durable sont en effet réalisables au niveau hôtelier (Annexe VI).

9.1.4 Achats des voyageurs

Le tourisme de masse motive les touristes à consommer de diverses formes. L'achat de soi-disant souvenirs de la destination dans laquelle ils se trouvent en fait partie. En effet, les produits proposés sont souvent low-cost et fabriqués, de nombreuses fois, à l'autre bout du monde (Mr Mondialisation, 2019). Le slow tourism incite une découverte du local et cela inclut une consommation de la région à tous niveaux. Au-delà de faire fonctionner l'économie locale

grâce à l'achat de produits de la région, cela réduit les impacts négatifs environnementaux et les voyageurs peuvent se réjouir d'y avoir contribué et d'avoir trouvé des objets authentiques.

À travers cette analyse, il est alors possible de se rendre compte que les choix du voyageur concernant la consommation comptent énormément au niveau environnemental et cela sur différents niveaux. En effet, les impacts directs sont les premiers à apparaître mais des effets indirects se manifestent et sont également réduits grâce aux décisions des touristes.

9.2 L'augmentation des déchets

Le tourisme d'ailleurs entraîne avec lui une augmentation des déchets qui se retrouvent ensuite dans l'eau et dans la nature. Ces derniers affectent la biodiversité car ils polluent les espèces vivant dans ces milieux. Du point de vue des prestataires, différentes actions peuvent être menées afin de réduire ces déchets : remplacer les monodoses de leurs produits (alimentaires, produits de douche) par des pots afin de ne pas devoir jeter ces produits après leur ouverture, bien qu'ils ne soient pas terminés (Kloetzli, 2018). Selon la même source, les touristes peuvent aussi contribuer à une diminution des déchets en changeant leur mode de consommation.

En admettant que les personnes souhaitant pratiquer du tourisme lent soient des individus concernés par l'environnement, ils seraient alors des voyageurs respectueux des lieux qu'ils visitent et leurs comportements ne devraient pas nuire à la destination. En ce qui concerne les prestataires touristiques pro slow tourism, ces derniers devraient répondre aux exigences de ce tourisme et mener diverses actions afin de limiter la création de déchets ainsi que le gaspillage par exemple. Au-delà de ces éléments, certains prestataires proposant des services de tourisme lent, comme déjà vu lors des entretiens effectués, exigent aux personnes voulant collaborer avec eux de répondre à certains critères précis. Cela permet aussi de s'assurer que les collaborations se dérouleront dans le respect de la pratique slow.

9.3 La pollution

La pollution que le tourisme créé se répercute sur plusieurs niveaux. Tout d'abord, la pollution de l'eau ne cesse d'augmenter. Une première raison concerne les produits que les touristes utilisent et dont les résidus restent dans l'eau (crèmes solaires, autobronzants, anti-moustiques, etc.). Une seconde raison sont les rejets d'eaux usées déversés à la mer qui contribuent également à cette pollution (La rédaction, 2019). Toutes ces pratiques entraînent la contamination de l'eau et la destruction de certains écosystèmes. Ensuite, la pollution de l'air, causée par les émissions de GES (Alcor, 2001) mais pas seulement, est également une conséquence indirecte du tourisme et peut avoir des répercussions non seulement environnementales mais également sur la santé des personnes. En effet, un voyageur qui se rend dans un milieu urbain est considéré comme un fumeur passif (Thin, 2018). La pollution atmosphérique met alors en danger tout le monde. Enfin, le développement du tourisme dans certaines villes cause également une pollution sonore qui affecte les personnes ainsi que les espèces animales. Le bruit peut effectivement effrayer les animaux (sur terre et dans l'eau) et ainsi modifier leurs comportements (Alcor, 2001). Cette pollution amène également d'autres problèmes éventuels sur la santé des individus y étant trop exposés (Sicsic, 2018).

Le touriste qui pratique du tourisme lent est généralement en adéquation avec les principes de ce dernier. Il adoptera alors des comportements respectueux de l'environnement (crème solaire biodégradable par exemple). Comme déjà vu auparavant, les émissions de GES seraient limitées grâce à une pratique slow et la pollution atmosphérique alors réduite. En ce qui concerne la pollution sonore, il est vrai qu'il est possible de rencontrer ce problème, même en pratiquant du tourisme lent car il existe des lieux bruyants partout mais étant donné que le lieu serait sûrement moins fréquenté, il est alors possible que le bruit soit plus faible.

9.4 La consommation des ressources naturelles

Le tourisme contribue à une consommation plus rapide des ressources naturelles renouvelables et non renouvelables (La rédaction, 2019) et participe ainsi à l'atteinte du jour

de dépassement⁴ trop rapidement. Cette surconsommation, qui se traduit par exemple par une surexploitation des sols ou une pêche trop intensive, a des conséquences sur la planète qui n'a alors pas le temps de se régénérer (WWF, 2019). Cela touchera également les générations suivantes qui manqueront alors peut-être de ressources naturelles. Dans l'hôtellerie, la surconsommation de l'eau par exemple pourrait être limitée en évitant de laver tous les jours les linges de bain et la literie fournie. D'ailleurs, ce système est déjà mis en place dans beaucoup d'endroits et donne alors le choix au touriste de demander à laver son linge ou non. Aussi, la contamination de l'eau peut être limitée en n'utilisant que des produits de nettoyage verts par exemple. Le tourisme lent peut alors contribuer à la sauvegarde de ces ressources. En effet, à travers ses divers principes écologiques et locaux, il participe à une consommation contrôlée et à des comportements bénéfiques pour l'environnement et non l'inverse.

9.5 Charge du tourisme sur place

Le tourisme entraîne parfois une surcharge des touristes dans les lieux visités (Escourrou, 1993, p.177) et amène alors un nombre de touristes bien supérieur à celui que le territoire peut réellement accueillir. Au niveau de la destination, cela amène une modification du paysage due à la construction d'infrastructures touristiques (Escourrou, p.177) telles que les hôtels et parcs aquatiques par exemple. En plus de nuire au bon vivre des locaux, ces éléments causent une surexploitation du lieu.

Le slow tourism soulagerait cette charge (Mat, 2018). Cette forme de tourisme qui propose de voyager moins loin afin de limiter l'empreinte écologique émise permet alors de multiplier les destinations et de répartir alors la masse, selon le Dr Coll (Annexe XII). Une des tendances pour l'année 2020 concerne l'essor de villes secondaires afin de diminuer le tourisme de masse et ainsi protéger l'environnement des endroits visités. Il est alors possible que le tourisme lent puisse participer à la réalisation de cet objectif.

⁴ Jour auquel l'humanité aura dépensé l'ensemble des ressources naturelles que la terre peut régénérer en un an. WWF. (2019, 28 juillet) *Jour du dépassement de la terre : fin juillet, nous aurons déjà épuisé les ressources de la planète* [communiqué de presse]. Récupéré sur <https://www.wwf.ch/fr/medias/jour-du-depassement-de-la-terre-a-fin-juillet-nous-aurons-deja-epuise-les-ressources-de-la-planete>

10. Les limites de la pratique du slow tourism

Dans ce chapitre sera présentée une analyse SWOT visant à définir les limites de la pratique du slow tourism, de manière générale et environnementale également.

Tableau 7: Analyse SWOT des limites de la pratique du slow tourism

| Forces | Faiblesses |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Répond à une demande actuelle • A pour but de diminuer les impacts environnementaux • Offre touristique authentique et locale (patrimoine, paysages, culture, gastronomie) • Dépenses injectées dans l'économie locale | <ul style="list-style-type: none"> • Manque de package slow • Réservé à une élite • Prix plus élevés • Manque de promotion • Capacité d'accueil limitée |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Collaborations possibles • Création de nouvelles destinations | <ul style="list-style-type: none"> • Incompréhension du concept • Concurrence • Démocratisation de l'offre • Volatilité du secteur touristique • Réchauffement climatique |

Source : Tableau de l'auteure

Forces et opportunités

La force actuelle du slow tourism est qu'il répond d'une part réellement à une demande existante concernant les envies des éventuels futurs voyageurs et, d'autre part, il prend en compte les problèmes environnementaux existants dans le monde et tente de les diminuer à son échelle, à travers sa pratique. Cette forme de tourisme se développe alors petit à petit. De plus, le tourisme lent étant un concept récent, de nouvelles collaborations entre prestataires intéressés par la pratique de ce tourisme sont possibles et élargiraient alors l'offre actuelle de ce tourisme. Une autre opportunité concerne la création de nouvelles destinations. En effet, le slow tourism propose un tourisme de proximité afin de limiter les trajets et de connaître des destinations proches de chez soi qui ne sont pas forcément connues ou adaptées au tourisme. Cela peut alors créer de nouvelles destinations pour la pratique de ce tourisme-ci et ainsi aussi alléger les destinations surexploitées.

Faiblesses et menaces

Un flou existe certainement autour du concept slow ainsi que de son offre. Le manque de packages proposant cette forme de tourisme peut limiter sa pratique. En effet, le voyageur doit se débrouiller pour trouver des prestataires proposant des services slow afin de se créer lui-même des vacances slow en tous points. Cela peut s'avérer compliqué et peut également démotiver la personne qui était à la base motivée pour exercer du tourisme lent.

De cette faiblesse, un manque de compréhension du concept peut découler. Il existe en effet différentes définitions pour cette forme de tourisme et il n'y a pas de vérité empirique sur laquelle se baser pour la comprendre. Cela peut empêcher les éventuels futurs clients de comprendre l'essence même du tourisme lent et donnera éventuellement envie aux voyageurs de se tourner vers d'autres formes de tourisme concurrentes. Le faible capacité d'accueil des lieux proposant du slow tourism, à l'heure actuelle (Annexe V) peut aussi amener les clients à se rendre chez les concurrents.

Le slow tourism réservé pour l'instant à une élite peut également être une entrave dans la pratique de ce dernier (Annexe XII). En effet, certaines prestations peuvent coûter plus cher que des services de masse car elles respectent l'environnement ou rétribuent à la juste valeur les acteurs locaux par exemple (Annexe V). Les personnes désireuses de pratiquer ce tourisme, mais ayant un faible budget, devront peut-être se tourner vers d'autres offres malgré elles.

Tout autant, le slow tourism réservé à une élite peut être une faiblesse, tout autant, démocratiser l'offre peut être une menace. En effet, rendre possible la pratique de cette forme de tourisme à tous peut alors augmenter son usage et transformer le slow tourism en slow tourism de masse et surexploiter alors la destination.

La volatilité du secteur touristique peut être considérée comme une menace car elle dépend de beaucoup d'éléments qui ne peuvent être forcément contrôlés : la politique, l'économie, l'environnement ainsi que la demande.

Le réchauffement climatique, lui, amène de nouveaux comportements de la part des touristes auxquels la destination ne peut pas impérativement répondre.

Dans la ville de Lausanne, la pratique slow n'est pas encore très connue et cela peut être d'une façon dû au fait que le concept n'est pas totalement clair, ni pour les habitants, ni pour les offices de tourisme de la ville ou pour les services de la ville. La menace concernant l'arrivée d'un slow tourism de masse est tout d'abord très lointaine, car cette pratique est réservée pour l'instant à une élite, mais peut néanmoins être éloignée étant donné que la ville n'a pas la capacité pour l'accueillir, tel que déjà mentionné. Le réchauffement climatique peut en revanche être une menace pour Lausanne car l'installation de certaines infrastructures seraient éventuellement nécessaires (climatisation par exemple) pour répondre aux besoins des clients mais n'irait pas dans le sens écologique du tourisme lent (Annexe VI). Dans un avenir plus ou moins lointain, cela pourrait alors poser problème.

11. Synthèse générale

Plusieurs doutes sont survenus lors de l'élaboration de ce travail. Le premier concerne l'appellation de ce tourisme. En anglais, *slow tourism*, en français, tourisme lent. Comme déjà mentionné dans ce travail, il est vrai que ces termes sont péjoratifs et que cette appellation peut alors avoir une portée plutôt négative pour certaines personnes. Cela dit, chacun va façonner une opinion différente face à ces termes, selon leurs interprétations ou croyances et va alors déterminer si pour lui cette dénomination est positive ou non. Donc, le nom de ce tourisme, bien que débattu, ne peut être considéré comme positif ou négatif, bon ou mauvais, juste ou faux.

Le second concerne la définition du *slow tourism*. En effet, au fur et à mesure de l'avancement du travail, il a été clair que le tourisme lent ne représente pas la même chose pour tout le monde et ne se pratique pas de la même façon pour chacun non plus. Cette forme de tourisme, comme déjà mentionné, est complexe et il n'existe pas de certitudes sur lesquelles se baser pour déterminer ce qui est correct ou non dans la définition de ce tourisme. Coller une étiquette pour le définir, n'est pas envisageable car l'idée que chacun se fait du tourisme lent, va aussi dépendre des croyances et idées de chaque individu. Il a été cependant possible, grâce aux diverses définitions lues et recherches effectuées, de définir le *slow tourism* d'une certaine façon mais cela n'implique pas forcément que tout le monde sera d'accord avec la définition choisie.

Aux termes de la réalisation de ce travail, certaines questions demeurent néanmoins ouvertes, concernant la pratique du *slow tourism*.

Tout d'abord, lorsque le trajet pour se rendre sur place est *fast* (rapide, au contraire de *slow*, lent), mais que sur place, le voyage est *slow*, est-il possible de considérer ce voyage *slow* ? Selon M. Imhof, il faut prendre en compte les contraintes de chacun. Le but, selon lui, n'est pas d'obliger les personnes à faire quelque chose mais plutôt de les inciter (Annexe V). Donc ce n'est pas parce qu'un individu doit se rendre sur place en voiture, qu'il ne pratique plus du *slow tourism*.

La même question se pose pour les destinations lointaines. Quelqu'un qui se rend dans une destination en avion, va-t-il pratiquer du slow tourism même s'il ne respecte pas tous les principes du tourisme lent, dont l'utilisation de moyens de transports peu polluants ? Diverses hypothèses de réponses existent. Si prendre l'avion est la seule option qu'a cette personne pour se rendre dans la destination, il est possible de déterminer que cette dernière va réaliser du slow tourism, à son échelle, en tenant compte de ses contraintes qu'elle ne peut ignorer. Si la personne a, en revanche, différentes options de transports mais qu'elle choisit de prendre l'avion à cause de ses contraintes financières, il est concevable ici aussi de conclure de la même façon que pour l'hypothèse précédente. Mais, si quelqu'un décide de prendre l'avion alors qu'il a la possibilité d'utiliser un autre moyen de transport, est-il possible de dire si cette personne va pratiquer du slow tourism ou non ? Certains diront que non car cette personne a d'autres choix s'offrant à elles ou qu'elle ne respecte pas tous les rudiments du tourisme lent, d'autres diront qu'il n'y a pas besoin de respecter tous les principes du slow tourism afin de le pratiquer. Ce sont toutes des hypothèses auxquelles il n'a pas été possible de répondre dans ce travail car elles ne sont actuellement pas vérifiables.

Il serait utile de déterminer, tel que proposé par le Dr Coll (Annexe XII), si les personnes possédant une maison dans leur pays d'origine et s'y rendant chaque année en vacances sont considérées comme des pratiquants de slow tourism. En partant du principe que la personne passe plusieurs semaines sur place, qu'elle y connaît les locaux et qu'elle visite les environs et en se basant sur la définition qui a été donnée du tourisme lent dans ce travail, il est alors possible de déterminer que la personne réalise effectivement du slow tourism.

Encore, il serait pertinent de savoir si les destinations accueillant du tourisme de masse peuvent également accueillir du slow tourism. En tenant compte des différents rudiments du slow tourism, il est possible de partir du principe que cette forme de tourisme peut se pratiquer partout. En effet, le respect de l'environnement, l'échange avec les locaux ainsi la découverte de la culture, de l'histoire et de la gastronomie locale, l'immersion dans un lieu visité, prendre son temps et l'utilisation de moyens de transports doux peuvent se réaliser dans tous les endroits.

Enfin, à cause du flou qu'il existe concernant sa définition et le manque d'affirmations concernant sa bonne pratique, il est imaginable que certaines personnes réalisent du slow tourism sans même le savoir.

En ce qui concerne maintenant, les limites de la pratique du slow tourism, elles sont diverses. Selon Mme Elmiger, « la limite est jusqu'où les clients acceptent d'aller » (Annexe VI). Cela peut alors faire référence à la motivation et à l'effort que chacun est capable de faire en relation du prix à payer, de la distance à parcourir, des activités à choisir, etc., afin de pratiquer un tourisme lent. Cela dit, selon Mme Elmiger, les individus veulent tout, tout de suite, à bas prix et cela rentre alors en contradiction avec le tourisme durable. Tel que déjà mentionné, le rapport au temps est une problématique actuelle et le slow tourism demande alors à l'individu de modifier sa relation avec ce dernier. En admettant que les personnes soient capables de transformer leurs comportements à ce niveau-là, elles seraient également peut-être plus tolérantes et plus aptes à pratiquer du tourisme lent.

Un trop grand développement du slow tourism conduit à se demander s'il amènerait alors du slow tourism de masse et deviendrait une pratique négative au niveau environnemental, entre autres, contrairement à ce qu'il souhaite être en réalité. En partant du principe que le tourisme lent est actuellement réservé à une élite et en prenant en compte les différents avis obtenus lors des entretiens, ce problème n'est pour l'instant pas raisonnable. De plus, selon Dr Coll, cette forme de tourisme serait née de la volonté de limiter la surexploitation de certaines destinations (Annexe XII). Il serait donc paradoxal qu'en voulant protéger quelque chose, ce soit l'inverse qui se produise. Cela dit, à l'heure actuelle, il n'existe aucune étude mesurant l'ampleur du slow tourism, donc rien n'empêche de croire en la possibilité que le slow tourism devienne du slow tourism de masse si, dans les prochaines années, ce dernier rencontre un grand succès.

Tel que déjà mentionné, il n'y a pas de limites environnementales à prendre en compte quant à la pratique du slow tourism dans la ville de Lausanne. Cette forme de tourisme n'étant que très peu présente et reconnue dans la destination, il n'y a pas de risques, dans l'immédiat en tout cas, pour qu'un éventuel développement du tourisme lent devienne négatif.

Conclusion

Ce travail de Bachelor a tout d'abord permis de constater, grâce à l'enquête quantitative réalisée ainsi qu'aux entretiens effectués, qu'un intérêt pour le slow tourism en général et à Lausanne, existe réellement. En effet, bien que ce concept reste inconnu pour passablement de monde, il se développe gentiment et il est reconnu comme pouvant être à la mode. De par ses principes, répondant à diverses problématiques mondiales actuelles telles que la protection de l'environnement ou l'augmentation du stress, il est alors considéré comme pouvant satisfaire certains besoins actuels de la population.

Les effets environnementaux de la pratique de cette forme de tourisme considérée, entre autres, comme écologique, ont alors été questionnés dans ce travail. Comme le montrent les différentes réponses obtenues aux entretiens, il s'avère que cette forme de tourisme aurait des impacts plutôt positifs sur la ville. Son développement serait alors bénéfique pour Lausanne, pour ses citoyens et pour les touristes se rendant sur place. Les craintes concernant un développement trop grand du slow tourism dans la ville ont quant à elles été écartées car elles ne sont pas considérées comme envisageables pour les personnes interrogées.

Bien que le slow tourism se fasse connaître petit à petit, les offices de tourisme interrogés, qui soutiennent pourtant ce tourisme, n'évoquent pas ce dernier dans leur communication alors qu'il a été considéré comme positif pour la ville s'il se développait. Si le tourisme lent était alors mis en avant, il serait possible qu'il réponde, d'une part, aux objectifs de la destination au niveau touristique et, d'autre part, qu'il participe à la réalisation de certaines missions environnementales de la ville.

Ce travail est également soumis à différentes limites qu'il est utile de mentionner. Tout d'abord, le nombre de personnes interrogées dans le cadre des entretiens qualitatifs semi-directifs pourrait être augmenté afin d'obtenir une plus grande variété de réponses. Ensuite, créer une enquête quantitative permettant uniquement aux personnes de Suisse romande (public cible) de pouvoir y répondre afin d'obtenir que des réponses qui pourront être par la suite utilisées serait profitable. Encore, le nombre de personnes répondant à l'enquête quantitative pourrait être augmenté. Cela serait faisable en diffusant le questionnaire sur les

plateformes des offices de tourisme par exemple ou en réalisant l'enquête sur le terrain en parallèle (ceci permettrait aussi de ne toucher que le public cible souhaité). Enfin, le slow tourism n'étant pas très développé à Lausanne, il n'est alors à ce jour pas encore possible d'étudier les conséquences réelles de sa pratique dans la ville et d'en tirer des conclusions concrètes au niveau environnemental ainsi que touristique.

Références

- Adrien. (2019). Pyramide de Maslow : Sommes-nous tous égaux face à nos besoins ? [Publication sur blog]. Récupéré sur <https://www.reussitepersonnelle.com/pyramide-des-besoins/>
- Alcor. (2001). Les différentes formes de pollution nuisibles pour l'environnement. Récupéré sur <https://www.alcor-controles.fr/les-differentes-formes-de-pollutions-nuisibles-pour-lenvironnement/>
- Axes forts des transports publics urbains (2018) *Métro m3*. Récupéré sur <https://www.axes-forts.ch/lignes/metro-m3-lausanne-gare-blecherette/>
- B., J.-B., (2019, 15 juin). *Les 8 tendances qui changent l'industrie du tourisme*. Récupéré sur <https://www.consoglobe.com/7-tendances-changent-industrie-tourisme-cg/6>
- Babel Voyages (s.d.a) *Slow tourisme*. Récupéré sur <https://www.babel-voyages.com/definition/slow-tourisme>
- Babel Voyages (s.d.b) *Agences de voyage responsables*. Récupéré sur <https://www.babel-voyages.com/agence-de-voyage>
- Babou, I., Callot, P. (2009). Slow tourism, slow (re)volution ? *Cahier Espaces*, 100, p.48-54.
- Bac, D.P. (2014). From slow food to slow tourism. *Annals of Faculty of Economics*, 1 (2), 137-144. Récupéré sur <https://ideas.repec.org/a/ora/journl/v2y2014i2p137-144.html>
- Booking.com. (2018, 18 octobre). *Booking.com dévoile 8 tendances de voyage pour 2019*. Récupéré sur <https://news.booking.com/bookingcom-devoile-8-tendances-de-voyage-pour-2019/>
- Booking.com. (2019, 10 octobre). *Les tendances de voyage 2020, selon Booking.com*. Récupéré sur <https://news.booking.com/les-tendances-de-voyage-2020-selon-bookingcom/>
- Bureau d'information et de communication. (2018, 05 février). *La future Maison de l'environnement sera construite en bois vaudois et en pisé, technique millénaire et*

durable [communiqué de presse]. Récupéré sur <https://www.bicweb.vd.ch/communiquedepresse.aspx?pObjectID=647746>

Cittaslow international. (2016a). *Association*. Récupéré sur <http://www.cittaslow.org/content/association>

Cittaslow international. (2016b). *How to Become*. Récupéré sur <http://www.cittaslow.org/content/how-become>

Cittaslow international (2019) *Cittaslow list*. Récupéré sur http://www.cittaslow.org/sites/default/files/content/page/files/246/cittaslow_list_november_2019.pdf

Cittaslow international (2017, 12 mai). *Cittaslow International Charter*. Récupéré sur http://www.cittaslow.org/sites/default/files/content/page/files/257/charter_cittaslow_en_05_18.pdf

Climathon. (2019). *Slow Tourism de la destination de Morges*. Récupéré sur <https://climathon.climate-kic.org/fr/challenges/mobility/slow-tourisme>

Cooltural (2018). *Le slow tourisme*. Récupéré sur <https://fr.cooltural.net/slow-tourisme>

De Salvo, P. & Calzati, V. (2018) *Slow Tourism : a theoretical framework*. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/320417358_Slow_Tourism_a_theoretical_framework

De Senger, C., (2019, 23 août) Le tourisme viticole continue son essor. *30 ans Bilan !* Récupéré sur <https://www.bilan.ch/vin-gastronomie/le-tourisme-viticole-continue-son-essor>

Dickinson J. & Lumsdon, L. (2010). *Slow Travel and Tourism*. London : Earthscan.

Eigenmann, J. (2019). Le goût du voyage responsable à Vevey. *Le Temps*. Récupéré sur <https://www.letemps.ch/lifestyle/gout-voyage-responsable-vevey>

Escourrou, P. (1993). *Tourisme et environnement*. Paris : Sedes.

Freedreams. (s.d.). *Slow travel – l'évasion au quotidien*. Récupéré sur <https://www.freedreams.ch/fr/slow-travel>

Fullagar, S., Markwell, K., & Wilson, E. (2012) *Slow Tourism, Experiences and Mobilities*. Bristol : Channel View Publications

Global Destination Sustainability Index (2019). *Top 20 destinations for 2019*. Récupéré sur <https://www.gds-index.com/top-destinations>

Great Wine Capitals. (2019). *The Great Wine Capitals Global Network... Un Monde d'Excellence*. Récupéré sur <http://www.greatwinecapitals.com/about/french>

Heitmann, S., Robinson, P., Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. In Robinson, P., Heitmann, S. & Dieke, P. (Ed.). *Research Themes for Tourism* (pp.114-127). Wallingford : CAB International.

Hochstrasser, R. (2002). *Les défis du tourisme suisse. Une nouvelle façon de communiquer dans le marché global*. Institut de Géographie, Université de Lausanne.

Honoré, C. (2004). *Éloge de la lenteur*. Paris : Marabout.

KIPIK Conseil. (2017). *Entreprises innovantes du slow tourisme : synthèse de l'étude*. Récupéré sur <https://www.veilleinfotourisme.fr/files/2018-02/Synth%C3%A8se%20de%20l%27%C3%A9tude%20DGE%20sur%20les%20entreprises%20innovantes%20du%20slow%20tourisme.pdf>

Kloetzli, S. (2018, 31 juillet). Le tourisme de masse peut-il être « Zéro déchet » ? *Socialter*. Récupéré sur http://www.socialter.fr/fr/module/99999672/695/le_tourisme_de_masse_peut_il_tr_e_zro_dchet__

Kookooning. (2019, 6 mai) Destination « slow tourisme » pour des « slow vacances ». [Publication sur blog]. Récupéré sur <https://www.kookooning.com/fr/blog/un-paresseux-comme-mascotte-du-slow-tourisme/>

La Rédaction. (2019, 31 mai). *Le surtourisme : quel impact sur les villes et sur l'environnement ?* Récupéré sur <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24088-le-surtourisme-quel-impact-sur-les-villes-et-sur-lenvironnement>

Laiberté, M. (2005, 25 mai). *Le tourisme durable, équitable, solidaire, responsable, social...un brin de compréhension.* Récupéré sur <https://veilletourisme.ca/2005/05/25/le-tourisme-durable-equitable-solidaire-responsable-social-un-brin-de-comprehension/>

Lausanne Tourisme. (2018). *Rapport annuel 2018.*

Lausanne Tourisme (s.d.). *Tourisme d'affaires et de loisirs.* Récupéré sur <https://www.lausanne-tourisme.ch/fr/Z5642/tourisme>

Le Blog Tourisme Institutionnel (2019, 09 avril). *Les tendances du tourisme en 2019 et à venir.* [Publication sur blog]. Récupéré sur <https://leblogtourismeinstitutionnel.fr/2019/04/09/les-tendances-du-tourisme-en-2019-et-a-venir/>

Le Goût du Voyage. (2019a). *Slow-life en Toscane.* Récupéré sur <https://www.legoutduvoyage.ch/responsible-travel-and-cafe-bio/travels/slow-life-en-toscane/>

Le Goût du Voyage. (2019b). *Notre charte.* Récupéré sur <https://www.legoutduvoyage.ch/responsible-travel-and-cafe-bio/notre-charte/>

Le petit Larousse Illustré 2010. *Apprentissage.* (2009). Paris : Larousse.

Le petit Larousse Illustré 2010. *Lent.* (2009). Paris : Larousse.

Le petit Larousse Illustré 2010. *Responsable.* (2009). Paris : Larousse.

Marche des Cépages. (2019). *Informations.* Récupéré sur <https://marchedescepages.ch/>

Mat. (2018, 8 juin). *Slow travel : ça change quoi de voyager lentement ?* [Publication sur blog]. Récupéré sur <https://www.lesvoyagesdemat.com/les-actus/slow-travel-pourquoi-voyager-lentement/>



Matos, R. (2004). *Can « slow tourism » bring new life to Alpine regions ?* in *Leisure Futures*, actes du colloque, Centre for Tourism and Service Economics, University of Innsbruck (Innsbruck, 11-13 avril 2002), pp. 254-263 (parution également prévue sous forme de livre, Haworth Press, Binghamton, New York, fin 2002).

Menétrey, S. & Toninato, A. (2010, 02 septembre). *Slow life : vers de beaux lents demains. L'Hebdo*. Récupéré sur <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/browse>

Morges Région Tourisme (s.d.). *Slow destination*. Récupéré sur <https://www.morges-tourisme.ch/fr/Z9709/slow-destination>

Mr Mondialisation (2019, 12 août). *Tourisme de masse : cette pollution qu'on ne peut plus ignorer*. Récupéré sur <https://mrmondialisation.org/tourisme-de-masse-cette-pollution-quon-ne-peut-plus-ignorer/>

OMT. (2019a, 21 janvier). *Les arrivées de touristes internationaux atteignent 1.4 milliard deux ans plus tôt que prévu*. Récupéré sur <http://www2.unwto.org/fr/press-release/2019-01-21/les-arrivees-de-touristes-internationaux-atteignent-14-milliard-deux-ans-pl>

OMT. (2019b, 09 septembre). *Le tourisme international en hausse de 4% au premier semestre de 2019*. Récupéré sur <http://www2.unwto.org/fr/press-release/2019-09-09/le-tourisme-international-en-hausse-de-4-au-premier-semester-de-2019>

OMT. (s.d.). *Définition*. Récupéré sur : <https://sdt.unwto.org/fr/content/definition>

Organisation Slow Tourism. (2013). *Slow tourism network*. Récupéré sur <http://www.slow-tourism.net/>

Passion Terre (2019a). *Nos escapades en train*. Récupéré sur <https://passionterre.com/escapade/train-quebec/>

Passion Terre (2019b). *Définir les différentes formes de tourisme*. Récupéré sur <https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/>

- Région Morges (2019). Voie verte d'agglomération. Récupéré sur <https://www.regionmorges.ch/projet/voie-verte/>
- Renaud, J. (05.2018). *Le canton de Vaud dévoile sa future Maison de l'environnement*. RTS Récupéré sur <https://www.rts.ch/info/regions/vaud/9308741-le-canton-de-vaud-devoile-sa-future-maison-de-l-environnement.html>
- RTS. (2016, 05 avril). L'écobilan des fruits et légumes. *A bon entendeur*. Récupéré sur <https://pages.rts.ch/emissions/abe/7520431-fruits-et-legumes-hors-saison-quelle-salade.html>
- Schumacher, B. (2015, 17 mars). Vacances. *Dictionnaire historique de la Suisse (DHS)*. Récupéré sur <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F7629.php>
- Secrétariat d'État à l'économie (SECO). (2019). *Création d'une « slow destination » un projet novateur et porteur pour le tourisme de la région de Morges*. Récupéré sur https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour/Gefoerderte_Projekte/2016-bis-2019/schaffung-einer---slow-destination----ein-neuartiges-und-zukunft.html
- Sicsic, J. (2018, 19 septembre). Hôtellerie/restauration : le bruit, le prochain ennemi des pros du tourisme ? *TourMag*, Récupéré sur https://www.tourmag.com/Hotellerie-restauration-le-bruit-le-prochain-ennemi-des-pros-du-tourisme_a95042.html
- Slow Food. (2015). *Manifeste de l'association Slow Food*. Récupéré sur https://slowfood.com/filemanager/Convivium%20Leader%20Area/Manifesto_FRA.pdf
- Slow Food. (s.d.). *Philosophie*. Récupéré sur <https://www.slowfood.ch/fr/slow-food/philosophie>
- SlowUp (2018). *SlowUp – les journées découvertes sans voitures suisses*. Récupéré sur <https://www.slowup.ch/national/fr/idee.html>
- SlowUp (2019, 26 mars) *20 années de slowUp en Suisse !* [Communiqué de presse]. Récupéré sur <https://www.slowup.ch/national/fr/media.html>

- Steinemann, M., Reutimann, J., von Stokar, T., Schürmann, S. (2014). *Le développement durable dans l'hôtellerie*. Récupéré sur https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf9/Nachhaltigkeitsmonitoring_Zusammenfassung_F_gesamt.pdf
- Suisse Énergie. (2018a). *Une Cité de l'énergie, qu'est-ce que c'est ?* Récupéré sur <https://www.local-energy.swiss/fr/programme/energiestadt/was-ist-eine-energiestadt.html#/>
- Suisse Énergie. (2018b). *Lausanne*. Récupéré sur <https://www.local-energy.swiss/fr/programme/profile/lausanne.html#/>
- Suisse Énergie. (2018c). *Qu'est-ce que la Société à 2000 watts ?* Récupéré sur <https://www.local-energy.swiss/fr/programme/2000-watt-gesellschaft/worum-geht-es-bei-der-2000-watt-gesellschaft.html#/>
- SuisseMobile. *Bienvenue à SuisseMobile, le réseau pour la mobilité douce*. Récupéré sur <https://www.schweizmobil.ch/fr/ete.html>
- SuisseRando. (2019a). *Portrait*. Récupéré sur <https://www.randonner.ch/fr/portrait>
- SuisseRando. (2019b). *Objectifs*. Récupéré sur <https://www.randonner.ch/fr/portrait/objectifs>
- Swiss Wine. (2019). *Bienvenue aux caves ouvertes 2019*. Récupéré sur <https://swisswine.ch/fr/caves-ouvertes-2019>
- Tanguay, J. (2004). La qualité en tourisme : de la norme à la déstandardisation. *Téoros*. 23-2. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/teoros/628>, version du 01.11.2010
- Thin, G. (2019, 10 août). Pollution des villes : quand tourisme rime avec tabagisme. *La Tribune de Genève*. Récupéré sur <https://www.latribune.fr/regions/smart-cities/pollution-des-villes-quand-tourisme-rime-avec-tabagisme-787493.html>
- Tissot, L. (2014, 25 février). Tourisme. *Dictionnaire historique de la Suisse (DHS)*. Récupéré sur <https://beta.hls-dhs-dss.ch/fr/articles/014070/2014-02-25/>

Too Good To Go (2018). *Notre mouvement*. Récupéré sur <https://toogoodtogo.ch/fr-ch/movement>

Totonal Viajes (2018). *Sostenibilidad*. Récupéré sur <https://www.totonal.com/nuestra-politica-de-sostenibilidad-turistica-totonal-viajes-mexico/>

Vaud Rando. (2019). *Randonnées*. Récupéré sur <https://www.vaud-rando.ch/randonnees>
Villeneuve, Vins & gourmandises du Vieux Bourg. (2019). *Accueil*. Récupéré sur <http://www.vins-et-gourmandises.ch/pages/index.php>

Ville de Lausanne. (2019a). *Mobilité*. Récupéré sur <https://www.lausanne.ch/portrait/durabilite/mobilite.html>

Ville de Lausanne. (2019b). *Espaces verts*. Récupéré sur <https://www.lausanne.ch/portrait/durabilite/espaces-verts.html>

Ville de Lausanne. (2019c). *Développement durable*. Récupéré sur <https://www.lausanne.ch/portrait/durabilite/developpement-durable.html>

Ville de Lausanne. (2019d). *Plaines-du-Loup*. Récupéré sur <https://www.lausanne.ch/officiel/grands-projets/metamorphose/plaines-du-loup.html#l-rsquo-ecoquartier-01>

Ville de Lausanne. (2019). *Lausanne s'engage !* Récupéré sur <http://www.lausanne.ch/thematiques/developpement-durable/strategie-developpement-durable/plan-strategique-Lausanne.html>

Déclaration de l'auteure

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après :

- M. Lukas Stadtherr, membre de la direction de SuisseMobile
- M. Bernard Matthey-Doret, président de la commission technique de Vaud Rando
- M. Didier Blanchard, responsable du développement commercial du TOM Café
- M. Jean-Marc Imhof, président de l'Association Slow Food à Genève
- Mme Anne-Marie Elmiger, ancienne responsable du Lausanne Guesthouse
- M. Steeve Pasche, directeur de Lausanne Tourisme
- M. Mathieu Gavillet, chef de projet marketing à l'Office du Tourisme du canton de Vaud
- M. Thomas Claude, délégué à l'environnement à la ville de Lausanne
- Mme Núria Medir Benito, cheffe de projets au service des routes et de la mobilité à Lausanne
- Mme Fanny Falconnet, cheffe de la division nature à Lausanne
- Dr. Sami Coll, chercheur

Debora Iannuccilli