



ISSN 1866-5268

ISSN en ligne 2261-2750

Réinventer le tourisme et le voyage

Brigitte Bloch

Comité régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, France
brigitte.bloch@na-tourisme.com

Reçu le 13-04-2021 / Évalué le 29-04-2021 / Accepté le 02-06-2021

Résumé

D'abord vécu comme un temps de découverte du monde pour les plus aisés, puis comme un moment de récupération de « la force de travail » pour les salariés, le tourisme est devenu, au cours du 20^{ème} siècle, une activité industrialisée, même si 60% des Français ne partent pas en vacances. Si les congés restent un moment de rupture avec le quotidien, Internet a changé l'accès aux destinations et la manière de valoriser la pratique. Avant la pandémie, déjà, la trop grande fréquentation de certains lieux et la prise de conscience écologique entraînaient une remise en cause du modèle de développement touristique. La pandémie accélère les transformations et ouvre le champ d'une nouvelle relation au voyage, aux vacances et aux activités à réaliser pendant ce temps libre.

Mots-clés : tourisme, pandémie, comportements, innovation, durabilité

Tourismus und Reisen neugestalten

Zusammenfassung

Der Tourismus, der zunächst als eine Zeit der Entdeckung der Welt für die Wohlhabenden und dann als ein Moment der Wiederherstellung der „Arbeitskraft“ für die Arbeitnehmer galt, wurde im 20. Jahrhundert zu einer Industrie, obwohl 60% der Französischen und Franzosen nicht in Urlaub fahren. Auch wenn der Urlaub weiterhin einen Bruch mit dem Alltag darstellt, so hat Internet den Zugang zu den Reisezielen und die Art und Weise, wie diese Praxis Wert erfährt, verändert. Bereits vor der Pandemie führten die zu große Besucherzahl an bestimmten Orten und die Sensibilisierung für die Belange der Umwelt dazu, dass das gängige Modell der touristischen Entwicklung in Frage gestellt wurde. Die Pandemie beschleunigt den Wandel und eröffnet das Feld einer erneuerten Beziehung zu Reisen, Urlaub und anderen Aktivitäten, die in der Freizeit durchgeführt werden.

Schlüsselwörter: Tourismus, Pandemie, Verhalten, Innovation, Nachhaltigkeit

Redesigning tourism and travel

Abstract

First experienced as a time of exploration of the world for the wealthier classes, then as a way to recuperate from their hard work for employees, tourism became an industrialized activity during the twentieth century, even if 60% of the French population do not go on vacation. While holidays remain a time of change from everyday life, the Internet has altered access to destinations and the way in which tourism is valued. Even before the pandemic, the excessive number of visitors to certain places and the ecological awareness had led to a questioning of the model of tourism development. The pandemic had accelerated transformations and paves the way for a new relationship to travel, holidays and the activities free time should be spent on.

Keywords: tourism, pandemic, behavior, innovation, sustainability

Y aura-t-il un avant et après la COVID dans le tourisme ? Le débat est largement ouvert depuis l'arrêt presque total du tourisme international au printemps 2020. Des images circulent alors sur les réseaux sociaux où l'on voit les avions d'Air France se ranger les uns après les autres sur un tarmac immense ; l'aéroport d'Orly est fermé ; les habitants autour de Roissy redécouvrent le chant des oiseaux.

Jamais, depuis l'invention du tourisme (Boyer, 1996), la filière n'avait été à ce point à l'arrêt : musées et monuments fermés, trains en nombre limité, restaurants et bars inaccessibles. Même les remontées mécaniques, si symboliques des vacances en hiver, ont été suspendues pour limiter encore plus les interactions pendant les vacances scolaires en France en 2021.

Les données sont frappantes. Avant la COVID, l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) annonçait, dans son rapport annuel, des progressions records. Avec 1,5 milliards d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale, 2019 était la 10^{ème} année consécutive de progression du tourisme dans le monde. L'OMT parlait, lors de la publication de son baromètre du tourisme mondial en janvier 2020, d'un optimisme prudent avec une croissance prévisionnelle de 3 à 4% en 2020. Cette année de pandémie a été toute autre. Selon le baromètre annuel, publié en janvier 2021, la chute des arrivées internationales a été de 74%, ce qui représente 1 milliard d'arrivées en moins, une perte de 1300 Md\$ et une menace qui pèse sur 100 à 120 millions d'emplois.

La COVID a-t-elle emporté l'image du tourisme porteur de richesse économique et de développement ? Cette crise signe-t-elle la fin d'un modèle ? Peut-être. Ce qui est certain, c'est que la critique qui vise aujourd'hui le tourisme ne date pas de la pandémie. Déjà au milieu des années 2010, sont apparues les premières

manifestations contre les touristes. L'image même des vacances a changé, en lien avec l'évolution de la société. Demain, comment pourra-t-on lier l'envie de vacances, de dépaysement et de rupture avec le respect de l'environnement et l'équilibre territorial ?

C'est à ces questions que cet article tente de répondre en évoquant d'abord la manière dont le sens du voyage et des vacances a évolué depuis son origine, en abordant ensuite l'état de la pratique touristique d'avant la COVID et les premières alertes sur son rejet, pour aborder, pour finir, les enjeux d'aujourd'hui autour d'un tourisme plus responsable.

Le voyage, du Grand tour de l'aristocratie, au tourisme industriel et aux vols *low cost*

Voyager n'a plus le même sens. Le rapport parlementaire sur l'impact du numérique sur le secteur du tourisme français, porté par Daniel Fasquelle et Pascale Got (2015), propose une bonne synthèse de l'histoire de la pratique. Au 18^e siècle, le voyage était une aventure initiatique pour des aristocrates britanniques, une pratique culturelle, la possibilité pour une minorité de partir longtemps, sans soucis financiers, pour découvrir d'autres pays, d'autres cultures. Il faut attendre 1850 pour que de premières stations balnéaires, thermales et de montagne se développent, s'y rendre restant malgré tout une occupation pour familles aisées. Les voyages organisés, créés par Thomas Cook en 1840, se démocratisent. Il n'est plus nécessaire de savoir organiser son voyage pour partir. Cette pratique reste cependant aussi celle d'une minorité.

Même si la première administration du tourisme en France date de 1919 et instaure un classement pour les communes touristiques, le tourisme, comme nous le connaissons, ne s'est véritablement développé qu'après la seconde guerre mondiale avec les congés payés, bien sûr, mais surtout avec la révolution des transports, le développement de l'automobile familiale, puis de l'avion.

En 1950, selon l'étude de l'INSEE publiée en 1951, une personne sur deux habitant une grande agglomération est partie en vacances alors que 55 % de la population vit en ville à cette époque. En 1955, la France accueille moins de 20 millions de visiteurs internationaux. Presque soixante-dix ans plus tard, avant la COVID, le pays recevait 89 millions de touristes étrangers et environ 60% des Français partaient en vacances. Une véritable révolution.

La relation aux vacances a beaucoup changé au cours du 20^e siècle. Premier symbole dans notre imaginaire collectif, 1936 et les congés payés. Avant, les

vacances scolaires étaient prévues pour que les enfants aillent donner un coup de main aux champs. Les préfets les organisaient en fonction des travaux à réaliser. Avant 1929, les congés payés avaient fait l'objet de revendications, mais, avec la crise, le chômage était devenu la principale préoccupation. En 1936, la rupture - pas ressentie à l'époque comme nous l'idéalisons aujourd'hui - a été la généralisation des deux semaines de congés payés. *Cette première année, les gens n'ont pas vraiment eu le temps de partir loin*, tempère l'historien André Rauch (2018). *Dans le monde ouvrier, beaucoup en profitent pour retaper leur intérieur, investir leur vie domestique. Ça relève d'une vraie éthique populaire.* Si les billets de congés payés se développent pour les départs en train, 1,8 millions de billets à tarif réduit vendus en 1937, la plupart des vacanciers vont à la campagne ou retrouver de la famille. À noter d'ailleurs que ces tendances persistent aujourd'hui avec le développement du temps libre. Alors que l'on ne travaille plus que 16% de notre vie éveillée contre 70 % un siècle plus tôt (Viard, 2015), beaucoup de notre temps libéré est consacré au bricolage et à l'inclusion de pratiques de vacances dans notre quotidien (en 2016, on constate par exemple un doublement des piscines privées en 10 ans).

Dans les années 50, c'est le développement de la voiture qui va changer la donne. *Avant de devenir un simple trajet, le voyage en voiture est d'abord une aventure et fait partie à part entière des vacances* explique Sandra Lorenzo (2017). Une forme de nostalgie existe en France autour du départ vers le sud par la Nationale 7. *De toutes les routes de France d'Europe celle que j' préfère est celle qui conduit en auto ou en auto-stop vers les rivages du Midi, Nationale 7, il faut la prendre qu'on aille à Rome à Sète, que l'on soit deux trois quatre cinq six ou sept, [...] Route des vacances,...* chante Charles Trenet en 1955. *Jusqu'à la fin des années 80, il existait un certain plaisir à partir tous en même temps, certes, il y avait du monde sur la route, mais nous y étions tous ensemble*, constate André Rauch.

Bonheur de rompre avec son quotidien, vacances au camping, en famille, en colonies de vacances, scoutisme, pour se familiariser avec ce temps de liberté sans trop perdre ses repères. *Pour démocratiser les vacances, il a fallu construire cet imaginaire du temps libre. On a appris aux gens à partir avec le tourisme social, avec les comités d'entreprise* explique Jean Viard (2016).

Vacances temps suspendu, rupture avec le quotidien et temps de séduction, ensuite, dans les villages de vacances et autres clubs. C'est l'époque, à la fin des années 1970, du *sea, sex and sun*, résumé dans une chanson à succès de Serge Gainsbourg, sortie en 1978. La même année, les personnages du film « Les bronzés », s'ils sont caricaturaux, résumant assez bien l'idée des vacances en club :

seule, je m'ennuie, ici, les contacts humains sont plus faciles ; j'avais besoin de recharger les batteries ; j'ai fait une connerie, je suis venu avec ma femme ; il y a de la paëlla, du couscous, des rognons sauce madère, maman ne t'inquiète pas. Le club, c'est donc l'association entre des choses maîtrisées qui rassurent (les repas, l'animateur, des semblables) et « l'aventure » représentée par la possibilité des rencontres, la rupture avec le quotidien du couple. *Le grand moment de l'érotisation de la jeunesse, ce sont les congés payés* complète Jean Viard (2016).

Jean-Didier Urbain décrit deux types de touristes, l'aventurier et le Robinson (2017). Le premier veut découvrir un monde qu'il ne connaît pas, rencontrer l'Autre. Il recherche de l'authenticité. Le second désire *le repli sur soi et sur les siens (famille, amis)*. Il part *non pour découvrir le monde, mais pour l'oublier*.

Dernière grande rupture dans le tourisme du 20^{ème} siècle, le développement des compagnies aériennes *low cost*. Prendre l'avion n'est plus réservé à une minorité qui pouvait découvrir le monde, mais devient une pratique accessible. Au cours des années 2010, la croissance annuelle des capacités *low cost* a même été de 9,4 % par an (Citrinot, 2019). Les vols directs de moins de 3h ont entraîné avec eux la croissance du tourisme urbain et des séjours d'une semaine dans les destinations soleil d'Europe ou d'Afrique du Nord.

Le tourisme industrialisé privilégie alors l'entre soi, en France comme à l'étranger, comme on peut le voir dans les grands campings du littoral ou dans les hôtels clubs, qui offrent des semaines tout compris aux buffets uniformisés, quel que soit le pays où l'on se trouve. Des excursions sont bien proposées à ces touristes, mais elles sont tellement encadrées et standardisées, que des milliers, voire millions de voyageurs, peuvent raconter la même expérience. Ces vacances permettent cependant à ceux qui les pratiquent de revenir avec un récit, des photos, le sentiment d'avoir vécu une rupture, d'avoir profité d'un certain luxe (celui du soleil garanti, des activités multiples disponibles, de ne pas faire la cuisine, d'avoir accès au bar sans limites, etc.).

En parallèle subsiste toujours un tourisme minoritaire haut de gamme, avec des tour-opérateurs spécialisés dans le sur-mesure, le luxe, et un tourisme de découverte, lié à l'imaginaire du départ « sac à dos », caractérisé par le Guide du routard, utilisé par ceux qui veulent voyager par leurs propres moyens, mieux pénétrer la culture des territoires visités. Le tourisme à la campagne, en France, reste un tourisme « par défaut », accessible à ceux qui ne peuvent aller ni à la mer ni à l'étranger. S'il est le choix véritable de quelques-uns, il transporte un imaginaire de destination ennuyeuse, pauvre en récit « magique » à rapporter de ses vacances.

Les années 2000 : Internet, économie collaborative, tourisme expérientiel, surtourisme et prise de conscience environnementale

Dans les années 2000, la réussite d'une politique de développement touristique était évaluée à l'aune du nombre de touristes étrangers accueillis et à la dépense effectuée sur place. En 2014, Laurent Fabius, alors Ministre des affaires étrangères, fixait l'objectif de 100 millions de touristes étrangers à atteindre en 2020 en France. *Je pense que nous pouvons nous fixer un objectif à la fois simple et mobilisateur : nous devons avoir pour ambition d'être le premier [pays touristique] au monde* déclarait-il à l'issue des Assises du tourisme de juin de cette même année.

A l'époque, les villes se disputaient le développement des vols à bas coûts et les courts séjours se multipliaient. Plus souvent, moins longtemps, disait-on alors des pratiques vacancières. Avec le développement d'Internet, plus besoin de se déplacer pour choisir un billet d'avion et réserver un hébergement. Les plateformes de vente en ligne se sont développées devenant des incontournables de l'économie touristique. A titre d'exemple, en peu de temps, Booking.com, start-up créée au Pays Bas en 1996, est devenue un mastodonte touristique : site traduit en 43 langues, 190 bureaux dans 70 pays, 1 milliard d'utilisateurs depuis sa création. Même si son modèle économique est controversé, 90% des hôteliers français disposeraient d'une page sur le site. En Europe, Booking.com capterait 60% des réservations d'hôtels en ligne (sia-partners.com, 2019).

L'accès à l'hébergement est simplifié et il n'est plus besoin de faire d'effort, non plus, pour connaître l'avis des voyageurs sur l'offre. Si ces avis sont déjà essentiels sur Booking.com, des sites d'abord dédiés aux commentaires ont aussi pris un poids très important dans le choix d'une destination : 42,6 % des Français consultent systématiquement les avis en ligne avant de réserver leurs vacances (Trustpilot, 2019). Parmi les plus connus des sites, Tripadvisor, créé il y a 20 ans, compterait aujourd'hui 860 millions d'avis pour presque 9 millions de produits et visites référencés (Smith, 2021).

Parmi les sites qui ont également changé la relation à l'offre, Airbnb a aussi participé à cette révolution. Offrir son appartement ou sa chambre d'amis à la réservation est devenu extrêmement simple, entraînant d'ailleurs des effets pervers, de nombreux logements étant détournés du marché classique de l'immobilier pour arriver sur le marché touristique jugé plus rémunérateur.

La croissance de l'économie dite collaborative a entraîné aussi le développement de formes de tourisme originales : le couchsurfing, qui consiste à proposer un lit ou un canapé dans son logement en y étant présent, le woofing, qui permet de voyager en travaillant à la ferme ou encore l'échange de maisons pendant les vacances.

Facilité de déplacement, voyages accessibles, réservations faciles. De nombreuses destinations ont ainsi vu exploser leur nombre de visiteurs. Les premiers mouvements anti-touristes ont vu le jour dès 2014 à Barcelone où les habitants manifestaient en scandant « Touristes dehors ! ». En 2017, c'est aussi à Barcelone que des manifestants ont arrêté un bus de touristes, lui ont crevé les pneus et on inscrit sur le pare-brise « Le tourisme tue les quartiers ». Il aura fallu quelques années pour que l'exaspération se cristallise et que de premières décisions soient prises en réaction au surtourisme. Dubrovnik a décidé de limiter le nombre de touristes dans son centre historique en 2017 ; Berlin a contrôlé, à partir 2016, le développement des logements en location touristique ; Venise a instauré, en 2019, une taxe pour les touristes entrant dans la ville. Instagram a aussi été pointé du doigt, certains sites ou certaines rues devenant invivables ou difficiles à visiter, pris d'assaut par les touristes qui veulent s'y faire photographier.

Enfin, la prise de conscience environnementale a gagné le tourisme. *La frénésie touristique qui s'est emparée de la planète évolue à un rythme deux fois supérieur à celui de la croissance économique : 6% par an contre 3% pour le PIB mondial* dénonce Sébastien Porte (2020 : 106). En 2017 est né en Suède, le *flygskam*, la honte de prendre l'avion. Une étude réalisée par l'Union des banques suisses aux Etats-Unis, en France, en Allemagne et au Royaume-Uni en 2019 auprès de 6000 personnes, montre que 21 % des personnes interrogées ont décidé de réduire leur voyage en avion au cours de l'année écoulée. Certains sites ont été fermés aux visiteurs pour les protéger ou l'accès en a été limité. Ainsi la baie Maya en Thaïlande, site de tournage du film « La Plage », a été fermée à partir de juin 2018 pour préserver les récifs coralliens. De même, le nombre de visiteurs ayant accès au Machu Picchu a été limité, comme ceux qui peuvent visiter quotidiennement le Taj Mahal. Les Islandais, pour leur part, ont interdit l'accès au canyon de Fjadrargljufur de mars à juin, après que le site a été abimé par les 300 000 visiteurs de passage suite au clip réalisé en 2015 sur place par Justin Bieber et visionné 480 millions de fois !

Le réchauffement climatique a également été au centre des débats bien avant la pandémie. Le 25 juillet 2019, des chiffres records avaient été atteints. Ce jour-là, comme rapporté par les médias, 230 000 avions ont circulé dans le ciel et des températures parmi les plus chaudes ont été enregistrées : 42,6 degrés à Paris, 39 à Londres, 39,6 à Maastricht. Si personne n'explique uniquement ces températures par le développement touristique, la multiplication des voyages est dénoncée comme contribuant largement au dérèglement climatique.

La pandémie, un accélérateur des évolutions des pratiques touristiques

Avec la pandémie, le tourisme a changé. Impossible de prendre l'avion, incertitude sur les exigences sanitaires aux frontières, fermeture des restaurants et des équipements touristiques. La sidération a été réelle. Alors que les vacances rimaient, pour ceux qui pouvaient se le permettre, avec départ, évasion, étranger, rupture avec le quotidien, comment imaginer partir...en restant ?

Avec la pandémie, il a d'abord été question de redonner du sens à sa consommation : circuits courts, connaissance de l'origine des produits, tentative de soutenir les activités économiques proches, volonté de participer à des échanges équilibrés. La (re)découverte des destinations de proximité s'est faite dans ce contexte et en approfondissant l'envie - déjà manifestée avant la COVID - de vivre une expérience plutôt que de consommer une destination. Les maisons familiales, les gîtes de groupe, les résidences hôtelières ont vite retrouvé des clients, dès qu'il a à nouveau été possible de voyager, alliant possibilité de se retrouver entre soi, donc en sécurité, de partager les plaisirs de la table en famille ou entre amis, de partager des activités simples. La campagne a été parée de toutes les vertus et la montagne a également attiré plus de vacanciers que d'ordinaire. Si cette tendance ne perdurera peut-être pas demain dans la même mesure qu'à l'été 2020, il restera de cette période l'idée qu'il y a beaucoup à découvrir près de chez soi et que le partage peut se faire avec des habitants de son propre pays (découvrir le travail d'un artisan, la fabrication d'un fromage, rencontrer un apiculteur...). Il restera aussi que les valeurs liées aux vacances, le besoin de se reposer, de ne rien faire, de se retrouver ou de se dépayser ne nécessitent pas nécessairement de franchir des milliers de kilomètres. Dans ce contexte aussi, la ville, destination phare pour les week-ends avant la pandémie, va devoir se réinventer, se retrouver en masse quelque part n'étant plus aussi désirable. Le tourisme en ville va devoir associer ce qui le caractérisait jusqu'alors (gastronomie, patrimoine, spectacles, shopping), avec la capacité à s'aérer et à donner du sens à ses vacances (mobilités douces, balades urbaines, parcs et patrimoine de proximité, rencontres).

La nécessaire préservation de l'environnement et plus globalement de la planète sort aussi renforcée de la crise sanitaire. Ce n'est pas un hasard si le parlement a pu voter, en avril 2021 en France, l'arrêt des vols entre destinations nationales quand une alternative terrestre existe en moins de 2 heures. Pas un hasard non plus, si l'engagement environnemental devient une nécessité pour les destinations touristiques, passant de ce qui était une affirmation théorique (faire de la Nouvelle-Aquitaine la première région touristique durable en 2017 par exemple), à un accompagnement concret avec des financements apportés à la transformation environnementale des entreprises touristiques aujourd'hui. Pas un hasard, enfin,

si des sites internet se développent pour promouvoir d'autres façons de voyager, dans le respect de l'environnement mais aussi des populations locales. La prise de conscience est réelle que le tourisme ne peut continuer à exister sans qu'il soit acceptable pour les habitants et accepté par eux, sans qu'il apporte aux territoires et à leur équilibre.

Et le voyage à l'étranger ? Si le changement, comme l'analyse Jean-François Rial (2020), PDG de Voyageurs du Monde, ne vient pas *naturellement* des voyageurs, il viendra de la politique, car la crise va *nourrir la prise de conscience écologique entamée avant l'épidémie*. Des taxes seront créées, *chaque acteur payant son empreinte carbone et écologique*. Les prix des voyages vont donc augmenter, ce qui entraînera des départs moins fréquents pour des séjours plus longs, inversant la tendance des dernières années. *Nous allons probablement assister à une vraie distinction entre vacances et voyages* explique Jean-Pierre Nadir (2020), fondateur d'Easyvoyage, *les vacances se feront près de chez soi et les voyages à l'étranger seront moins fréquents et sans doute de meilleure qualité*. Ne voyons-nous pas poindre un retour à l'invention du voyage, une découverte de l'étranger à nouveau accessible uniquement aux plus riches ?

Pourtant la pandémie a aussi permis de revaloriser l'aide aux vacances et nombreux ont été les territoires qui se sont lancés dans la création de différents chèques vacances pour soutenir ceux qui pouvaient en être économiquement privés. Ainsi, pour citer quelques exemples, les Landes ont attribué l'année dernière 3 000 bons de 150 € pour des séjours sur place. La région des Hauts-de-France a remercié ceux qui ont continué à travailler pendant le premier confinement en offrant à 15 000 personnes 200 € de chèques vacances. De son côté, la région Nouvelle-Aquitaine a mis en place des chèques solidarité tourisme, attribués en fonction du quotient familial, qui ont profité, en 2020, à 24 000 foyers pour une aide de 220 € en moyenne. Pour 2021, de nombreuses annonces ont déjà été faites confirmant la reconduite de dispositifs similaires. La crise aura donc peut-être permis de commencer à structurer une réelle aide au tourisme et au loisir pour ceux qui n'en ont pas les moyens, faisant passer ainsi le discours politique de la théorie revendiquée depuis longtemps à la mise en œuvre pratique.

Prise en compte de l'impact sur l'environnement, évolution de la relation aux territoires visités, modification des pratiques, redécouverte de la proximité, revalorisation de la rencontre, font partie des évolutions qui ont été amplifiées par la pandémie. Mais rien ne garantit aujourd'hui que le tourisme de demain sera véritablement différent de celui d'hier. Trop de pays ou de territoires sont aujourd'hui économiquement dépendants du tourisme. Aucun mouvement mondial n'est dès à présent engagé, à grande échelle, pour les aider dans une transition vers

une autre forme de développement touristique. De même, dans les pays européens où l'on imagine un tourisme plus cher pour aller loin, ou plus soutenu par l'argent public pour ceux qui sont en difficulté, que va-t-on proposer au plus grand nombre qui pouvait jusqu'à hier partir une semaine au soleil pour un coût limité, goûtant ainsi à un certain imaginaire des vacances ? Pour Saskia Cousin (2020), sociologue et anthropologue du tourisme, la solution se trouve peut-être dans notre capacité à mener un combat dans les imaginaires sur ce qu'est un voyage. Gageons avec elle que ce n'est pas parce qu'il y a moins de tourisme international qu'il y aura, demain, moins de voyages.

Bibliographie

- Boyer, M. 1996. « L'invention du tourisme ». *Collection découvertes, Paris, Éditions Gallimard.*
- Citrinot, L. 2019. « Le monde des transporteurs low cost est-il sans limites ? ». *Voyages d'affaires* (3 septembre).
- Cousin, S. 2020. In Pommier, R. Interview *Tourmag* (17 novembre).
- Fasquelle, D., Got, P. 2015. « Rapport d'information déposé par la commission des affaires économiques sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français ». *Assemblée Nationale* (10 février).
- Lorenzo, S. 2017. « Départs en vacances : pourquoi sommes-nous autant attachés à nos congés estivaux ? Qu'est-ce que tu fais pour les vacances ? ». *Huffington Post* (8 juillet).
- Nadir, J.-P. 2020. « Après la crise, le pire serait de ne pas retrouver le goût de l'ailleurs ». *L'Écho touristique* (15 avril).
- Porte, S. 2020. *Le dernier avion*. Paris : Tana Editions.
- Rauch, A. 2018. in Feertchak, A. « En 1936, la France découvre les congés payés, mais l'âge d'or des vacances est encore loin ». *Le Figaro* (6 août et mis à jour le 15 juillet 2019).
- Rial, J.-F. 2020. « Comment voyagerons-nous après la pandémie ? ». *Terra Nova* (17 avril).
- Sia-partners.com 2019. « Analyse de la stratégie de Booking.com ». (21 février).
- Smith, C. 2021. « TripAdvisor Statistics and Facts (2021). By the Numbers ». *Expandedramblings.com* (17 mars).
- Trustpilot 2019. « Étude avis clients : Comment les consommateurs utilisent les avis aujourd'hui ? ».
- Urbain, J.-D. 2017. in Buy, S. « Il existe deux sortes de touristes : l'aventurier et le Robinson ». *Magazine Geo Extra n°8* (novembre-décembre 2016-janvier 2017).
- Viard, J. 2015. « La démocratisation de la culture du temps libre ». *Études*, 7-8, p. 45-54.
- Viard, J. 2016. « 80 ans de congés payés : le grand moment de l'érotisation de la jeunesse ». *Le Nouvel Observateur* (9 août).