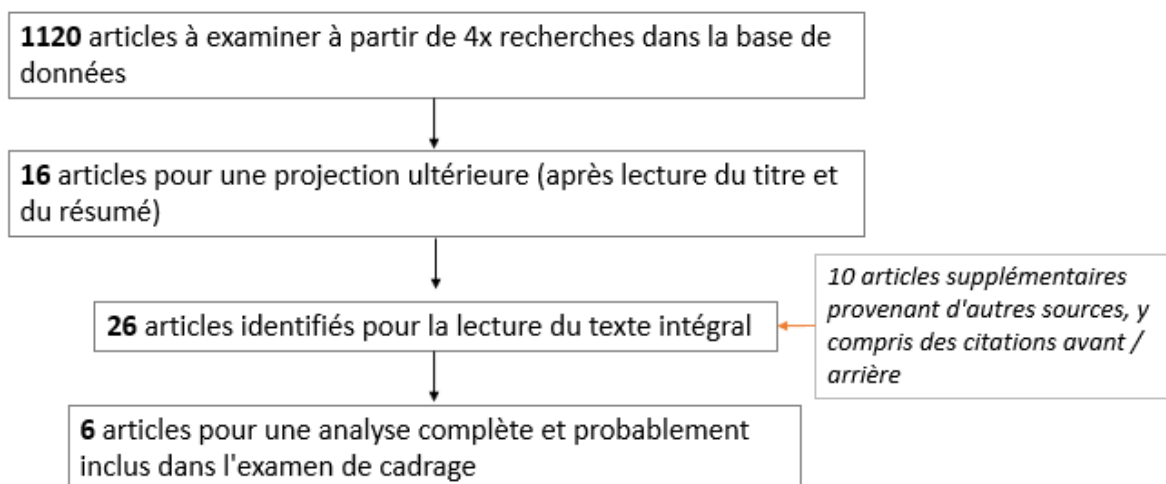


Aperçu de la littérature universitaire : Tourisme et loisirs

Critères de recherche (interventions comportementales) :

- **Termes** : plastique* OU usage unique ET comportement* OU "changement de comportement" OU durable* OU intervention OU déterminant* OU norme* ET touris* OU loisirs* OU vacances* OU voyage* OU récréation* NON chirurgien* OU chirurgien* ou plasticité* ou médical* ou polymère*.
- **Type de document** : (évalué par les pairs) Article, revue, accès anticipé
- **Langue** : Anglais
- **Durée** : 2015-2020
- **Bases de données** : Web of Science, Scopus, PsychInfo, Hospitality and Tourism.

Résultats de la recherche de littérature académique



Aperçu des résultats

- **Changement de comportement des individus - principales catégories** :
 - Amélioration des pratiques de recyclage = 3 articles
 - Réduction de la consommation de plastique = 2 articles
 - Réduction des déchets sauvages = 1 article (visant également à réduire la consommation de plastique).
- **Résultats**
 - Résultats généralement positifs

Résultats - exemples de littérature académique

- **Grazzini et al. 2018**
 - Objectif : amélioration des pratiques de recyclage
 - Intervention : Information des clients des hôtels sur le recyclage.
 - Message formulé comme suit :
 - Perte (pour l'environnement) vs Gain (pour l'environnement)
 - Concret ('comment' recycler) vs abstrait ('pourquoi' recycler)
 - Résultats :
 - Le recyclage des invités était significativement meilleur lorsque des messages axés sur les pertes étaient utilisés.
 - Surtout si le message de perte était associé à un message sur le "comment" recycler, plutôt que sur le "pourquoi" recycler.
- **Mellish et al. 2019**
 - Objectif : Réduction de la consommation de plastique
 - Intervention : Discours éducatif (vs pas de discours éducatif)
 - Exposé du zoo soulignant les menaces des ballons et encourageant l'utilisation de bulles respectueuses de la faune sauvage comme alternative.
 - Les visiteurs ont également été invités à signer un "engagement" à utiliser des bulles à la place des ballons à l'avenir.
 - Enquêtes avant et après la visite, plus enquête de suivi après six mois
 - Meilleure compréhension des menaces
 - Résultats :
 - Meilleure compréhension des menaces
 - Enquête de suivi => Diminution de l'utilisation et de l'achat de ballons.
 - Probablement aussi une réduction des déchets sauvages et des impacts négatifs sur la faune.
- **Willis et al. 2019**
 - Objectif : Réduction du comportement de dépôt de déchets sauvages (et de la consommation de plastique).
 - Intervention : Mise en place de stations de recharge en eau dans les "points chauds" des déchets sauvages.
 - Résultats :
 - Preuve limitée de la réduction des déchets sauvages
 - Il a été suggéré qu'il aurait été plus efficace de placer les distributeurs d'eau près des "points de vente" d'eau en bouteille, plutôt que dans les "points chauds" des déchets sauvages.

Informations complémentaires : "Approche "Leave No Trace

- Cette approche a suscité l'intérêt d'un partenaire PPP en particulier, mais un seul article universitaire a été trouvé (Settina et al. 2000, ci-dessous).
- Informations de base sur l'approche LNT :
- Établie aux États-Unis il y a environ 25 ans => Éthique de plein air pour la visite des parcs nationaux, etc.

7 principes :

1. Planifier à l'avance et se préparer
 2. Voyager et camper sur des surfaces durables
 3. Éliminer les déchets correctement
 4. Laissez ce que vous trouvez
 5. Minimisez l'impact des feux de camp
 6. Respectez la faune
 7. Soyez prévenant envers les autres visiteurs
- Peu de littérature académique évaluant cette approche disponible

Settina et al. 2020

- Objectif : Réduire les déchets sauvages, les dommages causés aux arbres et l'élimination en surface des déchets humains (Remarque : concerne le comportement général en matière de déchets sauvages - pas les déchets plastiques).
- Intervention : Trois types de communication (évalués par rapport à un contrôle => pas de communication) :
 1. une brochure et une affiche LNT (non personnelle) *incluant un " tableau d'engagement "*
 2. une communication personnelle sur les TNT par un naturaliste forestier (présentation scénarisée aux campeurs à leur arrivée).
 3. une combinaison de méthodes personnelles et non personnelles.
- Résultats : (déchets sauvages uniquement)
 - Communication personnelle LNT par un naturaliste forestier la plus efficace (traitement combiné également efficace)
 - Les méthodes non personnelles (brochure, panneau d'affichage et panneau d'engagement) n'ont pas été efficaces

Autres facteurs à noter :

- Une étude sur le voyage durable menée par Booking.com (2019), a révélé que 72% des voyageurs pensent que les gens doivent agir maintenant et faire des choix de voyage durable pour sauver la planète pour l'avenir (le tourisme est la 5e plus grande industrie polluante).
- Mais il semble y avoir un décalage entre ce que les gens disent, ou même font à la maison, et la façon dont ils agissent en vacances.

- Par conséquent, il peut être difficile d'encourager les comportements pro-environnementaux dans un contexte touristique (par exemple, Dolnicar et al. 2019 ; Nam et al. 2020). Il peut en être de même dans d'autres contextes de loisirs.

Les raisons de cette déconnexion semblent nombreuses, par exemple

- Les gens recherchent souvent le luxe et ne veulent pas penser à la durabilité lorsqu'ils sont en vacances.
 - Le niveau de comportement durable de la plupart des gens tend à être plus faible en vacances qu'à la maison.
 - Même les personnes qui font du bénévolat pour des organisations environnementales n'adoptent pas toujours un comportement durable en vacances.
- Les efforts des hôtels en matière de durabilité sont souvent perçus comme une tentative d'économie.
 - "Les caractéristiques écologiques ont souvent été perçues par certains clients comme étant bon marché" (Nam et al. 2020).
 - par exemple, après avoir remplacé les bouteilles individuelles par des distributeurs sous la douche, certains clients ont fait remarquer que cela ressemblait au cadre d'un hôtel trois étoiles.
 - "Même si l'hôtel a expliqué à ses clients qu'il s'agissait de protéger l'environnement, certains clients ont tout de même pensé que l'hôtel ICON réduisait ses coûts." (Nam et al. 2020).
 - Aucune incitation à agir de manière durable pendant les vacances (ceci est différent dans le contexte domestique où les gens peuvent économiser de l'argent, par exemple en réduisant la consommation d'eau et d'énergie).
 - Les études menées dans les contextes domestiques ont utilisé avec succès des appels à l'intérêt personnel (par exemple, des économies de coûts pour les personnes qui modifient leur comportement).
 - Ce n'est pas le cas dans les situations touristiques
 - Par exemple, la réutilisation d'une serviette ne permet pas au touriste d'économiser de l'argent. Au contraire, il vit une expérience "moindre" car il peut réutiliser une serviette humide plutôt qu'une serviette propre et sèche.

Ainsi, les approches qui parviennent à déclencher un comportement respectueux de l'environnement dans des contextes quotidiens peuvent ne pas être (aussi) efficaces dans des contextes hédoniques, tels que le tourisme

- **Dolnicar et al. 2019** ont tenté d'aborder la question du "coût".
 - Objectif : encourager les clients de l'hôtel à agir de manière pro-environnementale en choisissant de ne pas nettoyer leur chambre (pour économiser l'eau, etc.).
 - Intervention :

- Les clients reçoivent un dossier d'information à leur arrivée (ainsi qu'un panneau indiquant qu'ils ne souhaitent pas que leur chambre soit nettoyée).
- Trois conditions :
 - Appel pro-environnemental uniquement (encourageant le refus volontaire du nettoyage des chambres).
 - Appel pro-environnemental + offre d'un bon pour une boisson gratuite (si le client choisit de ne pas participer au nettoyage de la chambre).
 - Boisson gratuite uniquement (si l'on choisit de ne pas nettoyer les locaux)
- Résultats :
 - Les clients de Hotels étaient significativement plus susceptibles de ne pas nettoyer leur chambre lorsqu'on leur offrait une " boisson gratuite ".
 - Le partage des économies avec les clients a permis de réduire de 42 % le nombre de nettoyages de chambres.
 - Le niveau le plus bas de refus volontaire du nettoyage des chambres a été constaté lors de l'utilisation de messages pro-environnementaux uniquement (comparé au bon de boisson gratuite uniquement - le plus efficace - OU une combinaison de bon de boisson gratuite et de messages pro-environnementaux)

Références et autres sources d'information

Cialdini, R. B. (1993). *Influence: Science and practice* (3rd ed.). Harper Collins.

Dolnicar, S., Knezevic Cvelbar, L. & Grün, B. (2019). A sharing-based approach to enticing tourists to behave more environmentally friendly. *Journal of Travel Research*, 58(2): 241–252.

Grazzini, L., Rodrigo, P., Aiello, G. & Viglia, G. (2018). Loss or gain? The role of message framing in hotel guests' recycling behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(11): 1944–1966.

Hottle, T. A., Bilec, M. M., Brown, N. R., & Landis, A. E. (2015). Toward zero waste: Composting and recycling for sustainable venue based events. *Waste Management*, 38: 86–94.

Mellish, S., Pearson, E. L., McLead, E. M., Ruckey, M. R. & Ryan, J. C. (2019). What goes up must come down: an evaluation of a zoo conservation-education program for balloon litter on visitor understanding, attitudes, and behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9): 1393–1415. DOI: 10.1080/09669582.2019.1625908.

Nam, H. V., Lo, A., Yeung, P. & Hatter, R. (2020). Hotel ICON: towards a role-model hotel pioneering sustainable solutions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25:5, 572-582, DOI: 10.1080/10941665.2020.1746367

Settina, N., Marion, J. L. & Schwartz, F. (2020). Leave No Trace Communication: Effectiveness based on resource condition. *Journal of Interpretation Research*. 25(1): 5–25.

Willis, K., Hardesty, B. D., Vince, J. & Wilcox, C. (2019). The success of water refill stations reducing single-use plastic water litter. *Sustainability*, 11, 5232; doi:10.3390/su111952320

Zelenika, I., Moreau, T., & Zhao, J. (2018). Toward zero waste events: Reducing contamination in waste streams with volunteer assistance. *Waste Management*, 76: 39–45.