



HAL
open science

Le tourisme des jeunes à La Réunion, des années 2010 à 2020

Élodie Nchouwat

► **To cite this version:**

Élodie Nchouwat. Le tourisme des jeunes à La Réunion, des années 2010 à 2020. Histoire. Université de la Réunion, 2021. Français. NNT : 2021LARE0036 . tel-03608626

HAL Id: tel-03608626

<https://theses.hal.science/tel-03608626>

Submitted on 15 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le Tourisme des Jeunes à La Réunion, des années 2010 à 2020

Thèse de doctorat soutenue dans le cadre de l'Unité de Recherches OIES
par Elodie Nchouwat, le 14 décembre 2021

Sous la direction de Madame Evelyne Combeau-Mari
Professeur d'Histoire Contemporaine

Devant le jury ci-dessous :

- Mme Evelyne Combeau-Mari, Professeur en histoire contemporaine, Université de La Réunion (directrice de thèse)
- Mme Marie-Annick Lamy-Giner, Maître de conférences HDR en géographie, Université de La Réunion (examinatrice)
- M. Téléphore Brou, Professeur en géographie, Université de La Réunion (examinateur)
- M. Tony Froissart, Professeur émérite en STAPS, Université de Reims (rapporteur)
- M. Mouhssini Hassini-El-Barwane, Maître de conférences en histoire, Université des Comores (examinateur)
- M. Jeannot Ramiamanana, Professeur émérite en économie, Université d'Antananarivo (rapporteur)

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines

Année universitaire 2020/2021



Sommaire

SOMMAIRE.....	2
REMERCIEMENTS.....	3
INTRODUCTION.....	5
I. SOUS-BASSEMENT HISTORIQUE ET CADRE THEORIQUE.....	26
II. CONTEXTUALISATION.....	91
III. INTRODUCTION DES ETUDES QUANTITATIVES ET ANALYSE DES PRATIQUES INTERNES.....	188
IV. ANALYSE DES PRATIQUES EXTERNES ET BILAN DES ENQUETES QUANTITATIVES	275
V. L'HEBERGEMENT DES JEUNES A LA REUNION.....	355
CONCLUSION GENERALE.....	393
SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE.....	405
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	421
ANNEXES	436
TABLE DES MATIERES.....	448
RESUME/ ABSTRACT.....	451

Remerciements

Je souhaiterais avant toute chose adresser mes plus chaleureux remerciements à l'ensemble des personnes qui m'ont soutenue, aidée et conseillée pendant l'élaboration de cette thèse.

Je remercie donc dans un premier temps ma directrice de thèse, Madame le Professeur Evelyne Combeau-Mari, pour l'intérêt qu'elle a témoigné pour mes travaux, son soutien constant, sa grande disponibilité ainsi que ses nombreux conseils tout au long de la rédaction de ma thèse.

Ma gratitude s'adresse également aux membres du jury, Monsieur le Professeur émérite Tony Froissart et Monsieur le Professeur émérite Jeannot Ramiaramanana rapporteurs de cette thèse, Madame Marie-Annick Lamy-Giner, Monsieur Mouhssini Hassini-El-Barwane et Monsieur le Professeur Téléphore Brou à qui je témoigne ici ma profonde reconnaissance de m'honorer de leur présence et de l'intérêt qu'ils veulent bien porter à mon travail.

Je remercie également l'Université de La Réunion et l'OIES-CRESOI, qui ont rendu ce travail possible. Leur soutien, qui s'est traduit à la fois par un contrat doctoral et par diverses aides financières, m'a permis de me consacrer pleinement et sereinement à la conception et à la rédaction de cette thèse.

Mes plus vifs remerciements reviennent à double titre à Monsieur le Professeur Téléphore Brou pour son soutien lors du projet de recherche « Risques et Vulnérabilité » en tant que membre du jury. Je les adresse également à l'ensemble des institutions du tourisme et de la jeunesse, pour leur disponibilité et leur accueil. C'est dans ce cadre que je tiens à citer :

- Le Centre Régional Information Jeunesse, avec lequel je suis en étroite collaboration depuis mon service civique en 2010.
- L'Observatoire du tourisme, pour l'ensemble de ses rapports et plus particulièrement Monsieur Raoul Vincent, son directeur, pour les échanges que nous avons eus sur la situation du tourisme de notre cible.
- Le Conseil de la Culture, de l'Education et de l'Environnement, ainsi que son Président, pour le partage de ses réflexions sur les thèmes du tourisme et de l'éducation populaire.

Je ne souhaiterais pas oublier les Présidentes des associations Tang Koala, et du Club Action Prévention (CAP), qui, par le partage de leurs expériences, ont contribué à l'élaboration de nos résultats. Les gérants des deux pensions de type « backpackers » *les Toits d'Imany* et *Elize O*

île, ainsi que Monsieur Jacques Bougault, ont éclairci notre vision de la situation actuelle des hébergements à destination des jeunes à La Réunion, et nous les en remercions bien sincèrement. Les Offices de Tourisme Intercommunaux nous ont également ouvert leurs portes et nous leur en sommes très reconnaissants.

De plus, nous adressons un très grand merci au cabinet d'études Opti'Plus, à la Mission Locale Sud et au Directeur jeunesse à la Mairie de Saint-Denis, Monsieur Matthieu Accot, pour la diffusion de nos questionnaires auprès des jeunes.

Ce travail n'aurait jamais abouti, non plus, sans la contribution des 900 jeunes âgés de 15 à 30 ans qui ont répondu à nos questions, et nous les en remercions.

Enfin, j'adresse une pensée particulière à toutes celles et ceux qui, grâce à leurs encouragements et leur gentillesse, m'ont permis de mener à bien cette expérience très enrichissante. J'adresse ici un salut tout particulier à mon conjoint, ma famille, et mes amis pour leur soutien inconditionnel.

Introduction

« L'accès aux vacances participe à la formation et à la socialisation des jeunes qui seront en outre les touristes de demain. »¹

Cette citation constitue l'un des moteurs de la recherche. Le tourisme des jeunes est un sujet que nous étudions depuis 2015, année d'obtention du Master 2 en « tourisme, patrimoines et territoires ». Le mémoire de fin d'études amorce la réflexion, à travers une enquête sur la réhabilitation d'un réseau d'auberges de jeunesse à La Réunion. Originnaire de France métropolitaine et séjournant essentiellement dans ces structures lors de mes voyages, je suis étonnée de ne pas en découvrir sur l'île à mon arrivée. J'enquête donc sur les raisons de cette absence. J'apprends l'existence d'un réseau d'auberges de jeunesse, de 1999 à 2009. Pourquoi la Fédération réunionnaise des auberges de jeunesse n'existe-t-elle plus ? Les Réunionnais connaissent-ils son existence et que pensent-ils de sa réhabilitation ? Telles sont les interrogations auxquelles répond ce mémoire. Des difficultés de gestion, de mauvais emplacements, des lacunes promotionnelles ainsi qu'un contexte économique et social différent de l'Europe sont les principales causes de cet échec. Néanmoins, ce qui nous interpelle et qui nous encourage à poursuivre notre réflexion sur la situation du tourisme des jeunes à La Réunion est l'intérêt porté aux auberges par les populations locales. La majorité semble en effet favorable à une réouverture et envisage de faire partie de leur future clientèle. Si les auberges de jeunesse intéressent, qu'en est-il de la situation touristique des jeunes à La Réunion ? Existe-t-il une clientèle ? Qui sont les jeunes qui la composent ? Quelles sont leurs attentes ? Telles sont les questions qui guident l'entreprise.

Contexte d'une recherche sur le tourisme

En guise d'introduction, définir le sujet de la thèse et ses termes est essentiel. Il en est de même pour son contexte. Le tourisme et les loisirs sont des domaines qui prennent de plus en plus d'ampleur dans les sociétés occidentales. L'analyse du tourisme des jeunes est récente aux niveaux international et national. Les Anglo-Saxons, à l'image des Canadiens et des

¹ L. DERMENONVILLE, « tourisme_des_jeunes », Direction du Tourisme, 2005, p. 231.

Australiens, sont les pionniers des recherches sur cette clientèle. À travers leurs rapports, ils démontrent que les jeunes constituent une réelle plus-value pour le secteur touristique. La WYSE Travel Confederation, en tant qu'institution spécialisée dans les études du tourisme des jeunes dans le monde, apporte du crédit à ce constat. Elle estime qu'il s'agit de l'un des marchés touristiques qui connaît le plus fort essor. Elle comptabilise un total de 336 millions de voyageurs en 2020, soit 23% des arrivées internationales².

À La Réunion, l'étude de ce marché est inexistante. Aucune structure, personne ou institution n'a envisagé le sujet en profondeur. Ainsi, l'une des difficultés à laquelle nous sommes confrontés est le manque d'informations sur les habitudes de consommation des touristes. Nous avons donc pour principal objectif de renseigner les acteurs réunionnais du tourisme sur cette clientèle aux niveaux international, national et local. Dans la continuité du mémoire de Master 2, la réflexion s'intègre à l'axe d'étude *Patrimoines, Tourisme, Gestion du territoire*, menée par l'Unité de Recherches *océan Indien : Espaces et Sociétés* (OIES). Cette unité, composée de deux équipes d'enseignants-chercheurs en géographie et en histoire, organise des programmes et propose des projets interdisciplinaires. Pour mener à bien cette analyse, nous optons pour une démarche de recherche-action. Les outils utilisés lors de cette étude seront présentés à l'issue de l'introduction.

✚ Temps libres et tourisme

Tourisme et jeunesse sont les deux termes clés de la problématique. Le tourisme, en tant qu'activité de loisir, est la première notion que nous définissons. La France passe actuellement d'une société sédentaire, dans laquelle le travail se trouve au centre des préoccupations et rythme le temps de ses citoyens, à une société de mobilité quotidienne dont les choix de vie s'appuient également sur le bien-être et le loisir de chacun. Le lieu de vie, par exemple, ne dépend plus seulement du travail mais aussi du confort qu'il implique. Certains préfèrent s'éloigner de leur lieu de travail afin de retrouver un cadre de vie chaleureux en fin de journée, plutôt que de privilégier l'aspect pratique et la proximité du lieu de travail. Alain Corbin³, Marc

² « Facts and Stats », *WYSE Travel Confederation*, s.d., [En ligne]. <<https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>>. (Consulté le 5 mai 2020).

³ A. CORBIN, *Le territoire du vide: l'Occident et le désir du rivage, 1750-1840*, Paris, Aubier, 1988 (Collection historique).

Boyer⁴ et André Rauch⁵ sont les pionniers de l'histoire des temps libres. Ils expliquent comment, depuis les années 1936, les temps libres et la mobilité sont passés d'un objet réservé aux élites à une activité accessible au plus grand nombre. Le Front Populaire s'est battu pour une libération des temps libres grâce à une réduction du temps de travail et la mise en place des congés payés. Les Trente Glorieuses marquent ensuite la période pendant laquelle les classes populaires découvrent et se familiarisent avec les activités nouvelles que représentent les loisirs, les vacances et les déplacements. L'année 1968 est celle qui marque le basculement d'une société traditionnelle à une société de consommation. Les loisirs, les vacances et le temps libre, qui représentaient des découvertes pour les classes populaires vingt ans auparavant, font dès lors partie du quotidien de la population. Jean Viard, sociologue et directeur de recherche CNRS au centre d'étude de la vie politique française (Cevipof), précise que « la norme du devoir cède à la norme du plaisir, les gestes appris en vacances réorganisent la vie ordinaire, le port de la cravate recule, les couples monoactifs aussi, l'écart culturel entre les générations se creuse »⁶. Dès lors, les temps libres des loisirs, des vacances et du tourisme se transforment. L'acculturation de masse transite vers l'appropriation individuelle. Chacun choisit la façon dont il organise ces nouveaux instants. Ainsi, l'on assiste à la présence de deux temps distincts et concrets, celui du travail et celui des loisirs. Les années 1980 accentuent ce phénomène avec, notamment, l'application des 35 heures de travail par semaine. Deux fonctions sont attribuées au temps libéré. Le sociologue Joffre Dumazedier⁷ le définit comme un temps propice à l'éducation, tandis que l'économiste Thorstein Veblen⁸ le considère comme un support de consommation ostentatoire. Nous considérons ces deux points de vue et, en accord avec la *théorie des capitaux* développée par le sociologue Pierre Bourdieu⁹, nous reconnaissons l'existence d'une gestion des temps libres et du temps des vacances à deux dimensions. Il y a le temps de l'apprentissage des normes sociales à travers les loisirs et les vacances appartenant à ce que Bourdieu qualifie de « capital culturel ». Il complète le temps des vacances qui dépend

⁴ M. BOYER, *Le tourisme*, Paris, Seuil, 1982 (Peuple et culture 1).

⁵ A. RAUCH, *Vacances et pratiques corporelles: la naissance des morales du dépaysement*, Paris, Presses universitaires de France, 1988 (Pratiques corporelles).

⁶ J. VIARD, F. POTIER et J.-D. URBAIN (éds.), *La France des temps libres et des vacances*, La Tour d'Aigues [France] : [Paris], Editions de l'Aube ; DATAR : Diffusion libres, Harmonia Mundi, 2002 (Monde en cours).p 5 – 22 (p.9).

⁷ J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation du loisir?*, Paris, Ed. du Seuil, 1962.

⁸ T. VEBLÉN ET R. ARON, *Théorie de la classe de loisir*. Précédé de « Avez-vous lu Veblen » par Raymond Aron., Paris, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 1 janvier 1970.

⁹ P. BOURDIEU, *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979 (Le Sens commun).

des « capitaux économique et symbolique ». Ce dernier se manifeste à travers l'industrie du tourisme et des loisirs, dans laquelle la consommation de produits et de services répond à une recherche de plaisir et de valorisation sociale. Le temps qui nous intéresse est celui du loisir touristique. Nous verrons que le tourisme est une notion qui va bien au-delà de la définition commune du dictionnaire *Larousse*, qui est l'« Action de voyager, de visiter un site pour son plaisir. Ensemble des activités, des techniques mises en œuvre pour les voyages et les séjours d'agrément »¹⁰. Cette définition omet l'aspect pluridimensionnel du tourisme, qui doit englober à la fois la notion d'espace, de temps ainsi que les objets. À titre d'exemple, le touriste peut être local, par la visite de sa région, à la seule condition qu'il passe au moins une nuit en dehors de son environnement habituel. Il peut également être « d'affaires » (en opposition au tourisme d'agrément), en se déplaçant pour assister à une conférence ou réaliser une tâche dans un but purement professionnel. Ajoutons à ces éléments que la durée du déplacement précise s'il s'agit de courts, de moyens ou de longs séjours. Dans certains cas, la notion d'excursion peut être employée. Le tourisme, en tant qu'objet épistémologique, ne présente à ce jour pas de définition unique, ce qui lui confère plusieurs méthodes d'approche. Via une approche humaniste et économique des pratiques touristiques, nous choisissons d'utiliser les paradigmes culturaliste¹¹ et économique-spatial¹² dans la stratégie d'analyse.

Le tourisme international compte un total de 1,4 milliard d'arrivées de touristes internationaux en 2018 (+5% par rapport à 2017), engendrant 5 milliards de dollars de recettes par jour (+4% par rapport à 2017). Le nombre d'arrivées internationales, et par conséquent le montant des recettes, ont été multipliés par 2,5 depuis 1995¹³. La France est le pays qui accueille le plus de visiteurs, avec 89 millions d'arrivées, et se situe au troisième rang des recettes touristiques (67 milliards de dollars) après les États-Unis et l'Espagne. Au regard de la progression mondiale du nombre d'arrivées et des recettes dégagées tant au niveau international que national, l'activité touristique devient un élément essentiel aux sociétés modernes actuelles. Néanmoins, des disparités subsistent. Alors que l'Europe, les Amériques, l'Asie et le Pacifique concentrent

¹⁰ LAROUSSE (éd.), « Tourisme », *Larousse*, 2020, [En ligne]. <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tourisme/78701>>. (Consulté le 12 mai 2020).

¹¹ M. BOYER, « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, n° 3, 2002, pp. 393- 404.

¹² P. BODSON et J. STAFFORD, « Le paradigme économique en tourisme », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 7, n° 3, 1988, pp. 3- 5.

¹³ WORLD TOURISM ORGANIZATION, *International tourism highlights 2019*, Madrid, UNWTO, 2019.

92% des arrivées internationales, le continent Africain en accueille seulement 8%¹⁴. Ainsi, l'activité touristique ne concerne pas l'ensemble des régions du monde de façon uniforme. À l'échelle nationale, les disparités existent au sein de la population. Le centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) observe que près des deux tiers des Français déclarent partir en vacances en 1990, taux qui diminue petit à petit jusqu'en 2008, année pendant laquelle il retombe à 50%. Puis il augmente à nouveau de 2011 à 2014, pour atteindre les 60%¹⁵. En 2018, il est de 66%, avec une préférence pour les courts séjours marchands, qui progressent de 5 points de pourcentage¹⁶ alors que les longs séjours marchands en ont perdu un¹⁷. Pour affiner ces résultats, l'observatoire des inégalités constate que les départs dépendent étroitement du milieu social. En 2014, 82% des cadres supérieurs partent en congés, contre 47% des ouvriers. Les moyens financiers plus importants ainsi que l'acculturation aux départs en vacances sont les principales raisons de ces inégalités : « par exemple, parce qu'on a eu l'habitude de voyager avec ses parents (on y a pris goût, on se sent rassuré hors de chez soi), parce qu'on parle une langue étrangère (pour les voyages lointains). Mais aussi parce que ses amis voyagent et que raconter ses vacances lointaines (et les mettre en scène sur différents supports) fait partie de la sociabilité, de l'image qu'on renvoie de sa famille notamment »¹⁸. Ainsi, sur l'ensemble de la population, 34% des Français ne partent pas en vacances en 2018. La lutte pour la réduction de ces inégalités est l'œuvre du tourisme social. « Branche de poids dans le secteur global du tourisme, il vise à rendre effectif "le droit aux vacances" et témoigne de la volonté des acteurs politiques et sociaux de rendre le tourisme accessible à tous. Le tourisme social inclut également les réalisations qui contribuent à rendre accessible la pratique d'activités de plein air, notamment en faveur des jeunes »¹⁹. Les jeunes font partie des publics prioritaires à son action. Les centres de loisirs, les villages vacances, la caisse d'allocations familiales et les associations d'éducation populaire dont l'action est portée

¹⁴ S. COUSIN et B. REAU, *Sociologie du tourisme*, 2013 (Repères).

¹⁵ S. HOIBIAN et J. MÜLLER, « Vacances 2014 : l'éclaircie - Etude réalisée à la demande de la DGE », *Collection des rapports* 320, Paris, CREDOC, 21 janvier 2015, p. 66.

¹⁶ 38% contre 33% en 2017

¹⁷ 40% contre 41% en 2017

J.-N. ESCUDIE, « Le taux de départ en vacances des Français en 2018 au plus haut depuis près de vingt ans », *Banque des Territoires*, s.d., [En ligne]. <<https://www.banquedesterritoires.fr/le-taux-de-depart-en-vacances-des-francais-en-2018-au-plus-haut-depuis-pres-de-vingt-ans>>. (Consulté le 12 mai 2020).

¹⁸ « Qui va partir en vacances ? », *Observatoire des inégalités*, s.d., [En ligne]. <<https://www.inegalites.fr/Qui-va-partir-en-vacances>>. (Consulté le 12 mai 2020).

¹⁹ « Le tourisme social, c'est quoi ? », *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics*, s.d., [En ligne]. <<https://www.economie.gouv.fr/ess/tourisme-social-cest-quoi>>. (Consulté le 12 mai 2020).

sur l'organisation des temps libres des jeunes, représentent les moteurs principaux de l'augmentation des départs en vacances des jeunes. Nous verrons dans quelle mesure les associations d'éducation populaire résultant de mouvements de jeunesse ont permis à un plus grand nombre de jeunes d'accéder aux vacances, aux loisirs et au tourisme.

✚ Les jeunes : un marché touristique en expansion...

Concentrant 23% (304 millions) des arrivées internationales mondiales, le tourisme des jeunes représente un secteur économique majeur dans le tourisme mondial. Avec des dépenses moyennes avoisinant les 2 867 dollars par séjour, les recettes totalisées sur l'année 2018 s'élèvent à 308 milliards de dollars²⁰. Néanmoins, souffrant de son image « petit budget », la clientèle touristique de jeunes est négligée par les acteurs privés du tourisme. La conséquence majeure est que les données au sujet de ce public sont rares au niveau national. Le tourisme des jeunes et les études menées à son sujet se sont développés grâce à une association entre l'International student travel confederation (ISTC) et la Federation of international youth travel organisations (FIYTO). Ces deux entités, créées après la Seconde Guerre mondiale dans le but d'établir la paix et la tolérance à travers le tourisme social, ont mis en place la World youth student and educational travel confederation (WYSE) en 2006. Association à but non lucratif, elle regroupe les principaux acteurs du marché du tourisme des jeunes, tels que les tours opérateurs de séjours d'aventure, les agences de jeunes au pair, les programmes d'échanges culturels, les écoles de langues, les universités, les programmes d'échanges étudiants ou volontaires. Également membre affilié de l'organisation mondiale du tourisme (OMT) et de l'UNESCO, sa mission consiste à comprendre les caractéristiques, les motivations et les besoins très évolutifs des jeunes voyageurs et de l'industrie qui les sert²¹. La Confédération mondiale des voyages des jeunes et des étudiantins organise chaque année la Conférence mondiale des voyages des jeunes et étudiantins. La première a eu lieu en 1992 à Rio de Janeiro dans le but de réunir les différents acteurs du tourisme lors d'un séminaire de travail sur le tourisme des jeunes et des étudiants. La conférence se déroule dans un pays différent chaque année afin de produire un impact global sur la communauté du voyage des jeunes et étudiantins, mais également pour que les participants acquièrent une première expérience dans tout ce qui

²⁰ « Facts and Stats », *op. cit.*, p.1

²¹ « La force du tourisme des jeunes », *Rapport des membres affiliés* Volume 2, OMT et WYSE Travel Confederation, 2011, p. 38.

concerne le voyage des jeunes dans le pays d'accueil²². De la coopération entre l'OMT et la WYSE travel confederation naissent des publications : « Le tourisme des jeunes compte - Comprendre ce phénomène mondial » (2008), « La force du tourisme des jeunes ». De plus, à la suite de la Conférence mondiale sur le tourisme des jeunes et des étudiants de 2011, les membres prévoient de publier un « ensemble de recommandations pour aider les administrations publiques, les organismes officiels de tourisme et les chefs d'entreprises à passer à la vitesse supérieure »²³. Acteur majeur du tourisme des jeunes à l'international, il est selon nous indispensable de s'appuyer sur les rapports et l'ensemble des études menées par la WYSE travel confederation avant d'aborder le tourisme des jeunes à l'échelle locale. Les Anglo-Saxons étant plus sensibles à la problématique « jeunesse » dans le tourisme, ils réalisent un plus grand nombre d'études que la France sur le sujet. Ainsi, l'idée est d'étudier l'ensemble de leurs réalisations en nous adaptant à leur façon de penser et à leurs mœurs, différentes de celles que nous connaissons. À l'échelle nationale, l'organisme chargé du développement touristique se nomme Atout France. Il définit le tourisme des jeunes comme une clientèle plurielle : « en termes de segments, de statuts, de modes de voyages et de consommation. Elle a des motivations multiples susceptibles d'intéresser une large variété de secteurs et filières et a ses modes et références en termes de consommation touristique. Enfin, le tourisme des jeunes est bien réparti sur l'année avec près de la moitié des séjours en dehors de la période estivale, grâce aux voyages scolaires et estudiantins »²⁴. Bien qu'il soit porteur de multiples enjeux, le tourisme des jeunes n'a jamais été étudié à La Réunion. Le tourisme et la jeunesse font pourtant tous deux partie des priorités de la Région. Département d'Outre-mer français et espace insulaire situé dans l'océan Indien, l'île pourrait faire de sa jeunesse un acteur majeur de son économie touristique. En complément, l'acculturation au tourisme pourrait limiter les écarts sociaux existant entre les jeunes de son territoire.

✚ ... intéressant pour La Réunion

Avec une population âgée de 15 à 29 ans atteignant les 21% lors du dernier recensement INSEE en 2015, l'île a tout intérêt à ne pas négliger ce segment d'habitants. Les jeunes Réunionnais

²² *Ibid.*

²³ « La force du tourisme des jeunes », *Rapport des membres affiliés* Volume 2, OMT et WYSE Travel Confederation, 2011, op. cit. p. 7.

²⁴ F. HOUPERT, « Tourisme des Jeunes », *Atout France Agence de développement touristique de la France*, 14 octobre 2014, [En ligne]. <<http://www.atout-france.fr/node/220>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

présentent la particularité d'être partagés entre le poids de leurs traditions culturelles et la modernité apparue depuis la départementalisation. Ils sont également tiraillés entre sédentarité et mobilité. Par ailleurs, La Réunion, s'est progressivement peuplée de personnes issues de différentes régions du monde. Elle accueille ses premiers habitants officiels en 1663 avec l'arrivée de deux colons français et de dix Malgaches. Arrivent ensuite des esclaves en provenance d'Afrique, de Madagascar et de l'Inde, jusqu'à l'abolition de l'esclavage en 1848. Puis arrivent des personnes « engagées » issues de l'Inde du Sud, de Chine, des Comores, de Madagascar et du Mozambique, pour compenser le manque de main d'œuvre lié à la fin de l'esclavage. À cette population s'ajoutent les Métropolitains envoyés sur l'île à partir des années 1950, après la départementalisation de 1946. Dès lors, plusieurs cultures composent l'île de La Réunion. Elles forment des communautés ayant leurs propres coutumes et partagent une histoire et des valeurs communes qui se retrouvent dans « l'identité réunionnaise ». Ainsi, chaque jeune naissant sur l'île grandit avec les valeurs et les coutumes imposées par sa culture familiale, mais également avec l'histoire commune et l'évolution que lui propose la société réunionnaise. Projetée en quelques décennies d'une société traditionnelle agricole à une société moderne de services, la culture et la famille conservent une place omniprésente dans la vie des Réunionnais. Elles représentent ainsi des facteurs importants dans les choix de vie des jeunes. Outre cet environnement, les jeunes Réunionnais, en tant que Français et Européens, doivent se familiariser avec cette double identité supplémentaire. C'est ici qu'intervient le principe de mobilité. L'île rencontrant des problèmes de chômage à partir des années 1960, ses dirigeants décident d'envoyer une partie de sa population en France métropolitaine afin d'alléger la pression démographique existant sur le marché de l'emploi. Mobilité initialement réservée aux élites, elle devient imposée, puis choisie. Aujourd'hui, elle constitue une valeur ajoutée au parcours du jeune souhaitant intégrer le marché de l'emploi local. Nous le constaterons dans l'analyse, les données produites par l'INSEE révèlent que les jeunes ayant connu une expérience de mobilité ont davantage de chances de trouver un emploi à leur retour que ceux qui n'ont jamais quitté l'île. Mobilité et tourisme sont deux notions étroitement liées. Sans acculturation à la mobilité, le tourisme n'existe pas. À l'inverse, le tourisme au niveau local peut-être vecteur d'acculturation à la mobilité. L'activité touristique des jeunes à La Réunion implique donc deux enjeux majeurs. En tant qu'outil d'acculturation à la mobilité, elle permet au territoire d'autonomiser ses jeunes, mais également de participer à la réduction du poids démographique sur le marché de l'emploi. En tant qu'activité de loisirs, elle est vectrice de valeur ajoutée pour le PIB, de création d'emplois et de dynamisation pérenne du territoire.

Tourisme à La Réunion

✚ Évolution d'un secteur économique majeur

Le tourisme à La Réunion démarre timidement au XIX^e siècle, avec la fréquentation des stations thermales par les élites locales et régionales. L'activité touristique s'articule autour de la santé : on se rend à Salazie pour se ressourcer dans les bains et profiter du grand air grâce à la marche dans les montagnes. De 1911 à 1970 s'opère la conscientisation du potentiel touristique de l'île ainsi que la structuration de l'activité, dont les années 1980 marquent le démarrage concret. Dès lors, plusieurs lieux d'attractivité sont identifiés. Les Hauts, pour la beauté de leurs paysages et la pratique de la marche. Les Bas, pour les stations balnéaires et les activités nautiques. Le Volcan, toujours en activité, représente un site d'exception et un atout majeur. Une segmentation régionale de l'île est également faite. Le Nord, centré sur la culture et le tourisme d'affaires, l'Ouest et le Sud pour leurs plages et leurs complexes hôteliers. L'Est, pour sa végétation et ses bains rafraîchissants dans les bassins. Aujourd'hui, l'île oriente sa promotion sur les émotions et les activités de pleine nature qu'elle offre. Différentes cibles de clientèle sont définies : la clientèle locale, régionale, nationale et internationale. Disposant d'une population locale susceptible de participer à l'activité touristique, les dirigeants s'accordent sur le fait qu'il est essentiel de la sensibiliser au secteur. D'autant plus qu'elle éprouve des difficultés à attirer les touristes étrangers et métropolitains en raison du coût élevé des billets d'avion. La deuxième caractéristique essentielle de la clientèle touristique externe de l'île est sa part importante de touristes affinitaires. Elle avoisine actuellement les 41% et résulte essentiellement des migrations des Métropolitains vers La Réunion, ainsi que de celles des Réunionnais ayant quitté le territoire pour vivre en France métropolitaine ou à l'étranger. Cette particularité se retrouve également chez les touristes internes, qui profitent de leurs jours de repos ou leurs vacances pour changer de région et séjourner chez leurs proches. L'étude sur le suivi de la demande touristique interne réalisée par l'Observatoire Régional du Tourisme le prouve : ils sont 55% à déclarer dormir chez leurs proches durant leurs séjours sur l'île²⁵. À

²⁵ N. DE BLEECKERE et A. GARNIER, « Suivi de la demande touristique locale à La Réunion - janvier à décembre 2018 », Ipsos pour l'IRT, 29 mars 2019.

l'inverse, 44% fréquentent des établissements marchands et il ressort des statistiques que les établissements hôteliers sont les structures préférées par les touristes internes et externes.

🌈 Les jeunes touristes inconnus des collectivités régionales

Les politiques et orientations touristiques de l'île s'appuient aujourd'hui sur le Schéma Régional de Développement et d'Aménagement Touristique (SDART). Initié en 2000 et constituant le fondement stratégique de la politique de développement touristique des vingt prochaines années, il est l'œuvre de la Région Réunion. Cette dernière, à travers lui, met en place un plan de Développement Durable et Solidaire afin de valoriser les atouts de l'île. L'objectif de ce plan de développement est d'accueillir un million de touristes à l'horizon 2020 et de doubler le chiffre d'affaires généré par le tourisme. Il intègre les principes d'un développement durable axé sur trois dimensions indissociables à savoir : économique, sociale, environnementale. Sa réactualisation de 2018 révèle que cet objectif ne sera pas atteint mais que le « retard » accumulé par l'île au cours de ces dix dernières années n'est pas rédhibitoire. L'île Réunion tourisme (IRT)²⁶, en tant que comité régional de tourisme de la Réunion créé en 2007, est chargé de réaliser cet objectif. Afin de proposer une stratégie cohérente, l'IRT regroupe des représentants du conseil régional²⁷, du conseil général²⁸, des communautés de communes ou d'agglomérations²⁹, de la chambre de commerce et d'industrie de La Réunion³⁰, de la chambre des métiers et de l'artisanat³¹, de la chambre d'agriculture³² et des comités consultatifs³³. Dans le but de disposer de données statistiques précises, d'études sectorielles et de prospectives fiables pour agir de façon optimale, asseoir l'action promotionnelle sur les marchés et la structuration de l'offre touristique de l'île de La Réunion, l'IRT a créé l'observatoire régional du tourisme (ORT). Ce dernier mène des études qualitatives, quantitatives et exerce une fonction de veille touristique en vue d'aider les institutions et les

²⁶ Association de loi 1901.

²⁷ Compétent pour conduire la politique touristique.

²⁸ Compétent pour entretenir les espaces touristiques sur la propriété de l'État.

²⁹ Elles ont un rôle d'accueil et de promotion touristique à travers les Offices de Tourisme.

³⁰ Elle accompagne les entreprises dans leurs projets, gère l'aéroport Roland Garros et joue un rôle prépondérant en ce qui concerne le tourisme en intervenant dans la formation via l'école hôtelière du Centhor, l'école de gestion et de commerce (EGC) et les langues.

³¹ Elle enregistre les professions artisanales, secteur plein d'avenir dans le tourisme.

³² Elle porte la présence de l'IRT au salon International de l'Agriculture.

³³ Il s'agit du comité de la culture, de l'éducation et de l'environnement et comité économique et social (CCEE), du comité d'orientation stratégique et touristique (COST) ainsi que des représentants des professionnels du tourisme.

professionnels dans la conduite de leurs actions et politiques touristiques. C'est grâce à cette structure que nous disposons des informations sur la demande de la clientèle locale citées précédemment. L'ORT représente donc un centre de ressources incontournable lors de nos recherches. Malheureusement, il existe actuellement très peu de données disponibles sur la clientèle jeune des touristes. Seules les associations d'éducation populaire étudient les loisirs et les vacances des jeunes. Nous avons déjà réalisé ce constat en 2015, lors de la réalisation du mémoire de Master 2 en « tourisme, patrimoines et territoires ». Nous souhaitons approfondir la réflexion et établir un premier état des lieux du tourisme des jeunes sur l'île. Plusieurs interrogations guident la recherche.

Qui sont les jeunes touristes à La Réunion ? Existe-t-il des différences entre les pratiques touristiques des jeunes locaux, nationaux et internationaux sur le territoire ? La clientèle jeune engendre-t-elle une réelle plus-value pour l'économie touristique de l'île ?

De prime abord, nous supposons que les jeunes ne constituent pas une clientèle touristique homogène. À l'image de la clientèle touristique globale de l'île, deux grands groupes de jeunes touristes se démarquent. Les jeunes touristes internes sont soit originaires de la Réunion, soit natifs de France métropolitaine ou de l'étranger et résident sur l'île. Ils consomment ponctuellement des produits et des services touristiques. Le deuxième groupe concerne les jeunes touristes externes. Selon nous, il est composé majoritairement par des jeunes Français nés à la Réunion ou en France métropolitaine et ayant des proches sur l'île. Cette clientèle se déplace essentiellement pendant les vacances dans un objectif affinitaire. Nous présupposons que ceux qui proviennent de familles issues des catégories sociales et professionnelles supérieures composent la plus grande part des jeunes touristes, qu'ils soient internes ou externes. Chaque jeune dispose, selon nous, d'une approche différente de l'activité touristique en fonction de son origine sociale, familiale et géographique. À titre d'exemple, un jeune qui a l'habitude de partir en vacances avec ses parents, qu'il réside ou non à La Réunion, a davantage de facilités à le reproduire de façon autonome plus tard qu'un jeune qui ne l'a jamais fait. Or, l'étude réalisée au niveau national démontre que 60% des familles les plus modestes sont éloignées de la pratique touristique en 2014³⁴. Nous pensons qu'il en est de même à l'échelle locale. Quant aux enjeux et à la plus-value engendrée, ils diffèrent, eux aussi, en

³⁴ S. HOIBIAN et J. MÜLLER, « Vacances 2014 : l'éclaircie - Etude réalisée à la demande de la DGE », *op. cit.*, p. 11.

fonction de la catégorie de jeunes. Sensibiliser ceux qui n'ont pas d'acculturation au tourisme demeure un enjeu majeur pour le territoire, aussi bien d'un point de vue social, si l'on considère que la pratique du tourisme facilite l'insertion sociale, qu'au niveau économique lorsque l'on envisage que cette part de la population puisse constituer une nouvelle cible. En parallèle, pérenniser la fréquentation de ceux qui en sont familiers représente un autre enjeu, dans une dimension essentiellement économique.

Une méthodologie de recherche-action

Pour répondre à l'ensemble de nos interrogations et vérifier nos hypothèses, la démarche méthodologique s'inscrit résolument dans le cadre de la recherche-action. En tant que technique de recherche qui nécessite de rester en contact avec la réalité, elle récolte directement les informations sur le terrain³⁵. Ceci aide à pallier le manque de données portant sur le sujet d'étude. Cette démarche nous intéresse aussi parce qu'elle est interdisciplinaire et qu'elle autorise l'étude des pratiques sociales. Le philosophe émérite Jean-Paul Resweber l'explique : « Le principe de la recherche-action est une manière particulière d'interpréter, analyser et modéliser les pratiques sociales [...] La recherche-action fait feu de tout bois dans la mesure où elle se garde de toute rigidité méthodologique. Elle est donc, de ce fait, transdisciplinaire. »³⁶ Enfin, « elle est souvent utilisée en relation avec des thèmes liés au changement social, à l'éducation ou la pédagogie. Le but est de trouver des solutions réelles face à un problème social concret »³⁷. Initialement sujette aux débats portant sur la validité des connaissances produites, elle est aujourd'hui reconnue comme une méthode transversale alliant la théorie à la pratique. Pour René Barbier, docteur en sociologie et professeur en sciences de l'éducation, la recherche-action représente « une véritable transformation de la manière de concevoir et de faire de la recherche en sciences humaine »³⁸. La jeunesse, l'affirmation de l'identité réunionnaise, ainsi que l'ouverture de La Réunion sur l'océan Indien et le monde, font partie des sept piliers sur lesquels repose le nouveau projet régional. Les responsables politiques le reconnaissent : « La jeunesse réunionnaise constitue un atout indispensable pour le développement de La Réunion,

³⁵ G. CLAUDE, « Recherche action en 5 étapes », *Scribbr*, 3 février 2020, [En ligne]. <<https://www.scribbr.fr/methodologie/recherche-action/>>. (Consulté le 9 juin 2020).

³⁶ J.P. RESWEBER, *La recherche-action*, Paris, Presses universitaires de France, 1995, p. 25.

³⁷ G. CLAUDE, « Recherche action en 5 étapes », *op. cit.* p. 1

³⁸ R. BARBIER, *La recherche action*, Paris, Anthropos : Economica, 1996, p. 7.

mais également un enjeu en termes d'éducation, de formation et d'emploi. Consciente de ce défi, la collectivité régionale en a fait le socle de son premier pilier pour la période 2015 - 2021. »³⁹ Concernant l'affirmation de l'identité réunionnaise, les objectifs sont de « permettre à chaque Réunionnais de s'épanouir, d'accéder à la culture et de pratiquer un sport. Il s'agit également d'accompagner et de soutenir les acteurs de la culture, de tirer vers le haut le niveau d'excellence de sportifs réunionnais et de faire de La Réunion une destination sportive »⁴⁰. Enfin, à ces deux piliers s'ajoute celui de l'ouverture sur le monde. Son objectif est de « développer les échanges avec les pays voisins dans les secteurs de l'innovation, de l'éducation, sur le volet économique ou encore touristique »⁴¹. L'ensemble de ces engagements révèle l'intérêt de la Région pour la thématique de recherches. En effet, en vérifiant que les enjeux qu'implique le développement du tourisme des jeunes sur le territoire sont les mêmes qu'aux niveaux international et national, nous intégrons ces trois piliers. Celui de la jeunesse semble évident. Éduquer les jeunes à la pratique de l'activité touristique et à la mobilité leur concède une meilleure insertion sociale et professionnelle. Pour ce qui est de l'intention de faire de La Réunion une destination sportive, la clientèle de jeunes semble la plus propice à en profiter. En parallèle, offrir aux jeunes Réunionnais l'opportunité de s'épanouir à travers la culture de leur île et le sport les aide à avoir une meilleure connaissance de leur identité. Finalement, le développement des échanges avec les pays voisins dans les secteurs de l'éducation et du tourisme constitue un thème en étroite relation avec l'étude. Ainsi, elle répond à une problématique sociale, éducative et économique du territoire. Elle découle également d'une demande formulée par les responsables politiques à l'issue du mémoire de Master 2 sur

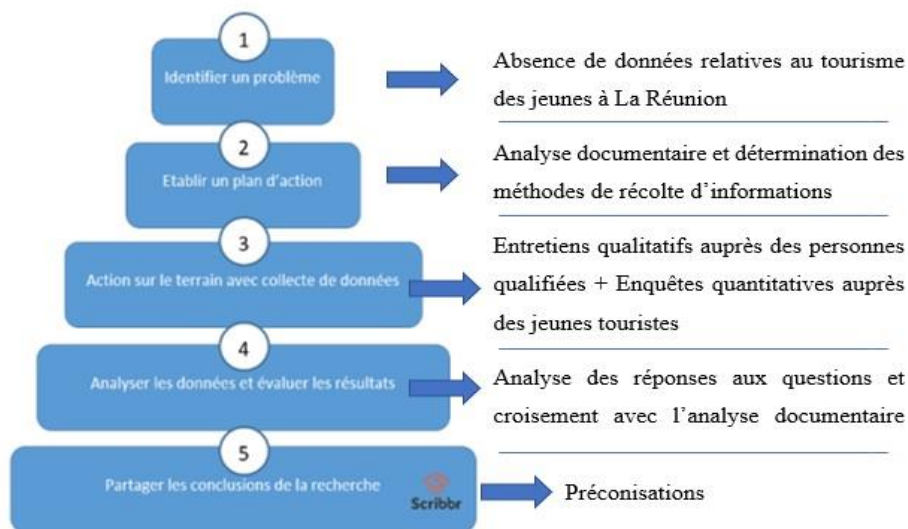
³⁹ REGION REUNION, « Le projet Régional (les 7 piliers) », s.d., [En ligne]. <<https://www.regionreunion.com/la-region/Le-projet-Regional-les-7-piliers>>. (Consulté le 16 juin 2020).

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

la réhabilitation d'un réseau d'auberges de jeunesse à La Réunion. Afin de déterminer les principales étapes de la réflexion, nous nous appuyons sur le schéma⁴² suivant :

Figure 1 : Principales étapes méthodologiques de la recherche-action de la thèse



Les étapes impliquées par cette démarche apportent des éléments concrets sur les jeunes touristes à la Réunion. Nous décomposons les comportements qui s'articulent autour du sujet des jeunes et du tourisme à La Réunion, en nous appuyant sur le modèle de la socio-analyse. Plus particulièrement celui de la macrosociologie, portée par le sociologue français de l'action sociale et des nouveaux mouvements sociaux Alain Touraine⁴³. Démontrant un « mode possible d'intervention en recherche-action, il exprime les diverses stratégies qui permettent à un groupe social de se rendre maître de son historicité. À ce titre, il peut être transposable à l'échelle microsociale d'un petit groupe ou d'une institution »⁴⁴. Aussi, nous considérons les jeunes comme un groupe social qui se distingue des autres tranches d'âges. Il est, à ce niveau, étudié au niveau macrosociologique. En revanche, lorsque nous effectuons une typologie de cette jeunesse, nous travaillons à l'échelle microsociale. Souhaitant analyser l'évolution de cette population à travers le temps, nous incluons la notion d'historicité. L'idée est ainsi de provoquer une prise de conscience de la part des institutions et des jeunes sur la situation du tourisme de cette clientèle et ses enjeux à l'échelle locale. Ce type de recherche est avant tout

⁴² G. CLAUDE, « Recherche action en 5 étapes », *op. cit.*, p.1

⁴³ A. TOURAINE, *Sociologie de l'action*, s.l., Editions du Seuil, 1965.

⁴⁴ J.P. RESWEBER, *La recherche-action*, *op. cit.*, p. 55.

analytique : « elle entend finalement mettre en lumière des jeux de rôles tenus par des acteurs sociaux, attelés à une tâche collectivement commandée ou bien travaillant dans une même institution scolaire, hospitalière, politique... »⁴⁵. Dans notre cas, le fait de mettre en exergue la parole des acteurs du tourisme et de la jeunesse, ainsi que celle des jeunes, permet de comparer la diversité des regards sur le groupe social et les institutions déterminés. La stratégie de recueil d'informations se compose de trois techniques.

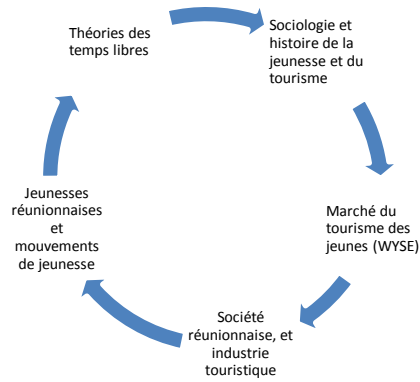
✚ L'analyse documentaire et l'entretien comme premier mode de recueil d'informations

L'étude documentaire représente la première. Nous l'utilisons lors de l'élaboration de la recherche théorique. Elle consiste à parcourir la littérature scientifique relative à l'objet d'étude. Nous avons aussi recours à l'étude documentaire pour vérifier nos hypothèses. Dans ce contexte, elle est traitée comme une donnée de recherche au même titre que les deux prochaines techniques présentées. Il s'agit de l'entretien de recherche en face à face et de l'enquête par questionnaires. L'entretien de recherche en face à face, appelé « interview » par Jean-Marie De Ketele, docteur en psychopédagogie, et Xavier Roegiers, docteur en science de l'éducation, est « une méthode de recueil d'informations qui consiste en des entretiens oraux individuels ou de groupes, avec plusieurs personnes sélectionnées soigneusement, afin d'obtenir des informations sur des faits ou des représentations dont on analyse le degré de pertinence, de validité et de fiabilité en regard des objectifs de recueil d'informations »⁴⁶. Nous l'utilisons auprès des acteurs du tourisme et de la jeunesse afin de dépeindre la situation du tourisme des jeunes au niveau local. Cette méthode nous évalue aussi les représentations qu'ils ont du sujet.

⁴⁵ J.P. RESWEBER, *La recherche-action*, p. 19.

⁴⁶ J.-M. de KETELE, *Méthodologie du recueil d'informations: fondements des méthodes d'observation, de questionnaire, d'interview et d'étude de documents*, s.l., De Boeck Supérieur, 2016, p. 14.

Figure 2 : Schématisation de l'analyse documentaire de la thèse



Les ouvrages et les études sur la sociologie du tourisme et de la jeunesse, les théories des temps libres ainsi que l'histoire du tourisme, décrits dans la revue de littérature, alimentent la réflexion initiale du travail de définition. Ceux qui concernent la société réunionnaise et sa jeunesse ainsi que l'industrie touristique locale et les

mouvements de jeunesse de l'île contextualisent le sujet. L'analyse documentaire nourrissant la définition du tourisme des jeunes à La Réunion s'appuie quant à elle sur un cumul d'études, d'enquêtes et de rapports établis par les institutions, les entreprises et les organismes des secteurs du tourisme et de la jeunesse.

Les données sur le secteur du tourisme des jeunes au niveau international sont essentiellement produites par le travail de la World youth student and educational travel confédération (WYSE), qui publie régulièrement des études sur les clientèles de jeunes touristes. Celles qui concernent le tourisme des jeunes au niveau national sont issues des rapports d'Atout France mais essentiellement du centre de ressources documentaires tourisme, culture, sport et loisirs, qui publie l'avancée des travaux dans le domaine sur son site internet *Revue-espaces.com*. Il s'agit du centre d'éditions le plus actif sur les publications en rapport avec ce champ d'études. En avril 2003, il imprime un *Cahier Espace* réunissant les réflexions de chercheurs, consultants et professionnels du tourisme des jeunes âgés de 16 à 25 ans. Dix ans plus tard, il propose un autre cahier sur la thématique du tourisme des jeunes et des adolescents. Enfin, l'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes (OVLEJ), chargé de l'analyse des pratiques juvéniles de temps libres, propose un ouvrage retraçant les préoccupations et les évolutions du secteur à partir des travaux qu'il produit au cours des vingt dernières années. Nous exploitons également des écrits universitaires, tels que le mémoire de Master professionnel de Juliette Hérault sur les pratiques touristiques des jeunes à destination de l'Australie, ou l'article de la chercheuse en économie Moisa Clarks sur les typologies de jeunes touristes. Le tableau suivant résume les principales sources que nous utilisons pour l'étude servant à définir le tourisme des jeunes à La Réunion.

Figure 3 : Ouvrages, revues et articles sur lesquels s'appuie l'analyse exploratoire de la thèse

Titre ouvrage, revue ou article	Thèmes abordés
Atout France , « <i>Image et attractivité internationales de la France pour les 18 – 35 ans</i> ». Editions atout France 49. Mai 2019	Jeunes touristes en France.
Revue Espace , « <i>Tourisme des jeunes (16 – 25 ans)</i> ». Les cahiers espaces 77. Avril 2003	Demande des jeunes touristes en France Offre du marché Politiques publiques
Revue Espace , « <i>Tourisme des jeunes et des adolescents</i> ». Les cahiers espaces tourisme et loisirs 317. Mars- avril 2014.	Enjeux et caractéristiques du marché Structures d'accueil Modes de départ
Laurence Dermenonvielle , « <i>Tourisme des jeunes</i> ». Tourisme de A à Z Direction du Tourisme. 2009	Jeunes touristes en France Politiques sociales/publiques
Timea Demete, Gabriel Bratacu « <i>Typologies of youth tourism</i> ». Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Serie V : Economic Sciences. Vol 7 (56). No. 1. 2014	Typologie jeunes touristes internationaux Secteurs touristiques
WYSE Travel Confederation, OMT « <i>La force du tourisme des jeunes</i> ». Rapports des membres affiliés volume deux, 2011.	Marché du tourisme des jeunes à l'international
BTR Domestic Tourism Australia , « <i>Backpackers in Australia</i> ». BTR Occasional Paper Number 20. 1993	Fréquentation des backpackers en Australie
Campus France , « <i>Étude auprès des étudiants étrangers en France</i> ». Les notes de Campus France n°45. Novembre 2014	Marché des étudiants étrangers en France
Hérault Juliette , « <i>Les nouvelles pratiques touristiques des jeunes à destination de l'Australie. Enjeux et perspectives du Visa Vacances Travail</i> ». Mémoire de Master Professionnel Tourisme spécialité Economie du Développement Touristique International (EDTI). Panthéon Sorbonne Paris 1.	Tourisme des jeunes et évolutions. Typologie des jeunes voyageurs en Australie. Marché Australie (communication)
Jay Vogt « <i>Wandering : youth and travel Behavior</i> », <i>Annals of Tourism Research</i> , Volume IV, N°1. September/October 1976. Pp. 25-41	Typologie des touristes internationaux Motivations
Moisa Clarks « <i>Aspects of the youth travel demand</i> ». <i>Annales Universitatis Apulensis – Series Oeconomica</i> , 2010, 12(2), 575	Typologie des touristes internationaux.
Bertrand Réau, Saskia Cousin « <i>Sociologie du tourisme</i> ». La Découverte. 2016	Inégalités face au tourisme Marché internationaux et nationaux.
Luc Greffier, Natacha Ducatez « <i>Les vacances et les loisirs des jeune : 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs</i> ». Les éditions de l'OVLEJ	Fréquentation des Accueils collectifs de mineurs et objectifs.

Pour contextualiser l'ensemble de ces données et éclairer le terrain avant d'interroger les jeunes, nous réalisons une pré-enquête qualitative basée sur des entretiens semi-directifs auprès des acteurs du tourisme et de la jeunesse. Les informations et les études locales sur le sujet du tourisme des jeunes étant rares, voire inexistantes, l'oralité, qui fait partie des sources classiques en sciences humaines, est la seule méthode de recueil sur laquelle nous puissions nous appuyer. Les sources écrites, composées de rapports et d'études récentes, pallient le manque de renseignements concernant ce sujet au niveau local. Interroger les acteurs du tourisme et de la jeunesse, qui sont confrontés chaque jour à la réalité du terrain dans leur environnement de travail, nous donne l'occasion d'observer les représentations qu'ils se font de la situation. Ces représentations sont l'un des fondements de cette recherche ⁴⁷. L'approche qualitative est ici favorisée car nous souhaitons obtenir le maximum d'informations sur le sujet d'étude. Ainsi, nous menons une série d'entretiens semi-directifs d'environ une heure avec sept acteurs institutionnels décisionnaires et appliquant des politiques touristiques régionales, cinq intervenants associatifs œuvrant pour la jeunesse et deux professionnels du secteur de l'hébergement touristique juvénile. L'identité de chacun de nos interlocuteurs et son statut professionnel sont détaillés dans le chapitre III de la thèse. Les entretiens se composent de six items, qui se présentent ainsi :

1. Tourisme des jeunes
2. Tourisme des jeunes à la Réunion
3. Caractéristiques des jeunes à la Réunion
4. Tourisme des jeunes à la Réunion : promotion et développement
5. Les transports
6. Les auberges de jeunesse
7. Suggestions

Même si cette méthode se révèle fastidieuse et chronophage, elle nous paraît être la plus pertinente pour la récolte d'informations de première main. Choissant l'entretien semi directif guidé par une grille, une première réflexion sur les thématiques abordées avec les interlocuteurs est nécessaire. Même si cette technique offre davantage de liberté de parole qu'un entretien directif, elle nécessite un travail préparatoire sur les thématiques, les questions et les hypothèses

⁴⁷ J. ELLIOTT, « What is Action-Research in Schools ? », *Journal of Curriculum Studies*, 10, 1978, pp. 355- 357.

de recherche. Cette structure offre l'avantage de recentrer les interrogations sur l'objet d'étude et les thématiques qui nous intéressent, contrairement aux entretiens libres. Ne souhaitant pas occulter d'informations et dans l'idée de faire émerger de nouvelles hypothèses, nous laissons nos interlocuteurs répondre librement dans chaque thématique. Cette technique présente l'avantage de « récolter un grand nombre d'informations utiles pour la compréhension d'un phénomène ». Néanmoins, elle nécessite une technique de classement rigoureuse des éléments fournis.

✚ Le recueil de données quantitatives

Les informations concernant les pratiques des différents groupes de jeunes touristes identifiés à La Réunion sont, quant à elles, récoltées par nos deux enquêtes quantitatives, qui prennent la forme de questionnaires. La première est menée auprès des jeunes résidents alors que l'autre est destinée aux jeunes touristes externes. Le choix de cette méthode d'enquête nous paraît incontournable du fait du manque cruel de données concernant les habitudes de consommation touristique de ce public. Semblable à toutes les méthodes de collecte de par son aspect rigoureux, elle se compose de plusieurs étapes. La première est la détermination de l'objectif recherché, avant d'entreprendre toute rédaction de question, il est essentiel de cibler précisément le but de la recherche. « Pour construire un questionnaire, il faut évidemment savoir de façon précise ce que l'on recherche, s'assurer que les questions ont un sens, que tous les aspects de question ont bien été abordés. »⁴⁸ Comme l'énonce clairement la problématique, nous souhaitons qualifier les pratiques touristiques des jeunes à La Réunion et évaluer leur impact socioéconomique. Or, plusieurs types de jeunes sont identifiés et leur rapport au tourisme est différent. Le mot « tourisme », par exemple, n'est pas perçu de la même façon par un jeune étranger au territoire ou par un jeune Réunionnais. Nous en faisons l'expérience lors de la phase test du questionnaire à destination des jeunes résidant sur le territoire. En effet, lorsque l'on emploie le mot « tourisme » pour interroger un jeune Réunionnais sur ses pratiques, il ne se sent pas concerné et associe le terme « touriste » à l'expression « étranger à l'île ». Cette remarque implique quelques ajustements.

Les questions de l'enquête à destination des jeunes résidents étant maintenant rédigées, nous les mettons à l'épreuve lors d'entretiens avec une dizaine de jeunes de tranches d'âges et de

⁴⁸ R. GHIGLIONE, « Questionner », dans *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, Paris, Dunod, 1987, p. 127.

situations sociale, familiale et professionnelle différentes. Cette étape identifie les faiblesses du questionnaire et clarifie les points incompris par les interlocuteurs. Le questionnaire à destination des jeunes touristes externe est rédigé après celui-ci. Il se calque sur le modèle de son homologue à destination des jeunes touristes résidents et il est vérifié par un prestataire spécialisé, chargé ensuite de diffuser l'enquête auprès des jeunes touristes externes. Une fois les questionnaires validés, la phase d'administration a lieu. Ainsi, deux questionnaires sont établis : l'un à destination des jeunes résidents de l'île, l'autre réservé à ceux qui proviennent de l'extérieur. Le premier est composé de 51 questions réparties en sept rubriques : l'identité de la personne interrogée, ses rapports avec La Réunion, les activités pratiquées sur l'île, les hébergements touristiques, le transport, la visite des proches pour les jeunes en mobilité, leur avis sur « La Réunion, destination touristique pour les jeunes ». Le deuxième questionnaire est composé de trente-cinq questions et se scinde en quatre thématiques : l'identité de la personne interrogée, ses rapports avec La Réunion, les caractéristiques du séjour sur l'île, son avis sur la destination et son éventuelle intention d'y revenir pour un nouveau séjour de vacances. Les détails des questionnaires et leurs modes de diffusion sont présentés dans les chapitres III et IV de la thèse. La dernière étape est celle du traitement des réponses. Afin de proposer une analyse qui soit représentative du segment de population choisie, nous analysons un total de 900 questionnaires. Nous constituons donc deux échantillons de 450 personnes chacun. Le premier est composé d'individus résidant sur l'île : il s'agit des jeunes touristes internes. Le deuxième échantillon englobe les jeunes touristes externes vivant hors de La Réunion. En tant que première étude menée sur le sujet, cette recherche tente de dresser un panorama précis de la consommation touristique des jeunes et constitue, à notre sens, un fondement de réflexion solide pour les décideurs locaux.

Objectifs et organisation de la thèse

Il est essentiel de rappeler que l'objectif de la thèse est de répondre à une attente des collectivités locales. En se souciant à la fois de l'avenir de leur jeunesse et de celle de leur industrie touristique, elles trouvent ici des pistes d'assimilation d'un segment de sa population exclue d'une activité perçue aujourd'hui comme un moteur d'intégration sociale. De plus, les collectivités découvrent qui sont les jeunes qui pratiquent du tourisme sur l'île de nos jours et quelles sont leurs attentes. En prêtant attention à l'ensemble de ces résultats, elles vérifient leur offre touristique, en s'assurant qu'elle soit adaptée à cette clientèle d'avenir et peuvent réfléchir à des outils de pérennisation des pratiques. La première partie de la thèse détermine l'objet de

la recherche. Aussi, introduire l'analyse par les définitions et la revue de la littérature sur le sujet nous semble incontournable. Nous appréhendons ainsi la complexité des termes qu'englobe le tourisme des jeunes ainsi que l'apport pluridisciplinaire de la recherche dans un premier chapitre. La description du contexte réunionnais, réalisée dans le chapitre II, nous invite, à travers son histoire, à comprendre les fonctionnements de sa société et par conséquent, à observer, dans la partie A, la place qu'y occupent les jeunes. Les parties B et C, décrivent la situation touristique de l'île et son évolution depuis ses débuts. La partie D, se concentre sur le tourisme des jeunes à La Réunion à travers l'histoire des mouvements de jeunesse présents sur le territoire et leur situation actuelle. Le chapitre III fait état de la méthodologie d'enquêtes et des résultats produits lors de la recherche-action. Après une introduction du sujet, sur les représentations que les acteurs interrogés ont du tourisme des jeunes, le chapitre III présente aux lecteurs les caractéristiques des jeunes touristes internes, puis externes à La Réunion. Il renseigne sur leurs habitudes de consommation et les distinctions qui s'opèrent en fonction de leur origine géographique. Enfin, le dernier chapitre accorde une attention particulière à la problématique de l'hébergement. Au cœur des préoccupations depuis le départ de l'activité, la capacité d'accueil touristique souffre du manque d'établissements. Ainsi, nous réintégrons le travail historique, effectué lors du travail de master, sur l'ancien réseau d'auberges de jeunesse local, les raisons de son échec et l'intérêt de sa réhabilitation. Puis nous analysons, à travers les réponses émises dans les enquêtes quantitatives du chapitre précédent, les préférences de lieux de séjours formulées par les jeunes. Nous clôturons ce chapitre par la préconisation d'une solution à la contrainte de l'hébergement touristique juvénile, adaptée aux perspectives territoriales.

I. Sous-bassement historique et cadre théorique

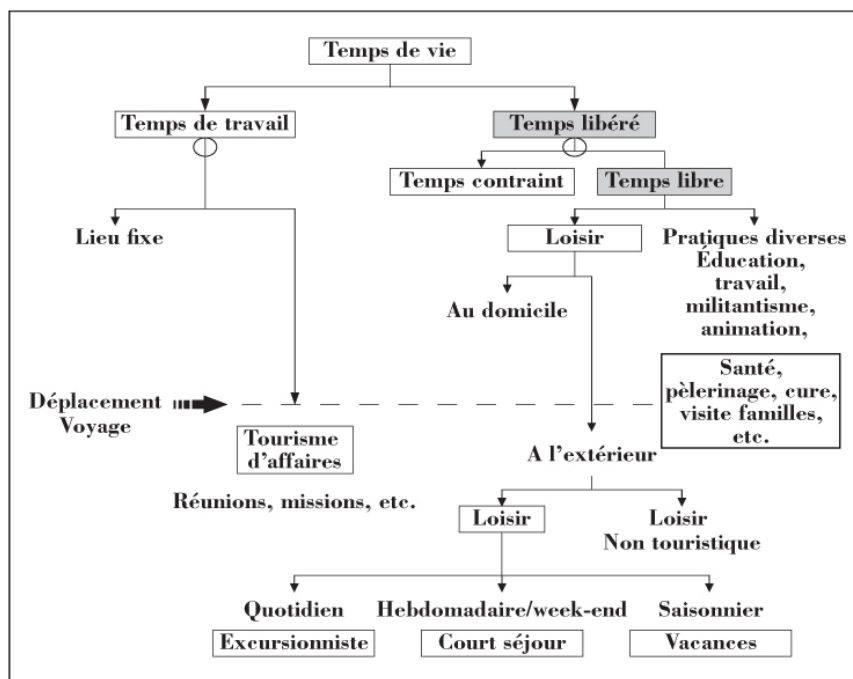
A. Tourisme, Vacances et Loisir(s)

Pour la pensée commune, tourisme, vacances et loisir(s) sont des notions étroitement liées et pourraient même être considérées comme synonymes. Mais qu'en est-il réellement d'un point de vue scientifique ?

1. Liens et interférences

Georges Cazes, géographe français spécialiste du tourisme, confirme l'idée dans son ouvrage intitulé *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs* : « la place respective du loisir et du tourisme sont des notions et termes souvent confondus »⁴⁹. Selon lui, « c'est le déplacement qui apparaît comme la variable discriminatoire essentielle [...] et la durée du déplacement qui délimite et scande les séquences touristiques [...] ». Il l'illustre grâce au schéma suivant :

Figure 4 : Schéma simplifié des temps et des catégories principales d'activités de loisir-tourisme



⁴⁹ G. CAZES, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Rosny (France), Bréal, 1992.

Le schéma démontre que le temps de vie se scinde en deux temps importants : le temps de travail et le temps libéré. Le temps libéré comprend celui qui est contraint, il correspond aux tâches quotidiennes, comme les tâches ménagères, et celui qui nous intéresse : le temps libre. Le temps libre se partage entre le loisir et les pratiques d'engagement social. Dans le loisir s'opère une différenciation par rapport à l'espace de pratique. Le loisir s'exerce dans le cadre de son environnement habituel (le domicile) ou à la suite d'un déplacement, à l'extérieur. Le loisir sans déplacement hors de son domicile n'est pas considéré comme un loisir touristique. Parmi le loisir qui s'effectue à l'extérieur, il y a le loisir non touristique, qui correspond à des activités réalisées dans le cadre d'associations sportives ou culturelles à une fréquence régulière (exemple : licencié compétition d'un club de football). En parallèle, il existe le loisir qualifié de « touristique », qui s'exerce en différentes séquences temporelles :

- Le loisir quotidien nommé « excursionniste », qui correspond à une sortie ludique d'une durée maximale d'une journée et qui se réalise dans le but de découvrir une région et de la visiter.
- Le loisir hebdomadaire ou au cours d'un week-end, qui correspond à un court séjour d'une à trois nuitées en dehors de son domicile.
- Le loisir saisonnier, qui a lieu pendant les vacances et dont la durée des nuitées à l'extérieur est égale ou supérieure à quatre.

Au temps libéré permettant la pratique du loisir touristique se joint le tourisme d'affaires. Il correspond au temps contraint du travail impliquant un déplacement. L'Organisation Mondiale du Tourisme nous apprend qu'un « voyage pour affaires et motifs professionnels peut se diviser en deux catégories : « réunions, conférences ou congrès, foires commerciales et expositions » et « autres affaires et motifs professionnels »⁵⁰. Cette perception est intéressante car elle offre une représentation actuelle de l'ensemble des concepts prochainement définis. À savoir le tourisme, les vacances et les loisirs.

⁵⁰ WORD TOURISM ORGANISATION, « Glossary of tourism terms », 2014, [En ligne]. <<https://s3-eu-west1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>>. (Consulté le 13 avril 2016).

2. Définitions

a) *Le Tourisme, interprétations techniques et holistiques*

La multidisciplinarité qui caractérise le tourisme en fait un objet complexe à définir et plusieurs approches sont nécessaires à sa compréhension. À partir de la crise de 1929, les États prennent conscience de l'importance économique du tourisme et de sa place dans la balance des paiements⁵¹. Quantifier les touristes devient nécessaire et les organismes internationaux sont les premiers à proposer des définitions « techniques » répondant à cet objectif. En 1937, la Société des Nations déclare « touriste toute personne qui, voyageant pour son agrément, s'éloigne pendant plus de 24 heures et moins d'un an de son domicile habituel ; les déplacements de moins de 24 heures étant des excursions »⁵². Les touristes d'affaires et les croisiéristes sont ici comptabilisés, au contraire des immigrants, des étudiants, des frontaliers, des voyageurs en transit ou présents sur le territoire pour y travailler. La distinction entre touriste et excursionniste est également établie. L'Organisation des Nations Unies, l'Organisation mondiale du tourisme et l'Organisation européenne (OCDE) reprennent cette classification après la Seconde Guerre mondiale. Ainsi, la dernière définition adoptée par l'ensemble de ces organisations et leurs pays membres date de 2008 et établit le tourisme comme un « phénomène social, culturel et économique. Il implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles, professionnelles ou pour affaires pour une durée consécutive qui ne dépasse pas une année. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines, des dépenses touristiques »⁵³. La contrainte de durée maximale est ajoutée à la définition proposée par la Société des Nations. Le voyageur n'est plus touriste s'il reste sur le territoire visité pour une durée supérieure à un an. Alors que ces textes sont destinés à uniformiser les données internationales, ils ne représentent toutefois que des recommandations pour chaque pays, qui les adapte dans leur propre conceptualisation du tourisme. Il s'opère ainsi une confusion entre les concepts nationaux et internationaux, voire

⁵¹ L. AUSCHER, « L'Importance économique du Tourisme. », *Bibliothèques spécialisées et patrimoniales de la Ville de Paris*, Paris, Conseil National Economique, juillet 1927, p. 29.

⁵² M. BOYER, *Ailleurs: histoire et sociologie du tourisme*, Paris, L'Harmattan, 2011, p. 16.

⁵³ WORD TOURISM ORGANISATION, « Glossary of tourism terms », *art. cit.*, p.10

parfois au sein même des pays. À titre d'exemples, la France distingue depuis 1950 les vacances des autres séjours⁵⁴, le Canada impose un déplacement minimal de 80 km pour qu'un Canadien n'ayant pas traversé la frontière soit considéré comme touriste et la Suisse ne comptabilise que les données rapportées par les structures d'hébergements professionnelles, excluant ainsi les séjours non lucratifs⁵⁵.

Ces différentes définitions sont essentiellement influencées par le prisme économique. Géographes, historiens, sociologues, anthropologues et autres chercheurs en sciences humaines et sociales tentent également d'éclaircir le tourisme en le définissant à leur tour. La géographie complète l'économie dans l'analyse touristique. Le Dictionnaire de géographie et des sciences de l'espace et du social définit le tourisme comme un « système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la "recréation" des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien »⁵⁶. Le phénomène étudié n'est ici pas seulement réduit à l'activité économique et place le touriste au centre des réflexions. Ainsi, les géographes s'intéressent à l'analyse des déplacements touristiques et du système qui se met en place autour de leurs pratiques ou non-pratiques. Le terme « récréation » rappelle la vision touristique américaine développée avant 1940. S'intéressant au temps libre développé avec l'industrialisation, les Nord-Américains⁵⁷ étudient les moments de divertissement et proposent une déclinaison d'activités d'« outdoor recreation » qui s'apparentent aux loisirs de plein air, aux excursions et au tourisme européen⁵⁸. L'étude nord-américaine du tourisme est ainsi centrée sur l'activité principale pratiquée, à la seule condition qu'un nombre minimum de kilomètres soit parcourus.

Dès 1964, l'historien Marc Boyer, pionnier français de l'histoire du tourisme, propose de le définir comme « l'ensemble des phénomènes résultant du voyage et du séjour temporaire de personnes hors de leur domicile quand ces déplacements tendent à satisfaire, dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle »⁵⁹. S'ajoute ici la notion de « besoin culturel » intégrant le tourisme dans une dimension humaniste. L'homme et ses désirs se trouvent cœur

⁵⁴ « Les vacances des français en 1950 », *Economie et Statistique*, vol. 6, n° 4, 1951, pp. 64- 72.

⁵⁵ C. DEMEN-MEYER, « Le tourisme : essai de définition | Cairn.info », *Management et Avenir*, vol. 3, 2005, p. 9.

⁵⁶ R. KNAFOU et M. STOCK, « "Tourisme" dans Dictionnaire de la géographie », 2003, p. 931.

⁵⁷ Marc Boyer précise dans l'ouvrage *Ailleurs : histoire et sociologie du tourisme*, que « la grande enquête *Outdoor Recreation in U.S.A.*, en 14 volumes est caractéristique. Chaque chapitre est désigné par un gerondif : Swimming, Hunting, Fishing, Walking... ».

⁵⁸ M. BOYER, *Ailleurs*, *op. cit.*, p. 18.

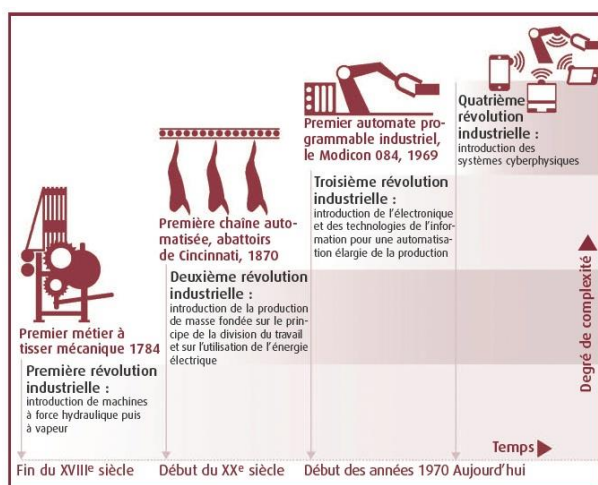
⁵⁹ M. BOYER, *Le tourisme*, *op. cit.*, p. 231.

de l'analyse, ce qui ajoute une nouvelle perception du tourisme. Enfin, selon les sociologues Bertrand Réau et Saskia Cousin, « le tourisme est communément défini comme une activité de loisirs qui implique un déplacement temporaire effectué pour le plaisir. Qu'ils soient touristes ou qu'ils regardent passer les touristes, tous les occidentaux connaissent cette pratique devenue en cent cinquante ans un élément constitutif de la vie sociale, une pratique culturelle, au sens anthropologique du terme »⁶⁰. Le tourisme devient progressivement un phénomène de société, aujourd'hui totalement intégré dans les pratiques occidentales. Néanmoins, il n'existe actuellement aucun consensus sur une définition du tourisme. Chaque institution, discipline ou chercheur en possède sa propre vision. Il en devient un objet d'étude complexe. Comment l'appréhender et l'analyser ? Éclaircissons cette interrogation après l'explication des notions de vacances et de loisirs.

b) Vacances et loisirs, enfants de l'ère industrielle

✚ Évolution des temps libérés

Figure 5 : Les quatre stades des révolutions industrielles



Source : DFKI, 2011 issu de Acatech et Forschungunion, *Industrie 4.0* : Berlin : BMBF, avril 2013, p. 17

Tourisme, vacances et loisirs ne sont possibles que grâce à l'existence des « temps libres ». Avant l'essor de l'industrie, ces instants ne sont pas accessibles à tous mais seulement à quelques élites. Dans les sociétés archaïques, agraires ou moyenâgeuses, la gestion du temps se résume à une alternance entre le travail et la pratique des rites⁶¹. Seules les fêtes religieuses et les contraintes météorologiques permettent aux ouvriers et aux agriculteurs de ne pas travailler. Leur calendrier s'organise au fil des saisons et le

dimanche correspond au repos après une semaine de dur labeur.

⁶⁰ S. COUSIN et B. REAU, « Tourisme. », *Espaces Temps.net Revue électronique des sciences humaines et sociales.*, juillet 2009, [En ligne]. <<https://www.espacestems.net/articles/tourisme/>>. (Consulté le 9 mars 2021).

⁶¹ R. LANQUAR, *Sociologie du tourisme et des voyages*, Paris, Presses Universitaires de Paris, 1985, p. 10 (Que sais-je ? 2213).

Figure 6 : Classification des temps libérés selon Robert Lanquar :

- Le temps contraint, par exemple, celui des transports et des formalités bureaucratiques ;
- Le temps de travail non lié à la production et non rémunéré, comme le jardinage, le bricolage, la cuisine ;
- Le temps du rétablissement de la santé, dans lequel on pourrait inclure les cures thermales ;
- Le temps de formation, soit celui de la formation professionnelle, soit celui de l'éducation permanente consacré à l'élargissement du champ culturel pour répondre à un besoin de créativité et d'épanouissement personnel ;
- Le temps de vie syndicale, politique et associative ;
- Enfin le **temps des loisirs et des vacances**, qui peut en outre récupérer des séquences des temps précédents. Seul ce dernier temps peut être considéré comme un *temps vraiment libéré*.

Source : R. LANQUAR, *Sociologie du tourisme et des voyages*, Paris, Presses Universitaires de Paris, 1985, p. 18

Dès la fin du XVIII^e siècle s'enchaînent les révolutions industrielles (figure 6). L'apparition des machines et leur développement provoquent une nouvelle organisation du temps chez les classes populaires. Le rythme qu'elles imposent, notamment avec la production de masse de la deuxième révolution, fait que pour « la première fois de l'histoire de l'humanité, le temps ne se définit plus que par un temps profane de travail »⁶². Les ouvriers se rendent à l'usine pour travailler et sont libérés de cette contrainte lorsqu'ils en sortent. En 1866, les premières revendications ouvrières pour une diminution du temps de travail journalier apparaissent lors du premier congrès de l'association internationale des travailleurs⁶³. Défendant les conditions de travail des ouvriers, cette dernière fait prendre conscience au patronat de l'importance des temps de pause et de récupération. En 1930 apparaissent la semaine des 40 heures et les congés payés, offrant un temps libre assez conséquent pour permettre à l'individu d'être actif et de s'enrichir culturellement. Le temps libre se transforme en temps de consommation et l'avènement de cette nouvelle temporalité chez les classes populaires est qualifié de

⁶² R. LANQUAR, *Sociologie du tourisme et des voyages*, Paris, Presses Universitaires de Paris, 1985, p. 17 (Que sais-je ? 2213).

⁶³ M. MUSTO et B.P. MARZI, « La Première Internationale et son histoire », *La Pensée*, n° 4, 2014, pp. 129- 143.

« révolution du temps choisi » par le docteur en économie Robert Lanquar⁶⁴. Sa classification (figure 7) permet d'illustrer l'éventail des nouveaux temps proposés aux classes populaires ou « ouvrières » selon Marx. Ceux qui nous intéressent sont les temps des loisirs et des vacances. Observons à présent comment économistes et sociologues les analysent.

✚ Les vacances : des « temps vraiment libérés »

Depuis 1995, les vacances sont définies par l'Organisation Mondiale du Tourisme comme « l'ensemble des déplacements d'agrément comportant au moins quatre nuits consécutives hors du domicile. Sont exclus des vacances les déplacements professionnels, les voyages d'études, les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche, les séjours de santé dans les établissements spécialisés, les courts séjours d'agrément (deux ou trois nuitées) et les week-ends réguliers »⁶⁵. Cette définition technique est le résultat de réflexions économiques. Comme pour le tourisme, statisticiens et économistes cherchent à quantifier le nombre de séjours de vacances en déterminant ce qui n'entre pas dans les pratiques vacancières. En Europe, la France, la Belgique, l'Espagne, les Pays-Bas, l'Italie, le Royaume-Uni et la Commission des communautés européennes ont adopté cette définition et valident la durée minimale du séjour de vacances fixée à quatre nuits. L'Allemagne et le Danemark préfèrent y ajouter une nuit et le Portugal deux nuits supplémentaires⁶⁶. Là aussi, les définitions divergent et il n'existe aucun consensus permettant d'uniformiser les données internationales.

Concernant l'origine et l'évolution du concept de vacances en Europe, l'historien Marc Boyer explique que « certaines institutions élitistes comme les Parlements ou les Universités avaient de longues interruptions que l'on appelait "vacances" et qui permettaient à leurs bénéficiaires de faire fructifier leurs rentes foncières, précisément de surveiller la rentrée de leurs récoltes à partir de leurs maisons de campagnes. Pour les écoliers, dans les civilisations rurales, les vacances correspondent aux périodes d'activités agricole intense. Aujourd'hui, dans tous les pays scolarisés, le mot « vacances » est accolé à l'adjectif scolaire »⁶⁷. Ainsi, les vacances appartiennent au temps non-contraint dès lors que s'instaurent la démocratisation des congés

⁶⁴ R. LANQUAR, *Sociologie du tourisme et des voyages*, op. cit., p. 19.

⁶⁵ INSEE, « Définition - Vacances », 28 juin 2019, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1959>>. (Consulté le 18 juin 2020).

⁶⁶ M. BOYER, *Ailleurs*, op. cit., p. 17.

⁶⁷ M. BOYER, « Comment étudier le tourisme ? », art. cit., pp. 393- 394.

pays et l'obligation scolaire. Temps nouveau pour les classes populaires, il mérite d'être apprivoisé et n'est pas automatiquement associé aux voyages et aux départs. Le sociologue Jean-Didier Urbain le précise : « "être en vacances", ce n'est pas forcément partir. C'est disposer d'un temps vacant avec la liberté d'en faire ce qu'on veut »⁶⁸. La définition technique énoncée ci-dessus ne fait pas état de cette hypothèse. Seules les vacances incluant un déplacement sont prises en compte dans les statistiques du gouvernement, excluant ainsi ceux qui restent chez eux. Comme si aujourd'hui, partir en vacances constituait une norme de la société occidentale. À ce propos, l'historien André Rauch, dans son analyse des *vacances en France de 1830 à nos jours*, fait état de la « culture des vacances »⁶⁹. À travers son étude historique des comportements propres aux vacances, il démontre comment les vacances, réservées au XIX^e siècle aux aristocrates ou grands bourgeois, se « démocratisent » au cours du siècle suivant avec l'apparition du tourisme de masse, pour appartenir aujourd'hui au patrimoine culturel des Français⁷⁰. Qu'ils correspondent ou non à un départ en vacances, une question subsiste quant à ces nouveaux temps libérés. Comment les occuper ? Que font les individus lorsqu'ils ne travaillent pas ? Telles sont les réflexions qui animent en partie les chercheurs spécialisés dans l'analyse des loisirs.

✚ Les loisirs : nouveaux usages des temps libérés

Le loisir correspond à « l'activité que l'on effectue durant le temps libre dont on peut disposer. Ce temps libre s'oppose au temps contraint par des occupations habituelles (l'emploi, les activités domestiques, l'éducation des enfants...) et les servitudes qu'elles imposent (ex : transport) »⁷¹. Le géographe Raphaël Languillon-Aussel ajoute que : « Le loisir est une catégorie plus floue et plus subtile. Cette subtilité tient à ce que le terme change de sens en fonction de son nombre. Au singulier, le loisir réfère au temps affranchi des exigences du temps contraint, en particulier du temps travaillé. Au pluriel, les loisirs se réfèrent à l'ensemble des activités récréatives s'exerçant autant dans l'espace local et le temps du quotidien, que dans l'espace-temps du tourisme. Ainsi, non seulement les loisirs constituent une catégorie spécifique

⁶⁸ J.-D. URBAIN, *Les vacances*, s.l., Le Cavalier Bleu, 2002, p. 19.

⁶⁹ A. RAUCH, *Vacances en France: de 1830 à nos jours*, Paris, Hachette, 1996, p. 7 (La vie quotidienne. L'histoire en marche).

⁷⁰ A. RAUCH, *Vacances en France*, op. cit., pp. 250 - 257

⁷¹ L. TURCOT, *Sports et loisirs: une histoire des origines à nos jours*, Paris, Gallimard, 2016, pp. 13- 14 (Collection Folio Histoire 257).

du loisir (par distinction du sommeil, du repas, des discussions...) mais aussi les loisirs ne se posent pas en rupture ni avec le quotidien, ni avec le travail, ni avec le tourisme. Les loisirs participent des trois et peuvent se déployer dans ces trois sphères, sans en être constitutifs. »⁷² Aussi, les vacances peuvent constituer le temps du tourisme, le tourisme une activité de loisir et les loisirs des activités touristiques, quotidiennes ou pratiquées pendant les vacances. Pour « mesurer les loisirs », les statisticiens et les économistes français s'appuient sur les dépenses liées à la consommation de biens permettant leurs pratiques et celles destinées à la fréquentation des lieux et des institutions de loisirs culturels et sportifs⁷³. Dans cette perspective, le loisir n'est intéressant que s'il est lucratif. Comment analyser les pratiques de loisirs sans s'appuyer uniquement sur les dépenses économiques ?

Les loisirs qui permettent aux individus un investissement renouvelé dans l'espace social sont appréhendés de deux façons différentes par les sociologues : les thèses d'influence marxiste, d'une part, et celles issues du champ des théories « libérales »⁷⁴, d'autre part. Les théories marxistes soutiennent l'idée que les temps libérés sont complémentaires au temps de travail. Il s'agit d'un investissement sous forme d'engagement, privilégiant le loisir réparateur et l'action collective dans le but de renforcer l'éducation du travailleur⁷⁵. Au centre du concept de temps libre, le loisir est ici, selon la sociologue Marie-Françoise Lanfant « traité comme un produit déterminé par la croissance industrielle et technique, laquelle engendre des modifications dans le cadre de vie et les modes de vie (augmentation du temps libre, vie urbaine, croissance du niveau de vie, extension des biens de comforts, etc.) »⁷⁶. En cohésion avec le champ des théories marxistes, les travaux du Professeur Roger Sue⁷⁷, Docteur d'État en sciences politiques, et ceux de Daniel Mothé⁷⁸, sociologue spécialisé dans la sociologie du travail, montrent que les temps libres sont dominés par des pratiques de divertissement essentiellement consuméristes.

⁷² R. LANGUILLON-AUSSEL, « Tourisme et loisir(s), pour une brève définition — Géoconfluences », 4 février 2011, [En ligne]. <<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/popup/TourismeLanguillon2.htm>>. (Consulté le 22 juin 2020).

⁷³ « Vacances - Loisirs - Sports - Tableaux de l'Économie Française | Insee », s.d., [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1288347?sommaire=1288404>>. (Consulté le 11 mars 2021).

⁷⁴ M.-F. LANFANT, *Les théories du loisir*, Paris, Presses Universitaires de France, 1972, p. 68.

⁷⁵ R. SUE, « CONTRIBUTION A UNE SOCIOLOGIE HISTORIQUE DU LOISIR », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. 91, 1991, p. 280.

⁷⁶ M.-F. LANFANT, *Les théories du loisir*, op. cit., p. 209.

⁷⁷ R. SUE, *Le loisir*, Paris, Presses Universitaires de France, 1988.

⁷⁸ D. MOTHE-GAUTRAT, *L'utopie du temps libre*, Paris, Éditions Esprit, 1997 (Série Société).

Les thèses élaborées dans un contexte d'économie libérale affranchissent la sociologie du loisir de celle du travail. Approche élaborée aux États-Unis dans les années 1960, notamment par Max Kaplan, elle est reprise par le sociologue français Joffre Dumazedier qui, en commentant son ouvrage *Leisure in America*⁷⁹, explicite son point de vue : « Le droit à l'autonomie du loisir y est affirmé. Il n'est pas question ici de considérer le loisir comme seulement une compensation du travail, ni comme le négatif de celui-ci. Le loisir a une fin en soi, une vie propre. »⁸⁰ Dans cette logique, ce nouvel investissement dans l'espace social se manifeste par « des formes de pratiques multiples, tendues par le désir d'équilibre, d'expression de soi, de culture et de consommation, d'enrichissement personnel »⁸¹. Pionniers de cette analyse des loisirs, les Nord-Américains en font aujourd'hui une discipline scientifique en proposant dans leurs universités une formation doctorale en « leisure studies »⁸². Au niveau national, le philosophe André Gorz et le Professeur émérite en histoire André Rauch⁸³, en cohésion avec ce champ théorique, considèrent que les temps libres sont porteurs de qualités éducatives et émancipatrices. Ils peuvent ainsi échapper partiellement aux logiques de marché.

La thèse de Joffre Dumazedier, sociologue considéré comme l'un des pionniers de la sociologie du loisir et de l'auto-formation, se situe à la frontière de ces deux approches en s'interrogeant, en 1962, sur l'émergence d'une civilisation du loisir⁸⁴. L'auteur considère les loisirs comme objet d'étude mais ne les dissocie pas totalement du système économique. À travers sa réflexion, il théorise l'enjeu éducatif et de formation des individus. Il attribue aux vacances trois fonctions réunies dans ce qu'il qualifie de besoin d'équilibre : le « *divertissement* », qui délivre de l'ennui, le « *délassement* », qui délivre de la fatigue et le « *développement volontaire* », qui délivre des automatismes de la pensée et de l'action quotidienne. Telle est la vision que les réseaux associatifs œuvrant pour les pratiques de loisirs juvéniles développent en appréhendant les temps de loisirs essentiellement comme des temps d'éducation propices à la construction des individus⁸⁵. À cette dualité de fonction des loisirs s'ajoute un élément essentiel,

⁷⁹ M. KAPLAN, *Leisure in America: A social inquiry*, s.l., Wiley, 1 janvier 1960.

⁸⁰ J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation du loisir?*, op. cit., p. 260.

⁸¹ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent: Sac Ados, une accession à l'autonomie*, Bordeaux, Carrières sociales éditions, 2018, pp. 12- 13 (100 000 environ).

⁸² « Leisure Studies, PhD - Oklahoma State University », s.d., [En ligne]. <<https://go.okstate.edu/graduate-academics/programs/doctoral/leisure-studies-phd.html>>. (Consulté le 11 mars 2021).

⁸³ A. RAUCH, *Vacances et pratiques corporelles*, op. cit., p.150.

⁸⁴ J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation du loisir?*, Paris, Ed. du Seuil, 1962.

⁸⁵ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent*, op. cit., p. 14.

volontairement non abordé jusqu'à présent : la distinction des pratiques de loisirs, de vacances et de tourisme.

3. Positionnement épistémologique

a) *Le « capital », « l'habitus » et la « distinction » : éléments moteurs de l'analyse*

Dans son ouvrage *La distinction*⁸⁶, le sociologue Pierre Bourdieu s'approprie trois éléments principaux de la démarche marxiste : l'opposition entre « la bourgeoisie » et les « classes populaires », la « lutte symbolique entre ces classes » et le « capital ». La lutte des classes de la France des années 1960 à 1970 décrite par le sociologue s'opère autour de la consommation. Il démontre par exemple, grâce à son analyse sur les pratiques, que « les bourgeois » équiperont leurs maisons chez des antiquaires, se distinguant ainsi des ouvriers, qui le font dans les « grands magasins »⁸⁷. S'ajoute à cette opposition une lutte symbolique par la consommation d'un capital global que Pierre Bourdieu décline en quatre catégories : le capital économique, qui représente l'ensemble des biens matériels, du patrimoine ou des revenus qu'un agent comptabilise, le culturel, qui capitalise les savoirs intellectuels et biens culturels comme les savoirs personnels, les titres scolaires ou les tableaux, le capital social, qui symbolise les liens sociaux et les réseaux de connaissance, ainsi que le capital symbolique, qui reflète le prestige associé à la personne⁸⁸.

À travers *Les Héritiers*⁸⁹ et *La Reproduction*⁹⁰, Pierre Bourdieu et le sociologue Jean-Claude Passeron révèlent les stratégies de conversion « bourgeoises » du capital économique de cette classe sociale en un autre capital servant leurs intérêts. Ils expliquent par exemple que pendant les « Trentes glorieuses », période au cours de laquelle la scolarité se popularise, les bourgeois achètent des diplômes universitaires avec leur capital économique, pour leur permettre de suivre des études et de conserver leur capital culturel. Avec l'intention de conserver un capital,

⁸⁶ P. BOURDIEU, *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979 (Le Sens commun)

⁸⁷ P. BOURDIEU, *La distinction: critique sociale du jugement*, *op. cit.*, p. 618.

⁸⁸ P. BOURDIEU, *Raisons pratiques: sur la théorie de l'action*, Paris, Seuil, 1994, p. 117.

⁸⁹ P. BOURDIEU et J.-C. PASSERON, *Les héritiers: les étudiants et la culture*, Paris, Les Éd. de Minuit, 1994 (Le sens commun).

⁹⁰ P. BOURDIEU et J.-C. PASSERON, *La reproduction: éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Éd. de Minuit, 2005 (Collection « Le sens commun »).

intervient la notion d'*habitus*. Pierre Bourdieu le définit comme « un système de dispositions durables et transposables fonctionnant comme principes générateurs et organisateurs de pratiques et représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée consciente de fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre, objectivement "réglées" et "régulières" sans être en rien le produit de l'obéissance à des règles, et, étant tout cela, collectivement orchestrées sans être le produit de l'action organisatrice d'un chef d'orchestre »⁹¹. L'*habitus* est finalement une accumulation de normes intériorisées depuis le plus jeune âge par les individus et qui découlent d'une structure de classe permettant leur reproduction. Cet *habitus* génère ainsi des goûts et des pratiques communes à une classe.

Pour bâtir sa théorie de la stratification, Pierre Bourdieu exploite deux analyses de l'économiste et sociologue allemand Max Weber : le prestige social et la légitimité. La première analyse expose que le prestige qu'un individu acquiert lors de sa consommation de biens, de loisirs, de services et de biens culturels lui permet de se définir par rapport aux autres individus. La légitimité accorde à la « bourgeoisie » sa position sociale supérieure grâce à des éléments intellectuels dont les classes populaires sont dépourvues. Pierre Bourdieu établit par exemple une hiérarchie sociale entre les classes populaires et les « bourgeois » en s'appuyant sur leurs goûts cinématographiques. La mobilisation d'arguments⁹² légitime intellectuellement leur préférence, alors que les classes populaires sont dépourvues de tels justificatifs. Ainsi, Pierre Bourdieu établit les relations qui caractérisent la distinction des classes par l'utilisation de normes apprises (*habitus*) et celle de pratiques distinctives (prestige). Il observe également les comportements, les usages et les goûts communs adoptés par les classes supérieures, qui leur permettent de se distinguer des autres groupes.

Les loisirs et le tourisme intègrent ce mécanisme et le sociologue Bertrand Réau rejoint l'historien Marc Boyer, qui explique que le moteur du tourisme est la distinction sociale⁹³. Selon ce dernier, le tourisme, avec son caractère ostentatoire⁹⁴, « s'inscrit dans une logique de gaspillage de temps et d'espace »⁹⁵. Suivant cette logique, les pratiques touristiques sont

⁹¹ P. BOURDIEU, *Le sens pratique*, Paris, Éditions de Minuit, 1980, pp. 88- 89 (Le Sens commun).

⁹² P. BOURDIEU, *La distinction*, *op. cit.*, p. 128.

⁹³ M. BOYER, « L'invention de distinction, moteur du tourisme? Hier et aujourd'hui », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 14, n° 14- 2, avril 1995, pp. 45- 47.

⁹⁴ T. VEBLEN ET R. ARON, *Théorie de la classe de loisir*. Précédé de « Avez-vous lu Veblen » par Raymond Aron., Paris, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 1 janvier 1970.

⁹⁵ M. BOYER, *Ailleurs*, *op. cit.*, p. 89.

assimilées à des signes extérieurs de richesse et affirment un certain prestige par l'intermédiaire des goûts. Néanmoins, imitées par les classes populaires au fil du temps jusqu'à atteindre ce que le sociologue Joffre Dumazedier qualifie de « civilisation de loisirs »⁹⁶, les classes sociales supérieures poursuivent leur recherche de différenciation. Pour ce faire, elles innovent en créant de nouvelles pratiques et de nouvelles modes, leur permettant d'avoir toujours « un temps d'avance » sur les autres classes sociales. Bertrand Réau, en analysant les vacances des Français, nous permet de comprendre les modes de distinctions des classes supérieures et d'analyser la démocratisation progressive du tourisme⁹⁷. Nous trouvons cette démarche intéressante dans le sens où elle permet, grâce à l'Histoire, de comprendre quels sont les rôles des acteurs institutionnels dans l'intériorisation du tourisme par les différentes classes sociales. Nous nous appuyons sur ce procédé pour analyser de quelle manière les jeunes de chaque classe s'intègrent dans les pratiques touristiques. Ainsi, dans la partie B de ce chapitre, nous étudions le tourisme à travers la discipline historique, de sa naissance au XVIII^e siècle à sa démocratisation. Nous analysons aussi comment les mouvements de jeunesse permettent l'organisation des temps libres des jeunes, puis celle de leurs départs en vacances. Enfin, nous examinons l'instrumentalisation des vacances juvéniles actuelles dans la pédagogie sociale.

b) *L'interprétation par paradigmes*

Pour analyser le tourisme, les chercheurs Québécois⁹⁸ et l'historien Marc Boyer ont recours à des paradigmes. Il s'agit d'un mode de regroupement permettant de « définir les concepts, déterminer les problèmes importants, trouver la meilleure méthodologie, définir le cadre d'interprétation des résultats obtenus »⁹⁹. L'usage du paradigme culturaliste permet, selon Marc Boyer, de mieux situer le tourisme dans la société, l'histoire et la culture¹⁰⁰. Il définit ainsi le « tourisme comme un ensemble des phénomènes résultant du voyage et de séjour temporaire de personnes hors de leur domicile quand ces déplacements tendent à satisfaire, dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle »¹⁰¹. Pour défendre cette approche, l'économiste

⁹⁶ J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation du loisir ? op. cit.*, p. 1.

⁹⁷ B. REAU, *Les Français et les vacances : sociologie des pratiques et offres de loisirs*, Paris, CNRS, 2011 (Société).

⁹⁸ P. BODSON et J. STAFFORD, « Le paradigme économique en tourisme », *art. cit.*

J. STAFFORD, « Le paradigme culturaliste en téorologie : étude, analyse et critique », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 7, n° 1, 1988, pp. 5- 8.

⁹⁹ M. BOYER, *Le tourisme en France*, Paris, Seuil, 2003, p. 1 (Collection Pratiques d'entreprises).

¹⁰⁰ M. BOYER, « Comment étudier le tourisme ? », *art. cit.*, p. 397.

¹⁰¹ M. BOYER, *Ailleurs*, *op. cit.*, p. 11.

Jean Stafford établit que les pratiques touristiques et de loisirs des individus sont influencées par la société et l'époque dans laquelle ils évoluent. La culture mutualisant par exemple les langues, les mœurs et les institutions impacte à son tour l'activité touristique commune¹⁰². Ainsi, étudier le tourisme sous cet angle nécessite une prise en compte de l'histoire sociale et culturelle d'une société. La représentation du tourisme des jeunes à La Réunion s'effectue, en partie, à travers ce paradigme. Nous étudions, en effet, le tourisme des jeunes à travers son histoire internationale, nationale et locale avant de segmenter les pratiques en fonction, notamment, des lieux de résidence des jeunes. Cette segmentation analyse les différenciations qui s'opèrent entre les pratiques des jeunes ne disposant pas du même capital culturel à La Réunion. En observant l'impact économique des pratiques touristiques juvéniles sur l'île à travers les consommations liées à la restauration, l'hébergement et les activités, nous exploitons également le paradigme économique-spatial. Les économistes québécois Paul Bodson et Jean Stafford identifient l'utilisation des sciences économiques comme utiles dans le cadre d'approches descriptives, opérationnelles et explicatives.¹⁰³ Souhaitant attirer l'attention des entreprises et des responsables politiques sur le sujet d'étude, nous proposons des éléments chiffrés qui leur permettent d'évaluer clairement l'impact économique du tourisme des jeunes sur l'île.

B. La Jeunesse, entre définitions et concepts

« La jeunesse n'est qu'un mot », écrit Pierre Bourdieu dans son entretien avec la sociologue Anne-Marie Métaillé¹⁰⁴. « Elle est produite par la société dans des contextes historiques, économiques et juridiques déterminés »¹⁰⁵, ajoute Bernard Roudet, chargé d'études et de recherches à l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP). Cela signifie qu'il est nécessaire de nuancer ce terme générique, notamment en ce qui concerne

¹⁰² J. STAFFORD, « Le paradigme culturaliste en géologie : étude, analyse et critique », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 7, n° 1, 1988, pp. 5- 8.

¹⁰³ P. BODSON et J. STAFFORD, « Le paradigme économique en tourisme », *art. cit.*

¹⁰⁴ A.M. METAILIE et J.-M. THIVEAUD, *Les jeunes et le premier emploi*, Paris (9, rue Vauvilliers, 75001) : Paris, Association des âges ; diffusion, la Documentation française, 1978, pp. 143- 154.

¹⁰⁵ B. ROUDET, « Qu'est-ce que la jeunesse ? », *Après-demain*, n° 4, 2012, pp. 3- 4.

l'homogénéité du groupe social « jeune » qu'il sous-entend. Il existe en effet plusieurs jeunesses composées de tranches d'âges et d'origines sociales différentes. Selon les Nations Unies, le terme « jeune » se définit par « la période de transition entre la dépendance de l'enfance et l'indépendance de l'adulte ainsi que la conscience de notre interdépendance en tant que membres d'une communauté »¹⁰⁶. C'est pourquoi, la catégorie « jeune » ne saurait être définie uniquement par l'âge des individus qui la constituent.

La jeunesse est un passage, une réalité sociale dont les bornes sont délicates à définir¹⁰⁷. Elles sont, par défaut, délimitées par les tranches d'âges qui la précèdent et lui succèdent : l'enfance et l'âge adulte. Néanmoins, ces seuils sont flous dans la mesure où l'entrée dans l'âge adulte ne se réalise pas de façon simultanée et définitive. La jeunesse apparaît ainsi comme une phase de transition progressive constituée de différentes étapes propres à chaque individu. Ces étapes, participant à l'apprentissage des responsabilités, de l'accès à l'indépendance matérielle et de la construction identitaire de l'autonomie, se déroulent en quatre phases : la décohabitation, l'emploi, la mise en couple, la parentalité.

À partir et jusqu'à quand entrons-nous dans cette phase transitoire appelée « jeunesse » ? Comment peut-on définir les âges qui bornent cette jeunesse ? Quelles sont les générations concernées par l'étude, quelles caractéristiques les définissent et comment cela se répercute-t-il dans leurs pratiques touristiques ? Nous tentons de répondre à ces interrogations en déterminant dans un premier temps les âges de la jeunesse ; puis en montrant qu'elle représente un phénomène de socialisation et d'intégration socio-économique.

1. Âges et Jeunesse

La jeunesse est aujourd'hui considérée comme un âge de vie au même titre que l'enfance, l'âge adulte et la vieillesse. Elle représente une étape, propre à chaque individu, située entre deux bornes difficiles à déterminer (entre l'enfance et l'âge adulte) lorsqu'elle est étudiée en tant que groupe. La perception de ce groupe varie, en fonction de la discipline qui l'étudie. Nous définissons la jeunesse à travers une approche sociétale et marketing. En sociologie, « les tentatives de constructions d'objets se sont orientées dans deux directions : l'une située dans la

¹⁰⁶ J. BLANKE et WORLD ECONOMIC FORUM, « Reducing barriers to economic growth and job creation », *The travel & tourism competitiveness report ...*, 2013.

¹⁰⁷ F. de SINGLY, *L'enquête et ses méthodes: le questionnaire*, Paris, Armand Colin, 2012.

perspective d'une sociologie des « âges de vie », l'autre dans celle d'une sociologie de « générations »¹⁰⁸. Selon l'acception commune, l'âge représente « le temps écoulé depuis qu'une personne est en vie »¹⁰⁹. Il est ici mesuré par le temps grâce à l'horloge et au calendrier¹¹⁰. S'ajoute à cette définition, la notion de cycle de vie ou d'étape : « période de la vie : enfance, adolescence, jeunesse, maturité, vieillesse »¹¹¹.

Les 15/24 ans ont longtemps été définis comme la classe qui représente la jeunesse. Tel est encore le cas pour certaines enquêtes, mais l'INSEE élargit la borne supérieure aux 29 ans. En effet, si l'entrée dans la vie adulte relève de seuils comme l'arrivée du premier enfant, la formation d'un couple ou l'accès à un premier emploi durable, ils sont marqués par des reports qui les situent à présent autour de 29 ans. Pour ce qui est de la borne inférieure, elle suscite moins de débats. Avec la massification scolaire, des groupes se sont constitués en fonction des âges et donnent aux jeunes une conscience d'identité collective. Jusqu'à 9 ans, l'individu est considéré comme un enfant et fréquente la crèche, la maternelle et l'école primaire. Les 10-11 ans, en transition entre l'école primaire et la première année de l'enseignement secondaire, sont les pré-adolescents. Vient ensuite l'adolescence : elle correspond aux « années collège » dès la classe de cinquième et concerne les 12-14 ans. Elle marque le début de la prise d'autonomie vis-à-vis du milieu familial, même si la construction de « *l'indépendance matérielle* »¹¹² n'est pas encore présente. La quinzaine d'années est choisie pour borne inférieure de la jeunesse puisqu'elle représente l'entrée au lycée et est synonyme de reconnaissance accrue de l'accès à l'autonomie, à la fois par ses professeurs mais également par son cercle familial.

Au niveau international, les Nations Unies définissent le terme « jeune » par la période de transition entre la dépendance de l'enfance et l'indépendance de l'adulte. Elles y ajoutent la conscience de notre interdépendance en tant que membres d'une communauté¹¹³. Ainsi, la catégorie « jeunes » ne peut être définie seulement en fonction de l'âge des personnes qui la

¹⁰⁸ G. MAUGER, « Jeunesse : essai de construction d'objet », *Agora débats/jeunesses*, vol. 56, n° 3, 2010, pp. 9- 24.

¹⁰⁹ « Définition âge - Recherche Google », s.d., [En ligne]. <https://www.google.fr/search?ei=eTjXW7zaAebSgAaBI524DA&q=d%C3%A9finition+%C3%A2ge&oq=d%C3%A9finition+%C3%A2ge&gs_l=psy-ab.3..0110.144864.151544.0.151678.38.20.0.1.1.0.706.3004.3-4j2j0j1.7.0....0...1c.1.64.psy-ab..34.4.1511....0.DDvO-WEQd->>. (Consulté le 12 avril 2018).

¹¹⁰ K. POMIAN, *L'ordre du temps*, Paris, Gallimard, 1984 (Bibliothèque des histoires).

¹¹¹ « Définition âge - Recherche Google », *op. cit.* p.1

¹¹² B. ROUDET, « Qu'est-ce que la jeunesse ? », *art. cit.* p.3.

¹¹³ J. BLANKE et WORLD ECONOMIC FORUM, « Reducing barriers to economic growth and job creation », *Travel & tourism competitiveness report 2013*, 2013, p. 481.

composent. Ceci entraîne des répercussions directes sur les critères choisis par les acteurs traitant des jeunes et/ou du tourisme jeunesse, qui utilisent différentes tranches d'âges lors de leurs études. Les Nations Unies choisissent les jeunes dans la tranche des 15/24 ans pour des raisons pratiques lorsqu'ils souhaitent réaliser des statistiques à travers les régions¹¹⁴. L'Organisation Mondiale du Tourisme se réfère quant à elle au terme « jeunesse » lorsqu'elle étudie les déplacements des personnes ayant entre 15 et 25 ans. Néanmoins, de nombreuses études incluent les 26 ans afin d'obtenir des groupes d'études plus consistants¹¹⁵. Le Conseil Canadien et Nord-Américain des étudiants et de l'association des jeunes voyageurs ajoutent les 30 ans dans leurs études concernant les jeunes touristes¹¹⁶. La Roumanie, quant à elle, considère la tranche des 14-35 ans comme jeunes touristes. Cependant, les jeunes autorisés à quitter les frontières du pays sans tuteurs légaux doivent être âgés de plus de 18 ans¹¹⁷. En France, l'organisme chargé de la promotion touristique du pays à l'étranger, Atout France, définit les jeunes touristes comme « une clientèle plurielle en termes de segments : les moins de 15 ans, les 15/18 ans et les 18/30 ans »¹¹⁸. Néanmoins, sa dernière étude sur l'image et l'attractivité internationale de la France chez la « génération Y » inclut les 35 ans¹¹⁹.

Au vu des difficultés que rencontrent les organismes officiels internationaux pour donner une définition claire des jeunes touristes en fonction de leurs âges, il est compréhensible que les acteurs du tourisme et de la jeunesse présents à La Réunion ne soient pas homogènes lorsqu'ils les définissent à leur tour. Les tranches d'âges évoquées par les interlocuteurs commencent à 7 ans et se terminent à 30 ans. Certains associent les jeunes touristes à la cible « enfant », qu'ils définissent par la tranche d'âge des 7 à 18 ans, d'autres ne prennent en compte que les jeunes qui voyagent de façon autonome et ne sélectionnent que les séjours des jeunes âgés de 18 à 25 ans, voire à 30 ans (âge qu'ils assimilent à l'entrée dans la vie active). Une attention particulière

¹¹⁴ « Youth - Definition | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization », *UNTWO*, 2013, [En ligne]. <<http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/youth-definition/>>. (Consulté le 16 avril 2016).

¹¹⁵ S. HORAK et S. WEBER, « Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects », *Tourism Recreation Research*, vol. 25, n° 3, 2000.

¹¹⁶ C.O. MOISA, « ASPECTS OF THE YOUTH TRAVEL DEMAND », *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, vol. 2, n° 12, 2010, pp. 575- 582.

¹¹⁷ « Calatoria cu copii minori », *Ambasadei României*, s.d., [En ligne]. <<http://www.ambasada.ro/legislatie/10/calatoria-cu-copii-minori.html>>. (Consulté le 14 avril 2016).

¹¹⁸ F. HOUPERT, « Tourisme des Jeunes », *op. cit.* p.1.

¹¹⁹ *Image et attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans*, Paris, Atout France, mai 2019 (Marketing touristique 49)

est portée sur les séjours des mineurs, qui nécessitent un encadrement et des mesures d'accueils spécifiques. Les touristes sont aussi définis comme jeunes en fonction de leur « situation professionnelle ». Une distinction est faite entre les jeunes qui sont encore en cursus de formation (encore étudiants, au lycée ou au collège) et ceux qui débutent leur carrière professionnelle. Pour certaines institutions ou certains professionnels, le touriste n'est plus « jeune » dès lors qu'il entre dans la vie active, alors que pour d'autres, c'est à ce moment-là qu'il commence à voyager et à consommer des produits touristiques. Les âges de la vie et les générations sont des notions liées dans la construction des étapes de vie, notamment dans celle de la jeunesse.

2. Génération et Jeunesse

Pour ce qui est de la notion de génération, nous considérons deux usages : la génération familiale et la génération sociale. Le premier usage « désigne les rapports qui s'établissent entre parents et enfants au sein de l'univers familial »¹²⁰ alors que le deuxième est « un groupe d'hommes appartenant à des familles différentes dont l'unité résulte d'une mentalité particulière et dont la durée embrasse une période déterminée »¹²¹.

En sociologie, la notion de génération, selon Claudine Attias-Donfut, « exprime dans ses usages dominants une communauté que l'on pourrait qualifier de "spirituelle" : le partage en commun d'expériences, d'idées, de mentalités, de certaines visions du monde et de la société. Elle se réfère à la fois à une tranche d'histoire sociale et à des modes de pensée. Elle est dissociée de la notion d'âge dont l'approche est influencée par l'ethnologie »¹²². La génération familiale relève donc de la périodisation des lignées familiales, ainsi que de leur héritage matériel et culturel. La génération sociale, en revanche, est associée aux tentatives de périodisation du cours de l'histoire d'une société. Elle se réfère au positionnement social de l'individu et à ce qu'il acquiert durant son processus de socialisation.

À ces processus s'ajoute le parcours de vie tel que le définit M. Riley : « Il varie avec le changement social, non seulement avec le changement de la nature de la famille, de l'école, du

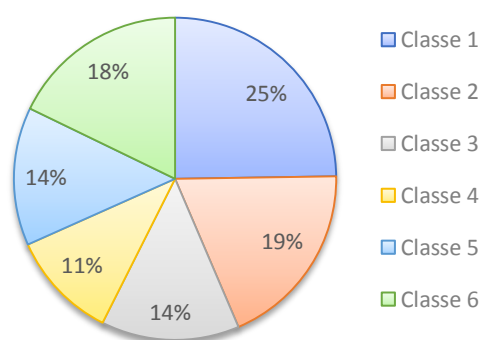
¹²⁰ G. MAUGER, « Jeunesse : essai de construction d'objet », *art. cit.*

¹²¹ F. MENTRE, *Les générations sociales*, Thèse de doctorat en lettres, Université de Paris, Université de Paris (1896-1968). Faculté des lettres., 1916.

¹²² C. ATTIAS-DONFUT, *Sociologie des générations: l'empreinte du temps*, Paris, Presses universitaires de France, 1988 (Le Sociologue).

travail, de la communauté, mais aussi avec le changement des idées, des valeurs et des croyances. Tandis que chaque nouvelle génération (ou cohorte) entre dans le flot de l'histoire, la vie de ses membres est imprimée du changement social et à son tour y laisse sa propre marque. »¹²³ Ainsi, chaque génération est unique dans son parcours et il existe, comme le souligne Mannheim ¹²⁴, des sous-génération (ou cohortes) qui sont des unités de générations différenciées en fonction de l'environnement spatial et social dans lequel elles évoluent. L'approche générationnelle est complexe et plusieurs définitions d'une même génération peuvent être établies. L'étude menée par les chercheurs du CREDOC en décembre 2012 et intitulée « les jeunes d'aujourd'hui, qu'elle société pour demain » définit six groupes de jeunes en fonction de leur passage à l'âge adulte¹²⁵ :

Figure 7 : Répartition des 18-29 ans selon le Crédoc



Classe 1 Les installés avec enfants. Majoritairement âgés de 25 à 29 ans, ont des niveaux de diplômes peu élevés. Ils souffrent de restrictions, notamment liées au prix du logement. Ce sont des inquiets qui considèrent majoritairement que la société a besoin de se transformer. Ils ont moins d'engagements associatifs que les autres.

Classe 2 Les installés sans enfants. Ils ont entre 25 et 29 ans. De profession intermédiaires ou cadres, ils ont des niveaux de diplômes plus élevés que les autres groupes et des revenus élevés. Le plus souvent locataires, les dépenses de logement ne pèsent pas sur leur budget. Ils pensent moins que les autres que la famille est le seul endroit où l'on se sente bien. Ils reçoivent plus souvent des amis et des relations.

¹²³ M.W. RILEY, « Aging, social change, and the power of ideas », *Daedalus*, n° 4, 1978, p. 138.

¹²⁴ K. MANNHEIM, *Le problème des générations*, Paris, A. Colin, 2011.

¹²⁵ « Les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ? », *Cahier de recherche* 292, CREDOC, 1 décembre 2012,

Classe 3 Les instables avec autonomie de logement. Dans cette classe, on trouve des chômeurs, des employés et des ouvriers. Locataires, ils doivent s'imposer des restrictions liées à leur précarité et à leurs faibles revenus.

Classe 4 Les étudiants avec autonomie résidentielle. Ils n'ont franchi qu'une étape vers la vie d'adulte : ils ne vivent plus chez leurs parents. Ils font davantage partie d'associations culturelles, de loisirs, étudiantes.

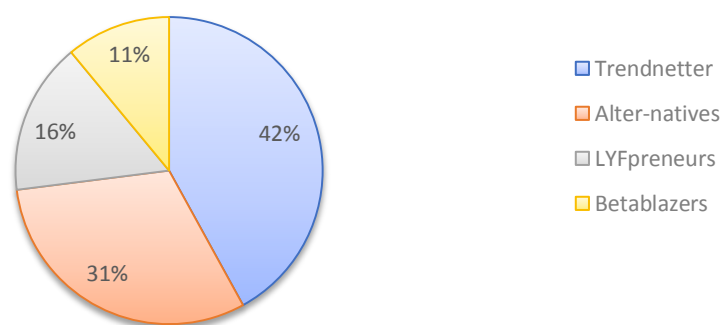
Classe 5 Les instables sans autonomie résidentielle. Surreprésentés dans les communes rurales, peu ou pas diplômés, ces jeunes, attirés par les produits innovants, sont engagés dans le monde associatif.

Classe 6 Les étudiants chez leurs parents. Ces jeunes célibataires de 18 à 24 ans vivent dans des foyers aux revenus élevés. Moins nombreux à penser que la société a besoin de se transformer profondément, ils sont engagés dans l'associatif et le culturel. Ils ne souffrent pas de restrictions. Ils sont particulièrement attirés par les innovations.

Source : « Les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ? », *Cahier de recherche* 292, CREDOC, 2012

Cet exemple de classement démontre que la vision de la vie et les attentes des jeunes sont différentes en fonction de leur situation sociale. Nous sommes en accord avec ce raisonnement et nous supposons qu'il en est de même pour leurs comportements touristiques. En Marketing, certains spécialistes tentent également de catégoriser « les jeunes ». Le quatrième groupe mondial de communication, Dentsu Aegis Network, propose une classification de quatre groupes distincts qui ont une vision de la vie et des attentes différentes¹²⁶.

Figure 8 : Répartition selon l'institut Dentsu Aegis Network



¹²⁶ « Management des millenials. L'autre révolution du numérique », DENTSU AEGIS NETWORK, septembre 2016.

Trendnetter ou « avant-gardiste »	Branchés et très intéressés par l'image qu'ils projettent, ils font aussi preuve d'une conscience sociale et sont des preneurs de risques.
Alter-natives ou « alternatifs digitaux »	Veulent changer le cours des choses, sont des consommateurs réfléchis qui utilisent le web pour leurs achats et leur consommation média. Intéressés par la nouveauté, ils ne partagent que ce qu'ils trouvent réellement pertinent.
LYFpreneurs ou « artisans de vie »	Ils s'intéressent à la question environnementale, à l'alimentation saine et à l'investissement dans des entreprises qui investiront pour eux en retour. Intéressés par une déconnexion de la technologie, ils croient aux expériences réelles.
Betablazers ou « explorateur de tendance »	Motivés par leur épanouissement personnel et sont prêts à investir pour la qualité dans leurs achats

Source : D'après « Management des millenials. L'autre révolution du numérique », DENTSU AEGIS NETWORK, 2016.

Au vu de ces deux approches, il nous semble complexe de traiter les jeunes comme un groupe uniforme. Lorsque nous nous intéressons aux jeunes en tant que « génération », il est important de considérer l'ensemble des éléments ayant des conséquences sur les adaptations culturelles des différents groupes. En prenant en compte la tranche d'âge sélectionnée pour l'étude, la génération sociale concernée est à cheval sur la génération « Y » (personnes nées de sociétés occidentales entre 1980 et 2000), et la génération « Z », qui fait référence à celles nées autour de 2000 à aujourd'hui. Le marqueur le plus important qui les distingue des générations précédentes est l'accélération des progrès technologiques. Notamment avec l'utilisation qu'ils font d'Internet et des réseaux sociaux. Daniel Ollivier, sociologue des organisations et Catherine Tanguy, coach en conseil en entreprise experte de l'intégration de la Génération « Y », décrivent les caractéristiques des générations à partir du baby-boom¹²⁷ et mettent en évidence ce qui les distingue les unes des autres. L'encadré ci-dessous fait apparaître les principaux déterminants des générations Y et Z.

¹²⁷ D. OLLIVIER, C. TANGUY et G. BABINET, *Génération Y & Z: le grand défi intergénérationnel*, Louvain-La-Neuve (Belgique), De Boeck supérieur, 2019.

La génération « Y » porte en elle l'ambition d'être une génération pionnière et pas seulement « suiveuse ». Son nom trouve son origine, évidemment dans la chronologie de l'alphabet, mais plus encore dans le fait que ces jeunes « Y » (comme why en anglais) incarnent, à travers le « pourquoi ? », la *remise en cause des valeurs et des contraintes qu'on veut leur imposer*. Les jeunes « Y » incarnent une autre relation à l'autorité, au temps et à l'organisation. Cette génération est *impatiente, interconnectée* et vue comme *infidèle* par rapport aux pratiques des générations précédentes.

La génération « Z » est *plus prudente et réaliste* que la génération « Y », elle apparaît moins insouciante que celle-ci, car elle est, en effet, marquée par le terrorisme, la précarité du marché du travail et les questions climatiques. Cette génération *interconnectée* a toutefois de grandes similitudes avec sa devancière.

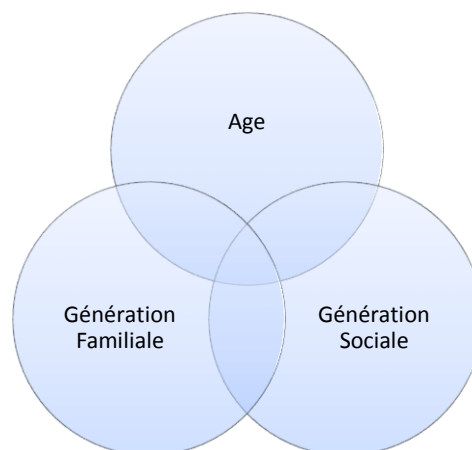
D. OLLIVIER, C. TANGUY et G. BABINET, *Génération Y & Z: le grand défi intergénérationnel*, De Boeck supérieur, 2019.p. 64

Ainsi, l'approche générationnelle permet d'avoir un point de vue global sur les valeurs, les habitudes de consommations et les projets de vie des générations « Y » et « Z ». Toutefois, il est important que nous fassions, lors de notre analyse, des distinctions entre les différentes sous-génération déterminées.

3. La Jeunesse de l'étude

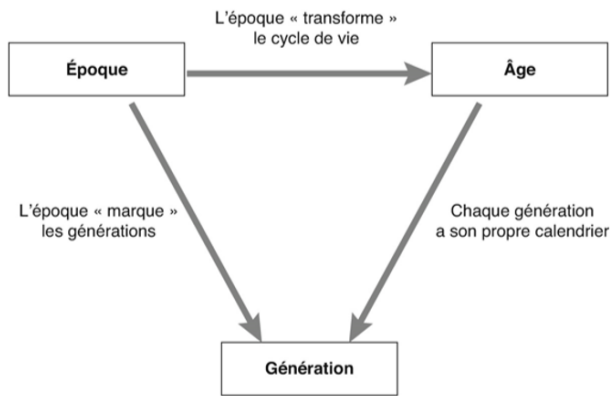
Le terme de « jeunesse » se réfère à un groupe de personnes d'une tranche d'âge définie. Il est également associé à une génération sociale et une génération familiale. Ce groupe de personnes n'est pas homogène. En effet, par l'influence des générations et la place géographique et sociale des individus, les façons de penser se différencient.

Figure 9 : Schéma représentatif de l'individu jeune



Ce schéma illustre ce qui définit l'individu jeune. Il s'agit d'une personne âgée entre 15 et 30 ans dont les perceptions, les idéologies et les habitudes varient en fonction des appartenances sociales et familiales.

Figure 10 : Schématisation d'une génération sociale



Ce schéma nous permet de visualiser ce qui caractérise une génération sociale. Les points importants qui définissent une génération sont les événements historiques, politiques, économiques et sociaux qui marquent un groupe de personnes à un stade donné de leur vie. Pour la génération que nous étudions, il s'agit essentiellement de la vitesse d'évolution des technologies de l'information

et de la communication. Ainsi, les situations face au tourisme que nous allons étudier sont celles des jeunes âgés entre 15 et 30 ans. Ces jeunes présentent des caractéristiques différentes. Ils perçoivent et consomment le tourisme différemment en fonction du milieu social auquel ils appartiennent, ainsi que du pays ou de la région dans laquelle ils sont nés.

Jean Stafford et Bruneau Sarrasin, professeurs du département d'études urbaines et touristiques à l'Université du Québec à Montréal, ainsi que Hélène Huard, consultante en tourisme, effectuent une segmentation en distinguant deux grands types de jeunes voyageurs : « ceux qui portent leur sac à dos et qui voyagent généralement seuls, disposant d'une période de temps illimité et d'un budget limité. Ceux qui sont de jeunes travailleurs disposant d'une période limitée et d'un budget illimité »¹²⁸. Dans son article sur le tourisme des jeunes, Jean-Marc Mignon, délégué général de l'Union Nationale des Associations de tourisme et de plein Air (UNAT) de 1991 à 2010, rejoint les interlocuteurs lorsqu'ils incluent, en plus de l'âge, la « situation professionnelle » dans la définition des jeunes. Il distingue deux marchés différents : celui des enfants et adolescents et celui des jeunes adultes¹²⁹. Selon lui, l'entrée à l'âge de la

¹²⁸ J. STAFFORT, H. HUARD et B. SARRASIN, « La singularité du tourisme des jeunes, un potentiel à saisir », *Tourisme des jeunes (16 – 25 ans)*, avril 2003, pp. 28- 34.

¹²⁹ J.-M. MIGNON, « Le tourisme des jeunes, une valeur sûre », *Tourisme des jeunes (16 – 25 ans)*, Les Cahiers espaces n° 77, avril 2003, pp. 21- 27.

majorité constitue un point de clivage chez les jeunes. En revanche, il éprouve des difficultés à définir une limite d'âge supérieure aux majeurs et affirme que les différents styles et périodes de vies influencent leurs comportements. S'ajoute ici la notion de jeunes majeurs et mineurs.

Enfants, adolescents, jeunes adultes, « génération Y », « millenials » constituent une multitude de termes pour définir plusieurs profils de jeunes. C'est pourquoi il est aujourd'hui complexe de définir catégoriquement les tranches d'âges qui concernent les jeunes touristes. La recherche portant sur les habitudes de consommations touristiques et les impacts socio-économiques du tourisme des jeunes résidents ou en provenance de l'extérieur, nous choisirons les 15-30 ans. En effet, nous considérons qu'à l'âge de 15 ans, les jeunes sont capables de formuler leurs propres choix et émettent un avis constructif sur la destination Réunion. C'est également un âge crucial dans les étapes de la vie. Il représente pour la majorité l'entrée au lycée et le début d'une réelle autonomisation. Pour la tranche d'âge supérieure, nous l'arrêtons à 30 ans. L'entrée dans la vie active et l'autonomie résidentielle étant de plus en plus tardive, se restreindre à 25 ans nous prive de l'analyse de l'ensemble de la population jeune. Nous suivons la définition fournie par Atout France et mentionnée précédemment.

C. Le Tourisme : support d'encadrement de la jeunesse

Nous analysons le tourisme comme une activité du temps libre à travers le paradigme culturel. Ainsi, en suivant l'exemple de l'historien Marc Boyer et du sociologue Bertrand Réau, nous comprenons, grâce à l'histoire, les rôles joués par les différents acteurs institutionnels dans l'intériorisation du tourisme par les diverses classes sociales. En nous appuyant sur ce procédé, nous observons comment les jeunes, quelle que soit leur classe sociale, s'intègrent dans l'activité touristique. À travers la discipline historique, nous étudions le tourisme, de sa naissance au XVIII^e siècle à sa démocratisation. Nous apprenons aussi comment les mouvements de jeunesse permettent l'organisation des temps libres des jeunes, puis celle de leurs départs en vacances. Nous examinons, enfin, les enjeux actuels des vacances comme instrument de pédagogie sociale. Avant de traiter des jeunes dans le tourisme, précisons que le temps libre n'a pas toujours été l'apanage de tous. Autrefois réservé à des classes privilégiées,

il est progressivement devenu accessible aux classes moyennes et populaires, au point de devenir une norme sociale.¹³⁰

1. La genèse du tourisme : d'un tourisme élitiste à un « tourisme de masse »

« L'homme voyage depuis des millénaires mais le concept de tourisme n'a été inventé qu'à la fin du XVIII^e siècle en Angleterre, en proie aux changements de mœurs et de valeurs provoqués par la révolution industrielle. »¹³¹

Le tourisme des jeunes tire son origine des voyages des jeunes nobles britanniques aspirant à devenir des « gentlemen ». Au début du XVIII^e siècle, ces derniers partent pour des voyages éducatifs appelés « tour »¹³². D'une durée de six à dix-huit mois, le « tour » ne concerne que les jeunes hommes de vingt à vingt-cinq ans. Censé enrichir l'esprit, rectifier le jugement et écarter les préjugés de l'éducation, il permet aux jeunes de la « upper class » d'acquérir les manières et les valeurs nécessaires au statut des hommes de leur classe sociale¹³³. Ainsi, il est important d'acquérir une éducation différente de celle inculquée dans le milieu scolaire et familial. Suscitant l'intérêt, cette pratique est imitée à la fin du XVIII^e siècle par les jeunes européens issus de familles nobles. Au XIX^e siècle, les rentiers donnent une autre dimension à ce voyage : il devient une distraction, un moyen d'occuper le temps. C'est à partir de cette époque qu'apparaît le plaisir dans le voyage¹³⁴, surtout chez les jeunes.

De cette nouvelle recherche de plaisir, naissent les stations. Elles se développent d'abord en Angleterre au début du XVIII^e siècle, avec ce que Marc Boyer propose d'appeler « la Révolution de Bath »¹³⁵. Puis les migrations des nobles britanniques profitent à la France dans le dernier tiers du XVIII^e siècle, avec Nice et Hyères pour premières destinations¹³⁶. Situées en

¹³⁰ P. PERIER et L. GRUEL, *Vacances populaires: images, pratiques et mémoire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2000.

B. REAU, *Les Français et les vacances : sociologie des pratiques et offres de loisirs*, Paris, CNRS, 2011 (Société).
J.-D. URBAIN, *Sur la plage: mœurs et coutumes balnéaires (XIX^e-XX^e siècles)*, Paris, Payot & Rivages, 2007.

¹³¹ J.-D. URBAIN, *Sur la plage: mœurs et coutumes balnéaires (XIX^e-XX^e siècles)*, *opt. cit.*, p. 3.

¹³² C'est ce mot « Tour » qui donne naissance au mot « tourist » : le « tourist » est celui qui se déplace dans le cadre du « tour ».

¹³³ M. BOYER, *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard, 1996 (Découvertes Gallimard Art de vivre 288), p.28.

¹³⁴ M. BOYER, *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard, 1996, pp. 51- 69 (Découvertes Gallimard Art de vivre 288).

¹³⁵ M. BOYER, « L'invention de distinction, moteur du tourisme? », *art. cit.*, p. 46.

¹³⁶ Ibid.

bord de mer ou en montagne, les stations permettent de lutter contre les maladies et l'angoisse grâce à la pratique des bains et des voyages nécessaires pour s'y rendre¹³⁷. De la seconde moitié du XIX^e siècle à l'entre-deux-guerres, la station constitue un nouvel espace social¹³⁸ dans lequel la mer, la plage et le soleil permettent « la quête de soi » et la détente. Cette ambition est rendue possible grâce à l'évolution des pratiques de bain, qui s'inscrivent dans ce que Norbert Elias décrit comme un processus de relâchement contrôlé¹³⁹. Enfin, l'accès à ces stations est régenté par des normes de bienséance, auxquelles doivent se plier les visiteurs pour éviter les tentatives de transgression des frontières sociales¹⁴⁰. Outre les stations balnéaires, sont créées dès la fin du XVIII^e siècle en Suisse les stations montagnardes, permettant la pratique des sports d'hiver. L'activité touristique est donc, jusqu'au XIX^e siècle, un outil de distinction et de socialisation réservé aux élites qui disposent du temps libre et des moyens financiers nécessaires à sa pratique. Comme le souligne Thorstein Veblen dans son étude sur la classe des loisirs, « le tourisme était le terrain d'une « consommation ostentatoire »¹⁴¹ réservée à cette élite.

Les classes populaires approchent le tourisme grâce à la révolution des transports et à l'augmentation de leur temps libre. L'accessibilité aux voyages et à la pratique du tourisme, qui consiste à s'éloigner de son environnement habituel, est impossible sans une révolution des transports, notamment ferroviaire. La Grande-Bretagne crée le premier train avec passagers en 1825. C'est seulement cinq ans plus tard, grâce à la ligne reliant Manchester à Liverpool, que le transport de passagers s'accroît¹⁴². Il donne progressivement aux classes moyennes l'accès à des formes de loisirs réservées auparavant aux classes supérieures¹⁴³. Concernant l'organisation des séjours et les voyages des classes moyennes, le militant Thomas Cook est, à partir de 1840, le précurseur de la création des agences spécialisées dans le domaine¹⁴⁴. En juillet 1841, il réussit l'organisation d'un séjour à Loughborough (via le train) à un moindre coût. Son objectif

¹³⁷ A. RAUCH, *Vacances et pratiques corporelles*, op. cit. p.13.

¹³⁸ A. CORBIN, *Le territoire du vide*, op. cit., pp. 243 – 259.

¹³⁹ N. ELIAS, *La société des individus*, Paris, Fayard, 1991.
N. ELIAS, *La civilisation des moeurs*, Paris, Calmann-Levy, 1994 (Liberté de l'esprit).

¹⁴⁰ S. COUSIN et B. REAU, *Sociologie du tourisme*, op. cit., p.12.

¹⁴¹ T. VEBLÉN et R. ARON, *Théorie de la classe de loisir. Précédé de « Avez-vous lu Veblen » par Raymond Aron.*, op. cit., p.62.

¹⁴² J. SIMMONS, « Railways, Hotels, and Tourism in Great Britain 1839-1914 », *Journal of Contemporary History*, juillet 2016

¹⁴³ R. PORTER, « Les Anglais et les loisirs », dans Corbin A., *L'avènement des loisirs (1850 - 1960)*, Paris, Aubier, 1995, pp. 19- 54.

¹⁴⁴ P. SMITH, *The history of tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel*, London, Routledge/Thoemmes, 1998.

est de permettre la participation d'un plus grand nombre à un gala antialcoolique. Il réitère l'expérience en 1851 pour la visite de l'exposition universelle à Londres, puis continue son développement en proposant des voyages en France et en Italie. Il s'approprie ensuite les transports maritimes pour des croisières¹⁴⁵.

Cook parvient à être l'un des cinq premiers voyagistes européens, notamment grâce à l'organisation de séjours de plusieurs jours à destination des expositions universelles. Elles contribuent, dès le XIX^e siècle, au développement du tourisme en Europe.¹⁴⁶ Thomas Cook considère qu'outre les profits financiers qu'il en retire, l'exposition universelle représente un formidable moment de découverte, d'éducation et de divertissement¹⁴⁷. Ici, la classe moyenne pratique le tourisme dans le but d'apprendre, de découvrir et de se divertir à travers la culture. Pour ce qui est du temps libre des travailleurs français et celui de leur famille (femmes et enfants), plusieurs mesures juridiques sont prises pour l'augmenter et l'intégrer à leur quotidien. Elles sont résumées dans le tableau suivant :

Figure 11 : Chronologie comparative des lois régissant le temps de travail et l'école

	Temps de travail	École
XIX^e siècle	1791 : Décret d'Allarde : pose le principe fondamental de la liberté du travail 1791 : Loi Le Chapelier 1841 : Loi sur le travail des enfants (interdiction d'employer enfants de moins de huit ans, et travail de nuit...) 1868 : Inspecteurs du travail 1874 : Loi sur le travail des enfants (interdiction de travail en usine avant 16 ans et 12 heures maximum) 1893 : Journée de 12 heures reconnue	1833 : Loi Guizot : Liberté de l'enseignement primaire 1850 : Loi Falloux : Liberté de l'enseignement secondaire 1881/1882 : Lois Ferry : gratuité, obligation et laïcité
XX^e siècle	1900 : Alignement durée travail des hommes et celle des enfants et des femmes 1905 : Journée de travail de huit heures pour mineurs 1906 : Repos hebdomadaire	1901 : Loi sur les associations 1904 : Loi interdisant l'enseignement aux congrégations religieuses

¹⁴⁵ S. COUSIN et B. REAU, *Sociologie du tourisme, op. cit.*, p.20.

¹⁴⁶ P. ORY, *Les expositions universelles de Paris: panorama raisonné, avec des aperçus nouveaux et des illustrations par les meilleurs auteurs*, Paris, Editions Ramsay, 1982 (Collection « Les Nostalgies »).

A. du texte PINOT DE VILLECHENON, *Fêtes géantes : les expositions universelles, pour quoi faire ? / Florence Pinot de Villechenon*, 2000, [En ligne]. <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1003730n>>. (Consulté le 30 juin 2020).

¹⁴⁷ J.A. AUERBACH, *The Great Exhibition of 1851: a nation on display*, New Haven, CT, Yale University Press, 1999.

1910/1912 : Code du travail 1919 : Journée de travail de huit heures Principe de négociation collective 21 juin 1936 : Semaine de 40h et congés payés (1 semaine) 1936 : Accords de Matignon (premières conventions collectives du travail) 1946 : Préambule de la Constitution française : droits économiques et sociaux, de grève, syndical...etc... 1956 : 3 ^{ème} semaine de congés payés 16 mai 1969 : 4 ^{ème} semaine de congés payés 16 janvier 1982 : Ordonnance semaine de 39h et 5 ^{ème} semaine de congés payés 1982 : Loi Auroux : obligation de négocier au sein de l'entreprise 1996 : Fin du monopole syndical dans les négociations 11 juin 1996 : « Loi Robien » : réduction du temps de travail 1998 : Loi Aubry sur les 35 heures	
---	--

Sources : B. Réau, Les Français et les vacances : sociologie des pratiques et offres de loisirs, Paris, CNRS, 2011 (Société), pp. 129 – 130 d'après A. Corbin, (dir), l'Avènement des loisirs 1850 – 1960, Paris, Aubier, 1995).

La mesure sociale des congés payés votée en 1936 par le Front Populaire en France constitue une innovation sociale. C'est la première fois dans l'histoire des civilisations humaines que les classes moyennes et populaires bénéficient de deux semaines de temps libre, tout en continuant à percevoir leur salaire. Ainsi, au XX^e siècle, après la Première Guerre mondiale, les premiers textes autorisant les travailleurs à bénéficier de congés payés apparaissent. En 1970, les experts du bureau international du travail (BIT) font adopter la nouvelle convention (n°132) internationale de l'organisation internationale du Travail, par les soixante États et territoires membres. Elle prévoit un minimum de trois semaines de congés payés. Les Français bénéficient, quant à eux, de 5 semaines de congés depuis 1982. En France, la réduction du temps de travail, passant de 40 heures par semaine (au lieu de 48) à 35 heures, est une mesure qui participe à cette augmentation du temps libre. Grâce à la mise en place de ces mesures, les travailleurs disposent d'un temps nouveau dont ils sont maîtres et peuvent s'adonner à des activités de loisirs.

Dans un premier temps, les départs se font rares : « les congés en 1936, c'est d'abord ne pas aller à l'usine, rester chez soi, gérer ce temps nouveau dans le cadre et dans les formes de la sociabilité traditionnelle »¹⁴⁸. Puis, « c'est quinze ans après 36 que les ouvriers commencèrent,

¹⁴⁸ J.-C. RICHEZ et L. STRAUSS, « Généalogie des vacances ouvrières », *Le Mouvement social*, n° 150, 1990, p. 14.

dans leur grande masse, à réaliser que le droit aux congés, c'était aussi le droit au départ en vacances »¹⁴⁹. Or, même si le nombre de départs des personnes issues des classes moyennes et populaires connaît une ascension, l'écart avec les classes supérieures n'est encore pas compensé. Les conditions matérielles mais également l'éducation au départ en sont les causes.¹⁵⁰ Différent du tourisme des classes supérieures, « le tourisme pour les classes populaires, ce sont, dès 36, les excursions journalières à proximité du domicile, puis, bien souvent, la villégiature agrémentée de loisirs et de visites de sites locaux. On parle ainsi de « tourisme domestique », formule ambivalente qui joint un terme renvoyant au mouvement et un autre qui signifie plutôt l'ordre quotidien, sédentaire des choses »¹⁵¹.

Comment se manifeste le tourisme chez les jeunes des classes moyennes et populaires ? Quelles valeurs sociales leur sont transmises à travers leur temps libre et notamment celui des vacances ?

2. Le tourisme des masses, facteur de socialisation

a) *Des œuvres aux mouvements de jeunesse*

La jeunesse devient une cible incontournable de socialisation au temps libre, puis au départ. Les catholiques, les républicains (laïques) et le réseau socialiste se partagent l'encadrement de la jeunesse à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e. Inscrivons la nature et les objectifs de ces institutions dans leur contexte sociopolitique, avant de détailler leur fonctionnement. Aux lendemains de la Révolution française, les ministres du culte s'inquiètent de la désertion des églises et de l'abandon du catéchisme régulier. Favorisée par l'illettrisme et le progrès industriel, l'ignorance religieuse de la jeunesse populaire est importante. Un vicaire anonyme de Paris adresse en 1849 un mémoire à son archevêque, Mgr Sibour : « Les enfants grandissent sans que personne songe à s'occuper de leur âme ; ils grandissent ainsi jusqu'à l'âge de dix ou onze ans. Alors, des parents, qui ne croient à rien, car ils ne savent rien, se souviennent

¹⁴⁹ J.-C. RICHEZ et L. STRAUSS, « Généalogie des vacances ouvrières », *art. cit.*, p. 17.

¹⁵⁰ B. REAU, *Les Français et les vacances*, *op. cit.*, p.125

¹⁵¹ *Ibid.*

cependant que jadis leur enfant fut apporté au saint baptême, et qu'eux-mêmes, il y a bien longtemps, à l'âge qu'il a, furent admis à la sainte table. Ils l'envoient donc au catéchisme. »¹⁵²

L'instruction religieuse de la jeunesse devient donc une priorité pour l'Église mais le rétablissement du culte public ne se fait pas sans difficulté : les clercs formés sous l'Ancien Régime vieillissent, sont de moins en moins nombreux et doivent faire face à l'indifférence d'une partie de la population. Pour contrer cette défaillance, des « pieux laïcs »¹⁵³ réunissent les enfants du voisinage pour la lecture de livres religieux. Ainsi apparaissent peu à peu les premiers regroupements, dont le rôle est essentiel dans la nouvelle évangélisation des campagnes au XIX^e siècle. Outre les classes populaires, l'Église met un point d'orgue à la reconquête de la jeunesse « bourgeoise ». L'influence des idées des Lumières, selon lesquelles Dieu n'intervient pas dans la vie des hommes, marque cette classe sociale, qui déserte les lieux de culte.

Les chrétiens font face à une vague de réticence qui se manifeste chez les élites dans les Universités. Néanmoins, quelques jeunes en provenance des milieux aisés restent fidèles à leurs croyances et se dévouent aux œuvres. À leur initiative se créent les unions chrétiennes de jeunes gens (UCJG), ayant pour objectif d'évangéliser la jeunesse par les jeunes en pratiquant notamment la charité. Inspirées des congrégations jésuites du Collège romain de 1560, dont l'objectif était de former l'élite chrétienne, elles réunissent les jeunes le soir après l'école pour leur inculquer les « habitudes de piété »¹⁵⁴. Pourtant ouvertes à tous, ces nouvelles congrégations sont essentiellement composées d'une jeunesse recrutée dans les milieux du commerce et de la fabrique. Elles attirent ainsi les élites sociales mais éprouvent davantage de difficultés à intégrer les classes populaires. Ainsi se créent à partir de 1820, grâce au prêtre Timon-David, les premiers patronages. Inspirés de l'initiative de l'abbé Jean-Joseph Allemand avec les « muscadins » de Marseille, ce sont des lieux d'éducation populaire où « l'on joue et l'on prie »¹⁵⁵. Citons par exemple l'œuvre des apprentis et les frères de Saint-Vincent-de-Paul (1845). Outre les réunions, elles proposent un accompagnement professionnel et social aux

¹⁵² G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France : XIXe - XXe siècle*, Paris, Éd. du Cerf, 1999, pp. 15-16 (Histoire).

¹⁵³ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France : XIXe - XXe siècle*, Paris, Éd. du Cerf, 1999, p. 19.

¹⁵⁴ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France : XIXe - XXe siècle*, Paris, Éd. du Cerf, 1999, p. 32.

¹⁵⁵ I G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France : XIXe - XXe siècle*, Paris, Éd. du Cerf, 1999, p. 40.

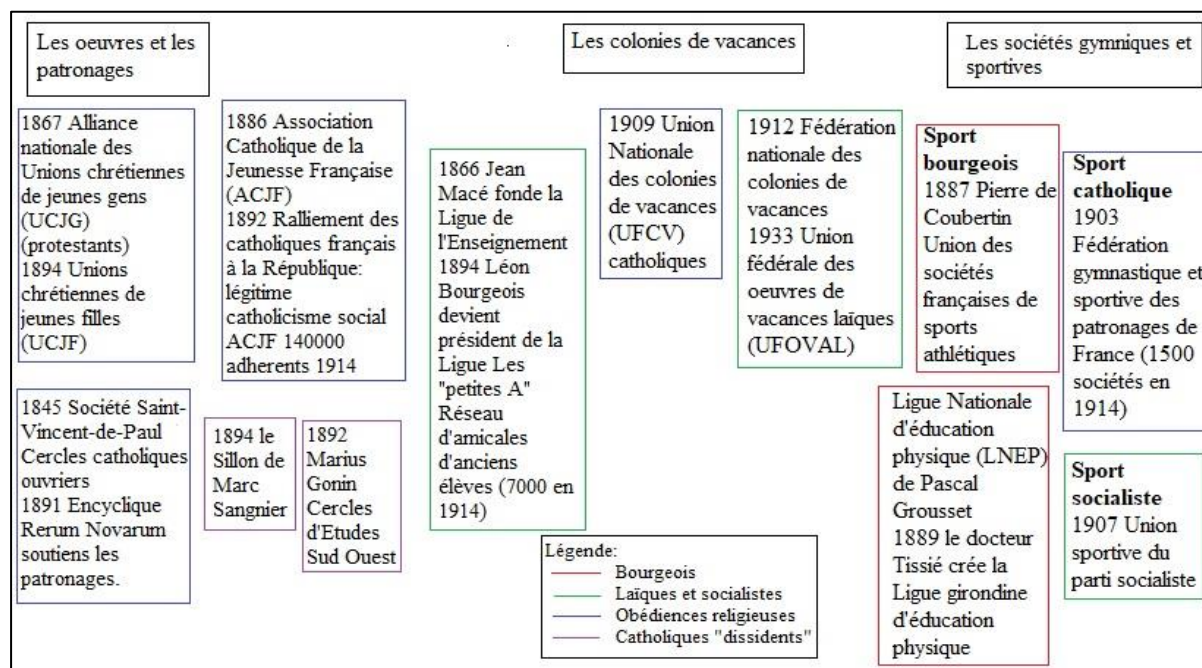
jeunes issus des « classes laborieuses » en les plaçant chez des maîtres qui les logent et les forment à un métier.

La loi Guizot facilite l'entreprise des religieux. En tant que ministre dans le premier gouvernement Soult, le « bourgeois » conservateur François Guizot, épris des Lumières et pieux protestant, instaure cette loi en 1833. Son objectif est de doter chaque commune d'une école pour l'instruction gratuite de tous les enfants : « Toute commune est tenue, soit par elle-même, soit en se réunissant à une ou plusieurs communes voisines, d'entretenir au moins une école primaire élémentaire » (article 11) ; « L'instruction primaire élémentaire comprend nécessairement l'instruction morale et religieuse, la lecture, l'écriture, les éléments de la langue française et du calcul, le système légal des poids et mesures » (article 1)¹⁵⁶. La formation des instituteurs, grâce à la mise en place d'Écoles Normales, entre également en compte. Dix-sept ans plus tard, cette loi s'étend à l'enseignement secondaire, avec la loi Falloux. L'influence confessionnelle est renforcée. Elle se manifeste dès lors dans les collèges et les lycées, atteignant les jeunes jusqu'à leur majorité. En modifiant le contenu des programmes scolaires et en remplaçant les religieux par les laïcs, la loi Ferry de 1882 affaiblit la place des prêtres dans l'enseignement. La loi sur les associations de 1901 contraint les congrégations religieuses à déposer une demande auprès de l'État pour exercer dans la légalité. Celle de 1904 les rend ensuite totalement impuissantes en leur interdisant finalement l'enseignement au sein de l'école. Souhaitant conserver leur place auprès des jeunes, les chrétiens répondent à l'école laïque par l'essor des « patros » qu'ils ouvrent à tous sans établir de distinction religieuse.

Replacer l'origine des patronages dans leur contexte socio-politique permet de comprendre que les catholiques utilisent le besoin d'éducation des jeunes pour l'évangélisation des populations. Les patronages catholiques défendent leur place dans une société qui les oppose à l'idéologie des Lumières. Il importe, pour comprendre les éléments ci-après exposés, de tenir grand compte de l'appartenance idéologique de ces institutions, car derrière chaque entreprise se trouve l'intention de rallier une partie de la population à son courant de pensée. L'objectif n'est pas ici de restituer l'histoire de chacun des courants, c'est pourquoi seul le religieux est présenté. Observons comment ces institutions, chrétiennes ou laïques, fonctionnent et s'affirment dans ce paysage d'organisations de jeunesse de plus en plus complexe.

¹⁵⁶ A. DIGNAT, « 28 juin 1833 - Guizot instaure un enseignement primaire public - Herodote.net », s.d., [En ligne]. <https://www.herodote.net/28_juin_1833-evenement-18330628.php>. (Consulté le 22 février 2021).

Figure 12 : Évolutions des formes d'encadrement de la jeunesse 1890 - 1914



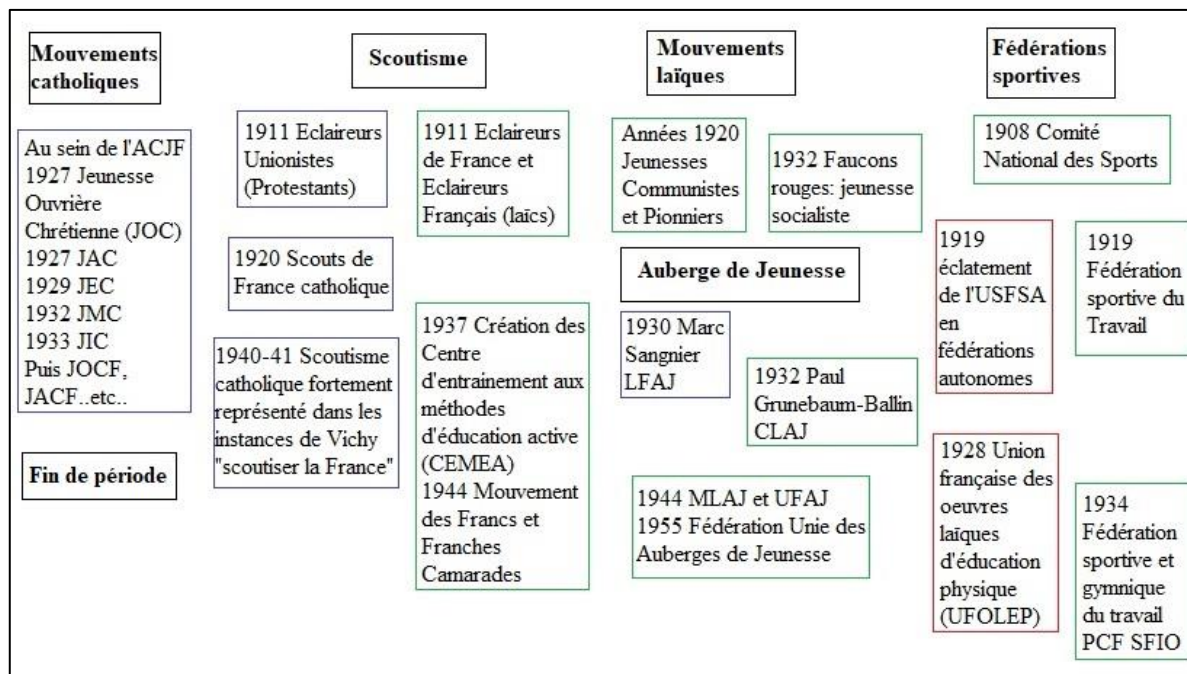
Sources : Ion, J., Augustin, J-P, *Des loisirs et des jeunes*, Éditions Ouvrières, 1993, p. 15-32

Le schéma ci-dessus présente un état des lieux des structures mises en place pour l'encadrement de la jeunesse entre 1890 et 1914, en fonction des clivages idéologico-politiques et des différentes branches d'activités de loisir. Selon Jacques Ion et Jean-Paul Augustin, l'ensemble de ces structures institutionnalise l'encadrement de la jeunesse en trois phases. Elles réussissent d'abord à se faire connaître par des actions de proximité au sein des quartiers, en créant des bibliothèques, des « amicales », et des journaux locaux (paroissiaux, scolaires, d'amicales, socialistes, communistes). Elles se développent ensuite grâce à la mobilisation de jeunes lors de regroupements comme les défilés, les kermesses, meetings ou fêtes de partis. Ces événements renforcent la cohésion de groupe et augmentent l'influence des structures grâce à l'utilisation de techniques de propagande. Enfin, elles instaurent des doctrines en adéquation avec leurs mouvements de pensée et permettent à chaque adhérent de se construire une identité sociale : le croyant pour le catholicisme social, le citoyen avec le rationalisme laïque et le marxisme pour le militant. Ainsi, malgré leurs différences idéologiques, les structures usent des mêmes stratégies pour se développer. Il en est de même dans leur processus de socialisation des jeunes.

Durant l'entre-deux-guerres, plusieurs institutions servant à l'organisation du temps libre des jeunes sont créées : les mouvements de jeunesse. Ce sont « des organisations semi-autonomes, dépendant presque toujours des adultes mais intégrant fortement pour la première fois les

caractéristiques particulières de l'âge juvénile »¹⁵⁷. Représentés ci-dessous, ces mouvements découlent pour la majorité des œuvres figurant dans le premier schéma et maintiennent les clivages idéologiques établis. Ils doivent, néanmoins s'adapter aux nouveaux modes de socialisation mis en place lors de cette période, qui prônent l'autonomisation des jeunes.

Figure 13 : Évolution des formes d'encadrement de la jeunesse entre 1914 et 1936



Sources : Ion, J., Augustin, J-P, *Des loisirs et des jeunes*, Editions Ouvrières, 1993, p.15-32

Rémi Fabre, professeur émérite d'histoire contemporaine, décrit deux périodes d'intégration des jeunes dans les mouvements de jeunesse : « Dans un premier temps, on sépare le jeune du monde adulte, en utilisant ses réactions de rejet, en l'introduisant dans un univers qui semble lui appartenir et dont il pourra rapidement intérioriser les règles. Dans un deuxième temps et de façon progressive, on lui propose sous une forme nouvelle, traduites dans un langage jeune du mouvement, des valeurs du monde adulte qui ne lui paraîtront plus rebutantes, mais, au moins idéalement, enthousiasmantes ; c'est justement le processus de séparation qui permet une meilleure intégration. »¹⁵⁸ Il décèle « dans tous les mouvements non seulement les trois dimensions éducative, militante et conviviale, mais des pratiques et des symboles comparables

¹⁵⁷ J.-P. AUGUSTIN et J. ION, *Des loisirs et des jeunes : cent ans de groupements éducatifs et sportifs*, Paris, Editions ouvrières, 1993, pp. 15- 32 (Collection « Le Social en acte »).

¹⁵⁸ R. FABRE, « Les mouvements de jeunesse dans la France de l'entre-deux-guerres », *Le Mouvement social : bulletin trimestriel de l'Institut français d'histoire sociale*, septembre 1994.

[donnant] naissance [à] un milieu jeune homogène [...] Mais il faut en même temps insister sur les différences, celles qui permettent d'opposer des mouvements d'évasion à des mouvements de transformation, celles aussi qui tiennent aux idéologies revendiquées »¹⁵⁹. Afin de respecter le cadre de l'objet d'étude, l'analyse se concentre sur trois organisations à l'origine du tourisme chez les jeunes : les colonies de vacances, les mouvements scouts et l'ajisme. Si, comme le montre le classement établi par Rémi Fabre, elles correspondent bien aux mouvements d'évasion, il ne faut sans doute pas pour autant les opposer catégoriquement aux mouvements de transformation. Certes, ces organisations permettent aux jeunes de quitter leur environnement habituel pour rejoindre la nature. Cependant, elles visent également leur transformation en leur inculquant de nouvelles valeurs au cours de leur séjour.

b) *Les colonies de vacances à l'origine de l'organisation du temps nouveau des vacances.*

« A partir du début du XX^e siècle, la colonie de vacances devient le prolongement nécessaire de tout grand patronage »¹⁶⁰. Comprenons ici que les colonies de vacances occupent une place nouvelle et singulière dans l'encadrement de la jeunesse. La première est créée en 1875 à Zurich par le pasteur Wilhelm Bion. Son objectif est de suivre l'esprit des militants sociaux du dernier tiers du XIX^e siècle. Il consiste à offrir au plus grand nombre la possibilité de voyager, de pratiquer l'exercice de plein air et d'être en contact avec la nature¹⁶¹. Ainsi, la colonie de vacances est mise en place dans le but de permettre aux enfants de milieux populaires de quitter leurs villes, jugées malsaines, pour se régénérer au contact de la nature. L'idée plaît et se répand en Suisse, puis en France par l'intermédiaire des mouvements protestants. Créée en 1881 par le pasteur Lorriaux de Levallois-Perret, L'Œuvre des Trois semaines constitue la première « colonie » française : « Il implante à son tour la méthode du placement familial, en commençant modestement par trois fillettes. »¹⁶² En 1892, le pasteur Louis Lecompte augmente les effectifs en permettant le placement de cinquante-deux enfants chez des familles paysannes protestantes, sous l'égide de l'œuvre des enfants à la Montagne. Sept ans plus tard, la première

¹⁵⁹ R. FABRE, « Les mouvements de jeunesse dans la France de l'entre-deux-guerres », *Le Mouvement social : bulletin trimestriel de l'Institut français d'histoire sociale*, septembre 1994, p. 21.

¹⁶⁰ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, op. cit., p. 163.

¹⁶¹ J.-P. AUGUSTIN et J. ION, *Des loisirs et des jeunes*, op. cit., p.38

¹⁶² G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, op. cit., p. 163.

« maison de la mer » est ouverte par l'œuvre de la Chaussée-du-Maine et en 1901, vingt-neuf enfants sont envoyés dans le Gard.

Fonctionnant avec des bénévoles, les colonies de vacances subsistent grâce à des collectes de fonds. Accueillant des enfants à la campagne pour une durée allant de trois semaines à un mois, elles s'organisent autour de projets éducatifs mis en œuvre par des prêtres, des pasteurs mais également des laïcs. Favorisé par l'instauration des vacances scolaires, leur succès est tel que durant l'entre-deux-guerres, les municipalités d'orientation politique socialistes ou communistes sont de plus en plus nombreuses à créer leurs propres colonies publiques¹⁶³.

En 1913, environ 110 000 enfants partent en colonie. Conséquence de l'accroissement du nombre d'orphelins et de structures d'accueil disponibles en raison de la Seconde Guerre mondiale, ce nombre ne cesse d'augmenter : en 1921, 130 000 jeunes rejoignent les colonies le temps des vacances ; en 1926, ils sont 170 000 ; 300 000 en 1931 et 420 000 en 1936. Ainsi, les jeunes sont les premiers à bénéficier d'aménagements de structures pour la pratique du tourisme et les départs en vacances.

La loi de 1901 ainsi que la séparation des Églises et de l'État contraignent les œuvres organisatrices de colonies à mutualiser leurs ressources. L'UNCV (Union nationale des colonies de vacances) voit ainsi le jour en 1909. Les deux premiers articles des statuts de cette nouvelle association, figurant dans l'encadré de la page suivante, explicitent sa composition, ses motivations et ses fonctions premières : se réunir pour réduire les frais de fonctionnement et poursuivre leurs actions auprès des jeunes dans le respect de chaque positionnement idéologique. L'union est imitée par les œuvres laïques en 1912 avec la Fédération Nationale des Colonies de Vacances, puis l'Union Fédérale des Œuvres de Vacances Laïques (UFOVAL) en 1933¹⁶⁴. Le professeur en histoire contemporaine Olivier Chovaux confirme l'opinion émise sur les intentions sous-jacentes des institutions encadrant la jeunesse : « Il serait naïf d'imaginer que la Ligue de l'enseignement ou les œuvres catholiques n'aient pas utilisé les premières colonies de vacances comme vecteurs de leurs idéaux, tant à destination des parents que de leur progéniture. Mais les textes disponibles indiquent que les priorités sanitaires l'emportent. »¹⁶⁵

¹⁶³ L.L. DOWNS, *Histoire des colonies de vacances*, Paris, Perrin, 2009.

¹⁶⁴ J.-P. AUGUSTIN et J. ION, *Des loisirs et des jeunes*, op. cit., p.29

¹⁶⁵ O. CHOVAUX, *Des colonies de vacances à l'économie sociale : histoire de l'UFCV ; (1907 - 2007)*, Marly-le-Roi, Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire, 2008, p. 21 (Publication de l'INJEP 92).

Le travail comparatif de Jean Houssaye¹⁶⁶ permet d'observer l'évolution des objectifs éducatifs des colonies. À l'origine mises en place pour des raisons sanitaires, elles finissent par compléter l'enseignement scolaire pour les instituteurs et les patronages des œuvres religieuses. Les emplois du temps de 1905 permettent aux jeunes de profiter de la nature et du temps des vacances en réalisant quelques activités manuelles. Ceux de 1931 sont plus « millimétrés » et valorisent les activités corporelles, la socialisation constituant leur principal fer de lance. À partir des années 1950, l'individu est mis en avant par la « psychopédagogie » appliquée par les CEMEA, laquelle prête attention au rythme personnel de chaque enfant et n'impose plus celui du groupe. En l'espace de vingt ans, les colonies de vacances proposent une socialisation

¹⁶⁶ J. HOUSSAYE, « Il est revenu, le temps des colos », *Les vacances, un rêve, un produit, un miroir*, n° 111, janvier 1990, pp. 130- 137.

collective dans laquelle chaque jeune s'intègre en suivant des règles et des horaires communs, ce qui lui permet d'évoluer vers une intégration dans laquelle l'individu s'affirme.

A partir de la fin du XIX^e siècle, l'idée que cette catégorie sociale doit disposer de ses propres structures est prépondérante. Ainsi, les « collectives » ou « caravanes » dans les clubs alpins initient les jeunes à la randonnée pédestre et les familiarisent avec leur environnement en organisant des excursions¹⁶⁷. Dans cet esprit, naissent les premiers campings. Au tournant du

Article 1 : Il est fondé une « Union des colonies de vacances et œuvres de la région parisienne » entre les œuvres de la région de Paris, qui poursuivent l'amélioration physique des enfants, des jeunes gens et des jeunes filles, et principalement les anémiques, chétifs et lymphatiques, par la cure d'air à la mer, à la campagne ou à la montagne. Par « région parisienne », l'Union comprend la région française située au nord d'une ligne allant de Nantes à Besançon, ligne dont la limite est exactement marquée par le 47^e degré de latitude Nord.

Article 2 : « L'Union a pour unique but la poursuite des avantages matériels communs à toutes les œuvres et en particulier les transports, les installations de colonies de vacances pouvant être utilisées par plusieurs œuvres. L'Union centralise tous les documents concernant les colonies de vacances et œuvres de grand air, françaises ou étrangères. En toute circonstances, l'Union prêtera son appui moral aux œuvres unies et suscitera partout où elle le pourra la création de nouvelles colonies au grand air. L'Union offre son concours sans l'imposer et n'intervient en rien dans le fonctionnement des œuvres adhérentes qui conservent leur entière autonomie. Elle s'interdit toute immixtion dans les questions politiques et religieuses. Elle a une durée illimitée et a son siège à Paris, au domicile du secrétaire général [...] »

Source : Olivier Chovaux d'après les archives de l'UNCV

XX^e siècle, il s'agit du moyen qui permet d'effectuer des départs en nature en Angleterre, notamment grâce à la création du Camping-Club de Grande-Bretagne (1901)¹⁶⁸. La « théorie

¹⁶⁷ M. BOYER, *L'invention du tourisme, op. cit.*, p. 110 – 113.

¹⁶⁸ *Ibid.*

du camp », importée par les anglo-saxons et appliquée en France par le camp de Domino de l'île d'Oléron en 1910, permet aux jeunes¹⁶⁹, encadrés par des pairs à peine plus âgés, de s'approprier librement les normes sociales du monde adulte de manière auto-disciplinée¹⁷⁰. Cette théorie rompt avec l'encadrement « militaire » des colonies et s'applique au sein du scoutisme, mais de manière plus stricte pour les jeunes des classes populaires que pour ceux issus des classes supérieures.

Les méthodes du scoutisme présentées ci-après prolongent les expériences des camps de vacances en introduisant un système de discipline fondé sur une hiérarchie et des règles strictes chez les classes populaires¹⁷¹. En revanche, pour les jeunes bourgeois, pour qui le relâchement est autorisé, les camps de scouts sont l'occasion de mettre à l'épreuve la solidité des normes enseignées pour une meilleure appropriation¹⁷². Ainsi, le principe d'autogestion et le relâchement des contraintes sont autorisés aux jeunes issus des classes supérieures car leur éducation familiale suppose qu'ils sont habitués dès le plus jeune âge à intérioriser les règles de comportements attendues.

c) *Le scoutisme et l'Ajisme, nouvelles formes d'encadrement.*

Le scoutisme et l'ajisme s'affirment en France grâce au patronage de Marc Sangnier, le Sillon. Il incarne, après 1898, le catholicisme social dans sa « version démocratique »¹⁷³, différente de la « version hiérarchique » proposée par exemple par l'ACJF (Association Chrétienne des Jeunes Français). Professeur d'histoire contemporaine, Gérard Cholvy qualifie le Sillon de démocratique car il réunit l'ensemble de ses militants sans distinction sociale, alors que les réunions des membres des patronages de type « hiérarchique » s'organisent dans « l'entre soi ». Cette organisation s'inscrit dans ces fondements, le Sillon étant « l'organisation sociale qui tend à porter au maximum la conscience et la responsabilité civique de chacun »¹⁷⁴. Deux préoccupations majeures composent son plan d'action : « la réconciliation de l'Église et de la

¹⁶⁹ Majoritairement issus des milieux « bourgeois »

¹⁷⁰ R. FABRE, « Les mouvements de jeunesse dans la France de l'entre-deux-guerres », *art. cit.*, p.30.

¹⁷¹ A. BAUBEROT, « La nature éducatrice. La pédagogie du camp dans les mouvements de jeunesse protestants », *Ethnologie française*, vol. 88, n° 4, 2001, pp. 621- 629.

¹⁷² G. HOIBIAN, *Le patronage Saint-Pierre-Saint-Paul d'Ivry-sur-Seine et l'Oeuvre de la jeunesse de Charenton (1918-1939) : étude comparative de deux organisations de jeunesse catholique de la banlieue parisienne*, Mémoire de maîtrise en Histoire, Paris, Université de Paris 1, Centre de recherche d'histoire des mouvements sociaux et du syndicalisme, 1995.

¹⁷³ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, *op. cit.*, p. 126.

¹⁷⁴ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, *op. cit.*, p. 127.

République [...] et la réconciliation de l'Église et du monde ouvrier [...] »¹⁷⁵. Ainsi, ouvriers, employés, étudiants se côtoient et mutualisent leurs compétences pour servir l'éducation populaire, en réfléchissant au cours de cercles d'études. Le Sillon, grâce à Marc Sangnier, attire des militants protestants, socialistes et libres penseurs qui animent « des instituts populaires qui sont un peu l'équivalent de ce que l'initiative laïque réalisait avec les université populaire »¹⁷⁶. Le « patro », se rapprochant de plus en plus de la politique, crée le débat au sein des institutions catholiques et c'est en 1910 que le Pape Pie X oblige les Sillonistes à choisir entre politique et religion. Marc Sangnier choisit la première option et l'assume par l'édition du journal *La Démocratie* et la création du parti de la Jeune République en 1912. Il devient un homme politique à part entière en 1919 lors de son élection en tant que député mais continue à s'engager dans l'éducation populaire en créant les Volontaires de la paix. Le congrès qu'il organise en 1926, dans son domaine de Bierville, réunit six-mille jeunes de trente-trois nationalités et lui permet de rencontrer les Allemands, qui lui inspirent l'ouverture d'une auberge de jeunesse en 1932. Pour ce qui concerne le scoutisme, sa première troupe est fondée à l'initiative du catholique Georges Bertie. Instituteur influencé par les idées du Sillon, il édite la revue *Éducation* en 1909, publication à travers laquelle il critique l'éducation traditionnelle. Souhaitant aller au bout de son entreprise, il fonde une troupe d'éclaireurs et fait de son école le premier laboratoire du scoutisme en France. Le mouvement s'étend grâce à deux anciens sillonistes, l'abbé Caillet et Grengeneuve, figures du scoutisme catholique en milieu populaire¹⁷⁷. Revenons aux origines internationales de ces deux mouvements puis observons leur fonctionnement.

Le scoutisme est un mouvement créé au début du XX^e siècle par Lord Baden-Powell dans le but d'initier les jeunes à la « débrouillardise ». Portant un uniforme et vivant en camps, ils sont organisés en patrouilles et chantent le soir autour du feu. Inquiet des dégâts physiques et moraux (mauvaise santé, alcoolisme, tuberculose, etc.) causés, selon lui, par l'industrialisation dans son pays, l'ancien militaire propose une méthode d'éducation des jeunes¹⁷⁸ fondée sur le jeu, le plein air, le système des patrouilles et celui des « badges »¹⁷⁹. Arrivé en France en 1911, le

¹⁷⁵ *Ibid.*

¹⁷⁶ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, op. cit., p. 129.

¹⁷⁷ G. CHOLVY, *Histoire des organisations et mouvements chrétiens de jeunesse en France*, op. cit., p. 133.

¹⁷⁸ Cette méthode s'inscrit dans la lignée des théoriciens de l'éducation « nouvelle » du XIX^e et du début du XX^e siècle, comme Maria Montessori, à laquelle Baden-Powell se réfère explicitement.

¹⁷⁹ J.-P. AUGUSTIN et J. ION, *Des loisirs et des jeunes*, op. cit., p. 38.

mouvement se scinde en trois entités : les Éclaireurs de France, les Éclaireurs Français (laïques) et les Éclaireurs Unionistes (protestants et initiés par le mouvement des YMCA - UCJG).

Les catholiques refusent de rejoindre les mouvements scouts en raison de l'appartenance religieuse de leur créateur Baden-Powell, d'obédience protestante. Ils finissent néanmoins par créer les Scouts de France Catholiques en 1920. Un an plus tard, une association scout féminine est créée : la Fédération Française des Éclaireuses (FFE). Elle a la particularité d'être la seule organisation appelée à fonder un mouvement regroupant différentes confessions selon le modèle anglo-saxon. Lorsqu'elle s'auto-dissout, en 1964, les différentes sections rejoignent leurs équivalents masculins. Tous mouvements confondus, qu'ils soient féminins ou masculins, le succès du scoutisme prend de l'importance en France. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, il compte 150 000 membres et atteint les 250 000 en 1960¹⁸⁰. Le mouvement catholique, quant à lui, compte 72 000 adhérents en 1939 puis plus de 130 000 en 1964¹⁸¹.

L'Ajisme (ou *Wandervogel* en allemand), qui tient son nom des initiales des Auberges de Jeunesse, fait suite au scoutisme. L'objectif de ce mouvement est de faire voyager la jeunesse des écoles à travers le pays, de préférence accompagnée par ses maîtres, professeurs ou instituteurs. Il s'agit de favoriser l'éducation par l'apprentissage du terrain. Le mouvement ajiste, né courant 1900 à Berlin, est dans un premier temps composé d'étudiants et de lycéens. Il se répand ensuite auprès de l'ensemble des catégories sociales. Les jeunes citadins se sentant étouffés par la ville recherchent la nature, les balades, la simplicité et le retour aux valeurs d'antan. Pour ce faire, ils organisent des excursions pédestres à la campagne, pendant les week-ends et logent chez les paysans.

Avec le développement de la pratique, l'ajisme est confronté à un problème d'envergure : les paysans n'ont pas suffisamment de place pour accueillir tous les ajistes et il n'est pas envisageable de laisser dormir les enfants dans la nature. Pour faire face à ce problème, l'instituteur Allemand Richard Shirrmann, décide, en 1907, d'installer des couchettes en paille pour accueillir les élèves dans sa classe pendant les vacances d'été. Imité par d'autres instituteurs, il emmène, par la suite, ses élèves en excursion sur plusieurs jours sans difficulté¹⁸².

¹⁸⁰ SCOUTOPEDIA, L'ENCYCLOPÉDIE SCOUTE, « Effectif du scoutisme en France », s.d., [En ligne]. <https://fr.scoutwiki.org/Effectif_du_scoutisme_en_France#cite_note-Document_1973-33>. (Consulté le 30 juin 2020).

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² G. FOUQUET, *Les Auberges de la jeunesse : Histoire, technique, doctrine*, s.l., Les éditions J.Susse, 1944.

Dès 1910 apparaissent les auberges de jeunesse. Initié par Richard Shirmann, le projet vise à doter l'Allemagne de locaux réservés aux jeunes, locaux distants chacun l'un de l'autre d'une journée de marche (environ 28 km)¹⁸³.

La première véritable auberge est un vieux château fort habité par l'instituteur. Ses appels à contribution via la presse lui permettent ensuite d'obtenir des dons substantiels pour la construction de deux auberges de jeunesse supplémentaires. En 1911, l'Allemagne totalise 17 auberges avec 3 000 nuits d'hébergement et en 1914, 200 auberges avec 21 000 nuits d'hébergement¹⁸⁴. Enfin, le mouvement croît considérablement après la Première Guerre mondiale, période pendant laquelle se rencontrer et apprendre des autres cultures pour éviter que l'histoire ne se reproduise sont des priorités. Ainsi, les auberges reçoivent des milliers d'enfants provenant des écoles, voyageant individuellement ou étant accompagnés par leurs professeurs. Des jeunes plus âgés, héritiers de la tradition ajiste, font également partie de leurs clientèles.

En 1920, influencés par l'exemple allemand, de nombreux autres pays ouvrent leurs premières auberges de jeunesse. En France, le mouvement est initié en 1929 par Marc Sangnier. Après l'ouverture de la première auberge en Seine-et-Oise, dans son domaine, il fonde la Ligue Française pour les Auberges de Jeunesse (LFAJ) en 1930. Face au succès des auberges catholiques de Sangnier, les laïques créent leur propre association en 1933 : le Centre Laïque des Auberges de la Jeunesse (CLAJ). Après les lois de 1936 sur les congés payés, les auberges de jeunesse prennent de l'ampleur et en 1939, la France compte 900 installations pour 40 000 adhérents¹⁸⁵.

Le scoutisme et l'Ajisme ont leur importance dans le développement du tourisme des jeunes en France. Ils permettent à leurs adhérents de quitter leur environnement habituel pendant plusieurs jours, afin de se rendre dans un endroit naturel pour y parfaire leur éducation extra-scolaire. L'analyse du marché du tourisme des jeunes nous permet de constater comment les auberges de jeunesse s'adaptent pour répondre à la demande juvénile actuelle. De plus, des structures se développent sur le principe du scoutisme et des colonies de vacances.

¹⁸³ G. FOUQUET, *Les Auberges de la jeunesse : Histoire, technique, doctrine*, s.l., Les éditions J.Susse, 1944.

¹⁸⁴ G. FOUQUET, *Les Auberges de la jeunesse : Histoire, technique, doctrine*, op. cit.

¹⁸⁵ L. HELLER-GOLDENBERG, *Histoire des Auberges de Jeunesse en France - Des origines à la Libération (1929-1945)*, Thèse de doctorat d'Etat, Nice, Université de Nice, 1985.

3. L'éducation au tourisme de nos jours

L'historique précédent démontre l'important rôle de l'État et des mouvements de jeunesse dans la socialisation des jeunes à travers le tourisme. Il met en lumière un tourisme à deux échelles : celui des classes supérieures, pour lesquelles la pratique est ancrée dans les mœurs depuis deux siècles, et celui des classes moyennes et populaires, qui commencent à se familiariser avec l'activité depuis une soixantaine d'années. Dans chacun des cas, l'intérêt éducatif est essentiel lorsqu'il est associé à la problématique juvénile. Néanmoins, remarquons que cet apprentissage se réalise au sein des familles favorisées et de leurs réseaux, alors que pour les jeunes issus des autres classes, il se développe essentiellement grâce à la mise en place de mesures sociales et l'intervention de l'État.

Cette socialisation à deux échelles, avec ou sans prise de conscience, est-elle toujours d'actualité ? Pour répondre à cette interrogation, mettons en parallèle deux analyses. La première est celle réalisée par Bertrand Réau sur les voyages de la jeunesse « favorisée »¹⁸⁶. Il présente les rôles que jouent les voyages dans la formation des jeunes issus des milieux favorisés et rejoint les travaux de la Professeure en sociologie Anne-Catherine Wagner. Cette dernière démontre que les élites contemporaines transmettent à travers le voyage des connaissances socialement discriminantes à leurs enfants¹⁸⁷ et les préparent « aux positions de pouvoir »¹⁸⁸. Face à ce constat, il s'interroge sur le fait qu'avec de moindres moyens, les membres des classes sociales supérieures, n'appartenant pas à l'élite qu'Anne-Catherine Wagner étudie, reprennent et adaptent les principes élitistes d'une socialisation par le voyage pour leurs enfants.

Sa réflexion, alimentée par les données de la thèse de Magali Ballatore¹⁸⁹ et celles de sa propre thèse¹⁹⁰, porte sur l'analyse des stratégies éducatives mises en œuvre dans le cadre du programme Erasmus ainsi que sur l'étude des différentes formules de vacances des jeunes issus

¹⁸⁶ B. REAU, « Voyages et jeunesse "favorisée". Usages éducatifs de la mobilité », *Agora débats/jeunesses*, vol. 53, n° 3, 2009, pp. 73- 84.

¹⁸⁷ Par exemple, un apprentissage extrascolaire des langues, « une ouverture sur les autres cultures et une propension à la mobilité »

¹⁸⁸ A.C. WAGNER, « La place du voyage dans la formation des élites », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 170, n° 5, 2007, pp. 58- 65.

¹⁸⁹ M. BALLATORE, *L'expérience de mobilité des étudiants ERASMUS : les usages inégalitaires d'un programme d' "échange". Une comparaison Angleterre/ France/ Italie*, Thèse de doctorat en sociologie, Université Aix-Marseille-I et Université degli studi di Torino (Italie), décembre 2007.

¹⁹⁰ B. REAU, *Clubs de vacances et usages sociaux du temps libre : une histoire sociale du Club Méditerranée*, Thèse de doctorat en Sociologie, Paris, EHESS, 1 janvier 2005.

des milieux favorisés. Le programme Erasmus (European Community Action Schema for the Mobility of University Students) a été créé en 1987 dans le but de favoriser le développement de la mobilité étudiante au sein de l'Europe. Or, il ne représente que 10% des mobilités étudiantes intra-européennes. Cela signifie que 90% des départs se réalisent dans d'autres cadres. Magali Ballatore compare les profils des étudiants en mobilité à ceux qui réalisent l'ensemble de leur scolarité dans leur université d'origine. Elle remarque deux critères essentiels de distinction : les niveaux de revenus des parents et le niveau d'études élevé du père¹⁹¹. Plus de la moitié (62%) des étudiants Erasmus de l'Université de Provence en 2004-2005 ont un père exerçant l'une des « professions intermédiaires et supérieures », 75% en sciences sociales et 56% en langues. Ces derniers chiffres montrent que l'apprentissage d'une langue étrangère constitue un objectif de séjour moins important que les effets de socialisation attendus, ce que l'étude du déroulement de l'expérience des étudiants confirme. Restant en groupes d'étudiants Erasmus pour se rassurer, ils découvrent ensemble l'expérience d'un mode de vie différent dans un pays étranger et étendent leur réseau social à l'international. Il en est de même pour le développement de leurs compétences à la mobilité.

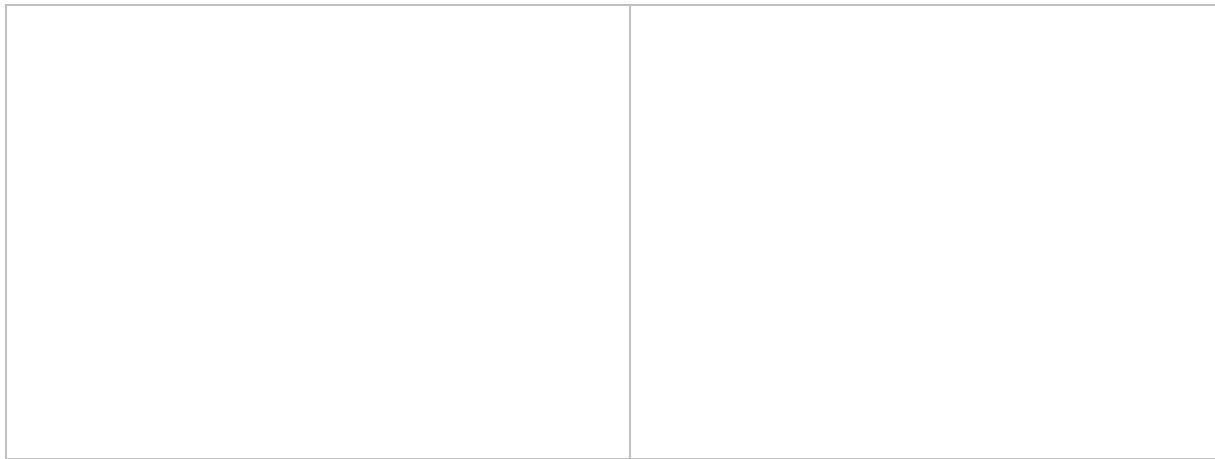
Le tableau suivant reprend les éléments de différenciation entre les étudiants Erasmus et les étudiants « sédentaires » établis par Magali Ballatore¹⁹².

Figure 14 : Éléments de différenciation entre les étudiants Erasmus et ceux qui sont « sédentaires »

Étudiants Erasmus	Étudiants « sédentaires »
<ul style="list-style-type: none"> - Père de « professions intermédiaire ou supérieure » et ayant un niveau d'études élevé - Stratégie scolaires distinctives par l'apprentissage des langues anciennes - Multiplication des séjours linguistiques - Possèdent un emploi en adéquation avec leurs études lorsqu'ils travaillent, pour gagner de l'« argent de poche » et se constituer un CV - Multiplient et diversifient les formules de voyage : « compétence migratoire ». 	<ul style="list-style-type: none"> - Surreprésentation d'étudiants ayant des parents ouvriers ou artisans - N'ont en majorité jamais voyagé - Travaillent pour financer leurs études, pas nécessairement dans des emplois en adéquation avec leurs études - Attendent souvent la fin de l'année universitaire pour partir en dehors de leur environnement habituel

¹⁹¹ M. BALLATORE, *L'expérience de mobilité des étudiants ERASMUS : les usages inégalitaires d'un programme d'"échange"*. Une comparaison Angleterre/ France/ Italie, op. cit., p.114.

¹⁹² *Ibid.*



Enfin, Bertrand Réau¹⁹³ illustre par trois parcours de jeunes vacanciers issus de classes favorisées comment les catégories sociales supérieures se distinguent des autres, par la qualité et la diversité de leurs consommations touristiques. Par la multiplication et la segmentation de leurs types de vacances¹⁹⁴, souvent organisées à l'étranger ou dans une résidence secondaire, les jeunes des classes supérieures bénéficient d'une « culture libre » acquise en dehors du système scolaire. Ainsi, il apparaît que pour développer les éléments de cette « culture libre » chez leurs enfants, les parents issus des classes sociales supérieures les initient très tôt à une diversité d'usages du temps libre. Le voyage sous toutes ses formes occupe une place centrale dans ce processus.

La deuxième étude est celle de Luc Greffier, docteur en Aménagement et Géographie, et d'Elodie Brisset, chargée d'études et de recherches pour le dispositif « Vacances ouvertes »¹⁹⁵. En s'appuyant sur l'analyse du dispositif « *Sac à dos* », elle explique comment les projets de départs en vacances autonomes élaborés par les jeunes âgés de 16 à 25 ans s'inscrivent dans un processus d'émancipation et de construction de soi. Ce dispositif mis en place et développé par la Région Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de sa politique sociale du tourisme a permis le départ de plus de 5 000 jeunes âgés de 16 à 25 ans. En référence aux approches conceptuelles et méthodologiques issues des théories de la structuration sociale et de l'individualisme

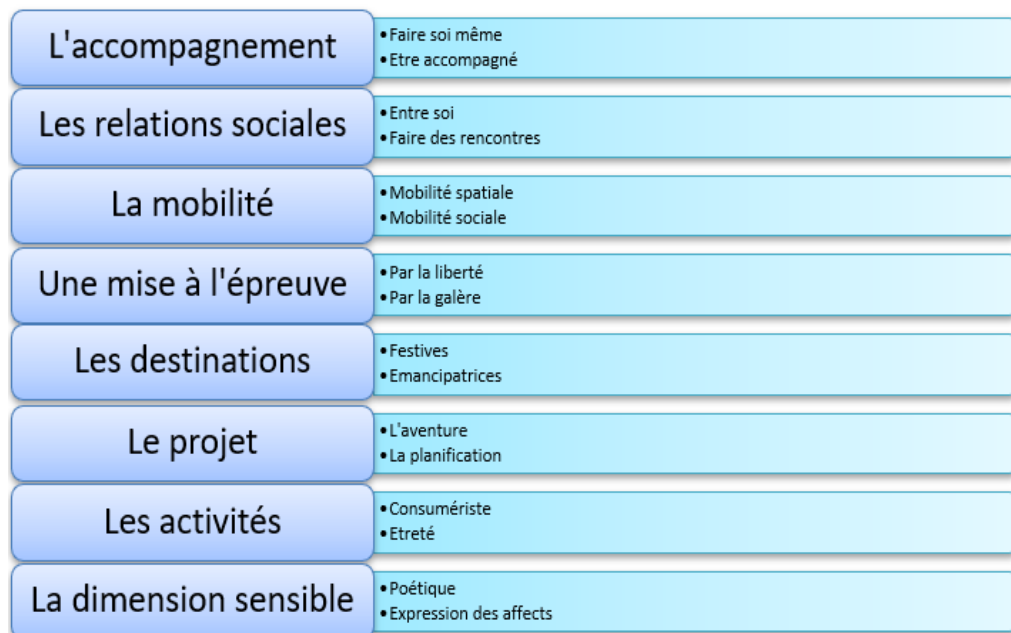
¹⁹³ B. REAU, « Voyages et jeunesse “favorisée” », *art. cit.*, pp. 73 – 84

¹⁹⁴ Culturelles, de loisir et de sociabilité, familiales

¹⁹⁵ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent : Sac Ados, une accession à l'autonomie*, Bordeaux, Carrières sociales éditions, 2018 (100 000 environ).

méthodologique fondé sur le postulat de compréhension et de rationalité des acteurs¹⁹⁶, l'équipe de recherche a fait le choix d'analyser les récits de voyages des jeunes partis en 2015. Soit un total de 91 récits de voyages postés par les jeunes sur la page Facebook dédiée par le Conseil Régional, complété par 15 entretiens avec des jeunes volontaires mobilisés par les partenaires du dispositif. Huit thèmes sont identifiés lorsque les jeunes décrivent leurs pratiques vacancières :

Figure 15 : Synthèse des analyses lexicales et linguistiques des récits de voyages des jeunes « Sac Ados »¹⁹⁷



Cet éventail démontre que les jeunes ne considèrent pas les vacances uniquement comme un moment de relaxation, de détente mais les intègrent pleinement dans leur processus de construction identitaire. L'on s'éloigne donc ici de la « vacance des vacances » d'Edgar Morin¹⁹⁸. « Le voyage m'apparaît comme porteur de nombreux enseignements »¹⁹⁹ : cette phrase, tirée du récit d'un voyage artistique en France, illustre parfaitement la dimension éducative des vacances. La figure 2 permet également de prendre conscience de « la complexité et de la richesse de l'expression juvénile de pensées vacancières »²⁰⁰.

¹⁹⁶ R. BOUDON, « Théorie du choix rationnel ou individualisme méthodologique ? », *Revue du MAUSS*, vol. 24, n° 2, 2004, pp. 281- 309.

¹⁹⁷ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent*, op. cit., p. 82.

¹⁹⁸ E. MORIN, *Névrose*, Paris, Grasset, 1975 (L'esprit du temps).

¹⁹⁹ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent*, op. cit., p. 81.

²⁰⁰ *Ibid.*

Outre la parole des jeunes, l'étude s'attache à analyser l'importance des structures dans l'accompagnement du parcours du jeune lors de l'organisation de son séjour. En effet, les éducateurs aident les jeunes dans la construction de leur projet, à savoir la définition du thème du séjour, le choix du lieu, le calcul du budget et la réservation des prestataires. Ils font le lien entre les jeunes et les parents qui, parfois, peuvent être réticents à l'idée de laisser partir leurs enfants pour la première fois en toute autonomie. Ainsi, l'appui pédagogique mais également financier sont deux points essentiels à la réussite du dispositif. L'objectif de ce dernier, n'est pas « d'essentialiser les temps vacanciers en leur attribuant des valeurs éducatives « en soi », mais de considérer qu'ils ouvrent des perspectives d'émancipation à ceux qui parviennent à s'en saisir. À ce titre, on peut considérer que le « Sac Ados » est un dispositif d'accompagnement des jeunes vers leur vie d'adulte »²⁰¹. Il inscrit les jeunes dans une démarche qui leur permet de gagner en autonomie et offre aux exclus de la pratique du tourisme la possibilité de la découvrir. Forts de cette première expérience, ils sont plus confiants et disposent des outils leur permettant de réitérer l'expérience.

Ces deux exemples mettent en exergue des disparités entre les classes sociales dans la pratique des vacances. La première raison découle de considérations économiques. Par ailleurs, la culture du voyage, contrairement aux classes supérieures, n'est pas prégnante au sein des classes populaires. S'intéresser à l'analyse des stratégies de socialisation des classes supérieures à travers les vacances et le tourisme permet de comprendre comment, grâce aux voyages, les jeunes enrichissent leur réseau social à l'international, gagnent en autonomie et développent leur culture de la mobilité. Ces éléments constituent autant d'atouts majeurs dans la conjoncture internationale actuelle, dans laquelle la mobilité et les expériences à l'étranger sont valorisées dans les parcours lors de la recherche d'emploi. C'est pourquoi il est essentiel que les jeunes issus des classes populaires se familiarisent avec cette culture de la mobilité et soient accompagnés dans leurs parcours par des structures et des dispositifs spécialisés. Les vacances, en tant qu'instrument pédagogique, participent à la construction sociale de l'individu. Outil éducatif, social et économique, les vacances des enfants et des jeunes représentent par conséquent un objet culturel prioritaire.

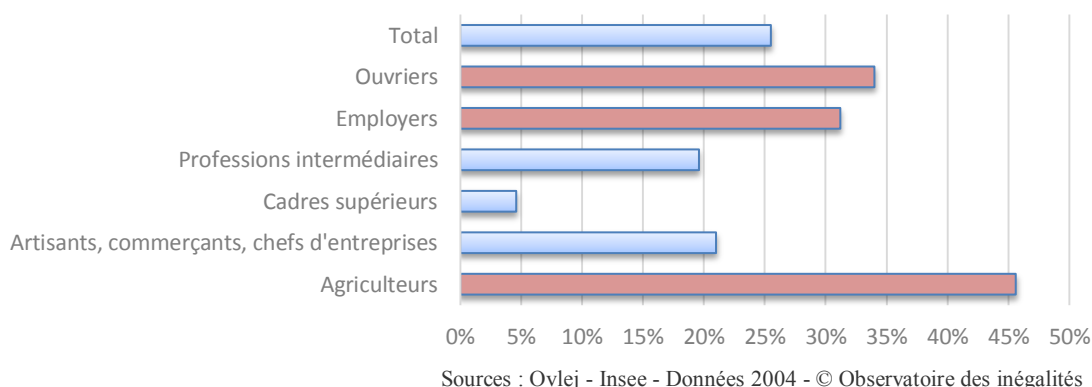
²⁰¹ L. GREFFIER et E. BRISSET, *Quand les jeunes voyagent*, op. cit., p. 112.

4. Vacances et inégalités

L'approche historique permet d'observer de quelle manière les élites du XVIII^e siècle utilisaient le tourisme en tant que support de socialisation et moyen de distinction. Elle permet également de vérifier l'importance des mouvements de jeunesse associatifs dans l'éducation des adolescents en France. Ils constituent de véritables acteurs dans la socialisation des jeunes des classes populaires et leur permettent d'apprendre à gérer leur temps libre ainsi que celui de leurs vacances de façon constructive. Enfin, ils facilitent l'acquisition des outils nécessaires aux déplacements des jeunes en dehors de leur environnement habituel et sans leurs familles.

Malgré les mesures mises en place pour démocratiser l'accès au temps libre et aux vacances, il subsiste des écarts entre les membres des classes sociales supérieures et ceux des classes plus modestes, au regard des départs en vacances et de la pratique d'activités touristiques. Chez les jeunes de 5 à 19 ans, le taux de non-départ en vacances est particulièrement élevé chez les enfants d'agriculteurs, d'employés et d'ouvriers alors qu'il est minime chez les enfants de cadres supérieurs²⁰².

Figure 16 : Taux des non-départs des enfants de 5 à 19 ans en 2004



Cette situation de non-départs constitue un problème dans un contexte où le départ en vacances est considéré comme une norme sociale. Cela peut, par conséquent, être perçu comme un facteur de disqualification sociale. Aussi, les jeunes qui ne partent pas en vacances sont privés de toute immersion culturelle leur permettant de devenir des vacanciers adultes et parents de demain. Ces enjeux sociaux et éducatifs sont perçus par les acteurs publics, qui développent des dispositifs d'aide au départ en vacances sous l'égide des principes du tourisme social.

²⁰² « Les enfants inégaux face aux vacances », *Observatoire des inégalités*, 2004.

En parallèle, il existe un marché de jeunes touristes qui voyagent chaque année de façon autonome ou en groupe. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, il s'agit de l'un des secteurs qui connaît la croissance la plus rapide dans le tourisme mondial. Par exemple, en 2018, il a représenté 23% des voyages internationaux, avec 304 millions de jeunes voyageant à travers le monde, générant un total de 308 milliards de dollars en recettes touristiques et dépensant en moyenne 2 867 euros pendant leur séjour²⁰³. Logiquement, le tourisme des jeunes est un sujet qui intéresse aujourd'hui de nombreuses entreprises. Néanmoins, l'offre française a pour particularité de s'être développée pendant une cinquantaine d'années dans le cadre associatif, dans un objectif d'éducation populaire.

D. Les jeunes touristes, un segment de marché en étude

La documentation sur la définition générale du tourisme des jeunes montre que les critères de distinction présentés se répartissent en cinq groupes : l'âge et la situation professionnelle, l'objet du voyage ou du séjour, les enjeux et spécificités du tourisme des jeunes ainsi que les cadres dans lequel il se déroule. Ces thématiques permettent d'élaborer la définition la plus complète possible de ce que représente aujourd'hui le marché du tourisme des jeunes, tant au niveau national que sur le plan international.

1. Une clientèle aux multiples enjeux...

Le tourisme des jeunes présente des spécificités et implique de multiples enjeux reconnus par les professionnels du secteur, pour qui les jeunes touristes constituent une clientèle diversifiée. Envisageons dès à présent ces différents enjeux.

a) Un marché aux enjeux sociétaux...

Le tourisme des jeunes constitue un enjeu sociétal majeur, comme le montre l'analyse de l'aspect éducatif du tourisme chez les jeunes. En 2005, Laurence Dermenonville, conseillère technique chargée du tourisme au Ministère français de l'artisanat, du commerce et du tourisme, explique que « les jeunes touristes d'aujourd'hui sont les touristes de demain »²⁰⁴. Il est donc important pour les acteurs et institutions interrogés que les jeunes soient accompagnés dans leur

²⁰³ « Facts and Stats », *op. cit.* p.1

²⁰⁴ L. DERMENONVILLE, « tourisme_des_jeunes », *op. cit.*, p.230.

pratique touristique afin qu'elle se déroule dans de bonnes conditions, qu'elle soit constructive et qu'elle leur donne envie de réitérer l'expérience : « avant 30 ans, il faut construire la maturité touristique »²⁰⁵. Pour les plus jeunes, les séjours collectifs jouent un rôle essentiel tant au point de vue de la psychologie des personnes que celle des groupes sociaux. Michelle Demessine, présidente de l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air (UNAT) et Jacques Durant, Président de la Jeunesse au Plein Air (JPA), précisent qu'ils « participent au développement de l'autonomie, ainsi qu'à des apprentissages nouveaux ; ils favorisent la socialisation des jeunes et ils consolident les premiers enrichissements qu'apporte la mobilité. Ils participent aussi à l'apprentissage de la citoyenneté et au développement du vivre ensemble cher à notre esprit républicain. En permettant à tous les enfants de vivre durant leur temps libre une expérience éducative et pédagogique, ils consolident la construction d'une société inclusive, solidaire, citoyenne et durable »²⁰⁶. Les idées développées par Jean Dumazedier dans sa théorie du loisir éducatif se retrouvent donc clairement ici.

De plus, selon l'Organisation Mondiale du tourisme et la WYSE Travel Confederation, « pour les jeunes, les voyages permettent d'apprendre, de connaître d'autres personnes, de toucher du doigt d'autres cultures, une évolution de carrière, de se réaliser et font partie de leur identité dans le sens où ils sont les endroits qu'ils ont visités »²⁰⁷. Javier Blanco et Peter Jordan, membres affiliés de l'Organisation Mondiale du Tourisme, considèrent quant à eux que « la recherche d'expériences nouvelles et uniques les amène à tester de nouvelles façons de vivre, de manger et de dormir, à découvrir des cultures surprenantes ou à se joindre à d'autres jeunes à l'occasion de grandes manifestations. C'est ce désir de se regrouper, de partager des expériences intenses et d'apprendre qui permet aux jeunes de développer leur capacité de tolérance, de devenir sensibles à la culture et de mieux »²⁰⁸. Cet argument est consolidé par Xavier Matteucci, chercheur associé en gestion du tourisme de l'Université Modul de Vienne, lorsqu'il constate qu'il existe des avantages socioculturels parallèles dans les voyages des jeunes, comme une sensibilité culturelle accrue et l'acquisition de compétences personnelles et

²⁰⁵ *Ibid.*

²⁰⁶ M. DEMESSINE et J. DURANT, « Préface », dans *Les vacances et les loisirs des enfants et des jeunes, 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs*, Paris, Les éditions de l'OVLEJ, 2019, p. 6.

²⁰⁷ « La force du tourisme des jeunes », *op. cit.*, p. 6.

²⁰⁸ J. BLANCO et P. JORDAN, « Au-delà des randonnées : ce que les jeunes voyageurs apportent à la communauté mondiale », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapport des membres affiliés*, vol. 2, Pays-Bas, Scribble design, 2011, p. 9.

linguistiques. Selon lui, « l'expérience du voyage induit des transformations chez les jeunes. Alors que certains jeunes voyageurs disent avoir découvert leur véritable moi pendant leur voyage, d'autres indiquent que leur voyage a changé leur style de vie général de plusieurs façons. De nouveaux horizons s'ouvrent à eux et très souvent de nouvelles voies et carrières émergent après un voyage »²⁰⁹. La « génération Y » étant sensible à l'écologie et au développement durable, elle est plus attentive à ses modes de consommation. Les récentes grèves des jeunes européens en sont l'exemple²¹⁰. Pour satisfaire les jeunes touristes, les acteurs se voient contraints de s'adapter à cette nouvelle exigence. Les auberges de jeunesse l'ont compris et modifient l'équipement énergétique de leurs structures²¹¹. Ainsi, les jeunes touristes, par leurs convictions, imposent de nouveaux modes de consommation et modifient les *habitus sociaux* établis par les générations précédentes.

b) ... Et économiques majeurs

Contrairement aux idées reçues, les jeunes constituent un marché économiquement intéressant pour les acteurs du tourisme mondial. D'une part, ils sont de plus en plus nombreux à voyager. Ainsi, en 2018, la WYSE travel confederation comptabilisa un total de 304 millions de jeunes voyageurs, ces derniers représentant alors 23% des voyageurs internationaux et engendrant 308 milliards de recettes touristiques, avec une dépense moyenne de 3 000 € par voyage. Souvent aidés par leurs parents et restant plus longtemps sur leur lieu de vacances, les jeunes dépensent davantage que ce que l'on pourrait imaginer sur les territoires qu'ils visitent²¹². D'autre part, le tourisme des jeunes représente un enjeu économique en ce qui concerne la promotion des destinations. Le fait que le jeune qui voyage devienne de fait ambassadeur de la destination qu'il visite, mais également de celle dont il est originaire, est relevé par la présidente du réseau national des auberges de jeunesse. Ceci constitue un enjeu supplémentaire dans le sens où les jeunes sont prescripteurs, ou non, d'une destination et véhiculent des images positives ou

²⁰⁹ X. MATTEUCCI, « Commentaire, une impression durable : l'importance de voyager dans le monde pour les jeunes », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapport des membres affiliés*, vol. 2, Pays-Bas, Scribble design, 2011, p. 19.

²¹⁰ « Climat : à Paris et Londres les jeunes sont dans la rue et réclament un état d'urgence écologique », *France Inter*, 15 février 2019, [En ligne]. <<https://www.franceinter.fr/societe/climat-a-paris-et-londres-les-jeunes-sont-dans-la-rue-et-reclament-un-etat-d-urgence-ecologique>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

²¹¹ E. ARNOULT-BRILL, « Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride », dans *Tourisme des jeunes et des adolescents*, mars 2014, pp. 82- 87 (Revue Espace 317).

²¹² « Facts and Stats », *op. cit.*, p. 1.

négligées de chacune. D'autant plus qu'en tant qu'utilisateurs de réseaux sociaux²¹³, ils font circuler les informations bien plus rapidement que la génération qui les précède.

Avec l'ascension des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la chaîne de valeur traditionnelle de l'industrie touristique s'est modifiée. « Dans la nouvelle Toile de valeurs du tourisme, le cœur émane des relations qui se tissent entre des acteurs, qui appartiennent ou non au secteur touristique, dans de multiples combinaisons permettant de créer et d'exploiter de nouvelles opportunités. Les jeunes, désireux de franchir les frontières et de créer de nouveaux liens, sont souvent au premier rang de cette nouvelle donne. Ayant vite adopté les nouvelles technologies dont ils sont de grands utilisateurs, ils excellent dans l'utilisation des réseaux sociaux et des médias portables pour glaner des informations et acheter des produits touristiques »²¹⁴.

Figure 17 : Évolution de la chaîne de valeur traditionnelle du tourisme



Source : « La force du tourisme des jeunes », WYSE et OMT, 2011, p.5

Atout France attribue d'autres enjeux économiques au tourisme des jeunes. Les jeunes touristes, consommant différemment, peuvent être une réponse aux difficultés rencontrées par une destination en période de crise. Dans son article sur la contribution économique des jeunes touristes, Greg Richards, Professeur en sciences économiques, précise que « comme les jeunes voyageurs s'efforcent généralement d'éviter les chaînes internationales et de s'adresser aux fournisseurs locaux, l'impact local de leurs dépenses est plus élevé puisque le taux de fuite est

²¹³ D'après Atout France, 91% d'entre eux déclarent utiliser internet pour la planification de leurs séjours en 2014.

²¹⁴ « La force du tourisme des jeunes », *op. cit.*, p. 5.

faible et que les entreprises locales reçoivent plus de recettes »²¹⁵. Le Professeur Richards ajoute que les marchés des jeunes sont résistants et qu'ils apportent beaucoup à d'autres industries : « Même en période difficile, les jeunes continuent de voyager. La dernière crise économique a de nouveau montré que les jeunes voyageurs sont relativement intrépides et qu'ils ne se laissent pas facilement démonter par des problèmes économiques, des troubles politiques ou des épidémies. »²¹⁶

Le marché des jeunes touristes contribue à désaisonnaliser l'activité touristique car même s'ils profitent des vacances scolaires, ils sont prêts à partir souvent en mutualisant leurs moyens. Les voyages scolaires participent, eux aussi, à cette dessaisonnalisation : organisés en dehors des vacances, ils peuvent par exemple compenser les périodes creuses des structures d'hébergement²¹⁷. Enfin, les jeunes voyageurs sont avant-gardistes dans leurs choix de destination et sont attirés par des activités innovantes. Ils jouent ainsi un rôle majeur pour stimuler le développement de nouveaux produits touristiques, voire la découverte de nouvelles destinations²¹⁸. Le géographe Clarke observe d'ailleurs que les itinéraires des jeunes touristes sont flexibles, étant donné qu'ils considèrent que les expériences de voyages les plus mémorables sont celles auxquelles ils ne s'attendaient pas, et que les meilleures découvertes sont celles qu'ils ont faites eux-mêmes²¹⁹.

2. Plurielle en terme de modes de consommation (typologies)...

L'une des particularités des modes de consommation des jeunes touristes est qu'ils sont multiples. Atout France le précise dans sa définition de la clientèle touristique jeune lorsqu'il la qualifie de « plurielle en termes de modes de consommation : des produits « low-cost » peuvent être consommés tout comme des produits de haut de gamme au cours du même séjour »²²⁰. La sociologue et anthropologue Darya Maoz, dans son étude sur les motivations des

²¹⁵ G. RICHARDS, « Une contribution économique qui compte », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapports des membres affiliés*, Pays-Bas, Scribble design, 2011, pp. 7- 8.

²¹⁶ *Ibid.*

²¹⁷ J. STAFFORT, H. HUARD et B. SARRASIN, « La singularité du tourisme des jeunes, un potentiel à saisir », *art. cit.*, p.30.

²¹⁸ *Ibid.*

²¹⁹ N. CLARKE, « Free independent travellers? British working holiday makers in Australia », dans *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 29, London, Royal Geographical Society with IBG, 2004, pp. 499–509.

²²⁰ F. HOUPERT, « Tourisme des Jeunes », *op. cit.*, p.1.

« backpackers »²²¹, démontre que la majorité des jeunes touristes ont un budget strict et qu'ils choisissent des logements peu onéreux alors qu'ils aiment pratiquer un maximum d'activités pendant leur séjour.

L'analyse que propose Atout France sur l'image et l'attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans fait ressortir la pluralité des motivations, des attentes et des modes de consommation touristiques des jeunes qui voyagent en Europe. L'organisme constate que les comportements de voyages ne diffèrent pas en fonction des nationalités, des tranches d'âges et des catégories socioprofessionnelles en France (PCS). Ainsi, l'institution interroge un total de 6 000 jeunes de 18 à 35 ans, de treize nationalités différentes, s'étant rendus en Europe entre 2015 et 2017, et dont 50% ont passé au moins une nuit en France. Elle décline une typologie de voyageurs en fonction de leurs modes d'organisation et de leurs modes de voyage²²². Le tableau et le graphique suivants, inspirés des éléments mentionnés dans l'étude, les présentent.

Figure 18 : Typologie des jeunes touristes ayant passé au moins une nuit en France en fonction de leurs modes d'organisation et de leurs modes de voyages selon Atout France en 2019

Catégories	Caractéristiques
<i>Backpackers</i>	<p>A la recherche des itinéraires localisés en dehors des sentiers battus, ils aiment improviser et être en contact avec les locaux. Comme les jeunes étudiés par Darva Maoz, cité précédemment, ils cherchent à dépenser le moins possible pour en faire le plus possible.</p> <p><u>Profil</u> : Majoritairement sans enfant (75%) et célibataires (54%), le budget moyen de leur voyage s'élève à 837 € et ils ont en moyenne 27,1 ans.</p> <p><u>Prestations de services</u> : Ils utilisent majoritairement la voiture (35%) et les avions low-cost (95%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement en voiture (45%) et à pied (40%) sur place.</p> <p>Ils préfèrent louer à des particuliers ou loger chez des amis ou de la famille (16%).</p>
<i>Explorateurs</i>	<p>En recherche d'authenticité et souhaitant avant tout découvrir des villes et visiter des monuments, ils préfèrent que les choses soient organisées, préfèrent sortir des sentiers battus et cherchent à dépenser le moins possible.</p>

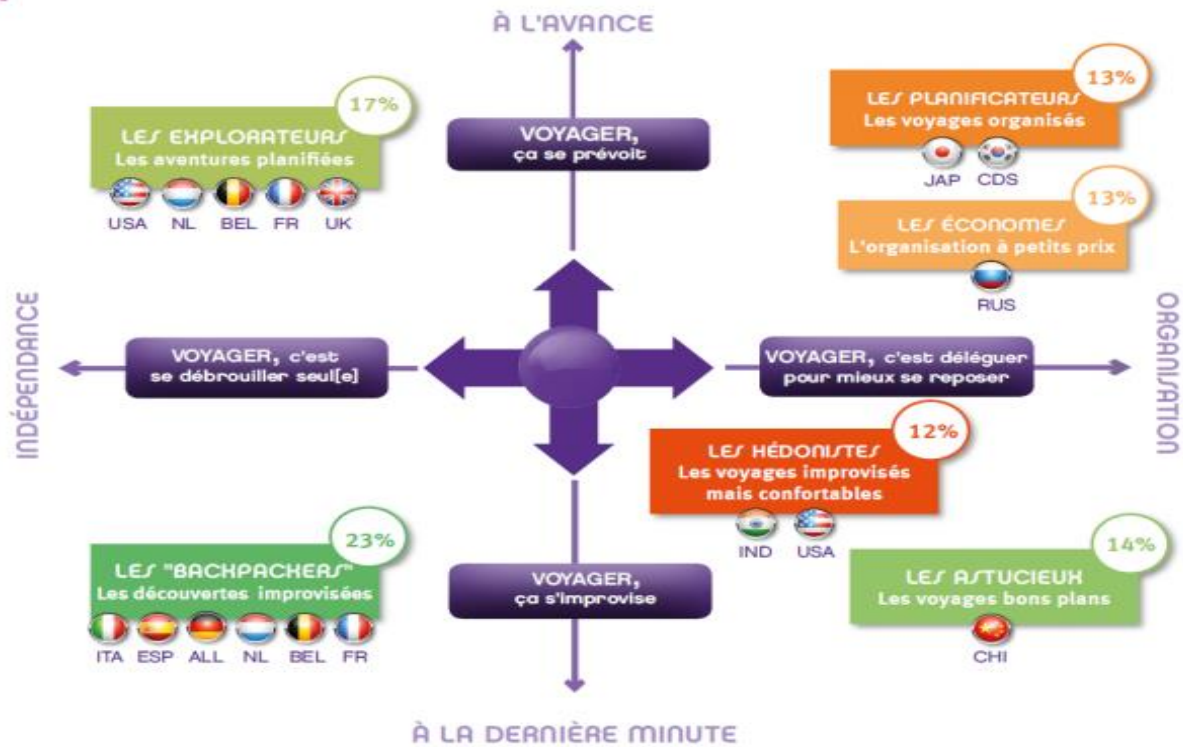
²²¹ D. MAOZ, « Backpackers' motivations the role of culture and nationality », *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n° 1, janvier 2007, pp. 122- 140.

²²² *Image et attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans*, op. cit., p. 24.

	<p><u>Profil</u> : Majoritairement féminins (57%) et sans enfants (71%), le budget moyen de leur voyage s'élève à 841 € et ils ont en moyenne 27,1 ans.</p> <p><u>Prestations de services</u> : Ils utilisent majoritairement les avions low-cost (31%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement à pied (41%) sur place.</p> <p>Ils préfèrent louer à des particuliers (37%).</p>
<i>Astucieux</i>	<p>Caractérisés par la recherche de bons plans, ils cherchent à profiter des promotions, laissent place à l'improvisation, partagent leurs vacances sur les réseaux sociaux et recherchent le maximum de confort possible.</p> <p><u>Profil</u> : Majoritairement masculins (53%) et en famille (46%), le budget moyen de leur voyage s'élève à 1 406 € et ils ont en moyenne 27,2 ans.</p> <p><u>Prestations de services</u> : Ils utilisent majoritairement les avions de lignes régulières (84%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement à vélo (10%) sur place. Ils préfèrent séjourner à l'hôtel (62%).</p>
<i>Planificateurs</i>	<p>Recherchant avant tout à s'amuser, faire du shopping et profiter de la gastronomie, ils préfèrent les voyages organisés, rester dans les lieux touristiques avec les touristes et le confort de l'hébergement est prioritaire pour eux.</p> <p><u>Profil</u> : Âgés en moyenne de 26,9 ans, ils ont un budget moyen de voyage de 1 371 €.</p> <p><u>Prestations de services</u> : Ils utilisent majoritairement les avions de lignes régulières (63%) et les autocars (14%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement en autocar (37%) et en avion (24%) sur place. Ils préfèrent séjourner à l'hôtel (73%).</p>
<i>Economes</i>	<p>Souhaitant avant tout visiter des monuments et des musées, ils préfèrent les voyages organisés, rester dans les lieux touristiques avec les touristes et cherchent à dépenser le moins possible pour en faire le plus possible.</p> <p><u>Profil</u> : Majoritairement sans enfant (69%) et célibataires (55%), le budget moyen de leur voyage s'élève à 937 € et ils ont en moyenne 27,3 ans.</p> <p><u>Prestations de services</u> : Ils utilisent majoritairement les avions de lignes régulières (44%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement en transports en commun (41%) et à pied (38%) sur place. Ils préfèrent séjourner à l'hôtel (60%).</p>
<i>Les hédonistes</i>	<p>En grande recherche d'authenticité, ils aiment improviser, le contact avec les locaux, recherchent le maximum de confort possible en payant plus si nécessaire et partagent leurs vacances sur les réseaux sociaux.</p> <p><u>Profil</u> : Majoritairement masculins (53%), en couple (67%) et en famille (65%), le budget moyen de leur voyage s'élève à 2 281 € et ils ont en moyenne 27,9 ans.</p>

Prestations de services : Ils utilisent majoritairement les avions de lignes régulières (67%) pour se rendre en Europe et se déplacent essentiellement en voiture (54%), en train (37%) et en avion (32%) sur place. Ils préfèrent séjourner à l'hôtel.

LES 6 GROUPES DE MILLENNIALS



NB : 8% des individus analysés n'appartiennent spécifiquement à aucun de ces 6 groupes, mais peuvent se trouver proches de plusieurs à la fois

Source : Ipsos pour Atout France

3. Et aux motivations variées.

L'objet du voyage est enfin évoqué pour aborder le tourisme des jeunes. L'économiste Claudia Olimpia Moisa, dans « Aspects of the youth travel demand »²²³, distingue six catégories de jeunes touristes par l'objet du voyage. Le tableau suivant permet de faire ressortir les spécificités de chacune d'entre elles :

Figure 19 : Motif de voyage des jeunes selon Claudia Olimpia Moisa

Type	Définition	Particularités
------	------------	----------------

²²³ C.O. MOISA, « ASPECTS OF THE YOUTH TRAVEL DEMAND », *art. cit.*, pp. 578 – 582.

Tourisme éducatif Ou Edu-tourisme	Programme dans lequel chaque participant voyage vers un lieu dans le but de s'engager dans une expérience d'apprentissage directement liée au lieu d'accueil ²²⁴ . Il inclut des sous-types de tourisme dont l'écotourisme, le tourisme rural et les échanges d'étudiants entre les structures d'éducation.	Objectif : améliorer le processus d'éducation en proposant : <ul style="list-style-type: none"> - une scolarité transfrontalière - des packages touristiques incluant des camps - des classes de langues pour tous les niveaux en incluant des matières spécifiques (médecine, tourisme, droit, management... etc.) ou des centres d'intérêts (mode, design, art, théâtre, danse, etc.) - des camps thématiques d'été organisés au niveau national et/ou international <p><i>Exemples : Tourisme scolaire, colonies de vacances, ERASMUS</i></p>
Volontariat	Faire le choix de travailler pendant ses vacances, en tant que volontaire dans des structures adaptées.	Pendant leur volontariat, les jeunes participent à des tâches telles qu'aider à augmenter le niveau matériel de certains groupes sociaux, restaurer des environnements spécifiques ou effectuer des recherches sur les aspects sociaux ou environnementaux. <p><i>Exemples : Service Volontaire Européens, ERASMUS+</i></p>
Programme d'études et de travail	Les participants du programme sont généralement embauchés dans une entreprise du pays d'accueil pendant les vacances d'été (3 mois).	Pendant cette période, les jeunes perçoivent un revenu et ont l'opportunité de voyager (ils ont un mois dédié à cela), de se familiariser avec les coutumes locales et d'apprendre une autre langue <p><i>Exemples : Permis Vacances Travail, séjours de langues</i></p>
Échange culturel	Cette notion peut être définie par les déplacements d'individus dans le cadre de dispositifs institutionnels ou associatifs. Cet échange particulier est connu pour être réalisé entre des étudiants, des artistes, des athlètes, en plus d'autres types d'individus et professionnels intéressés par le sujet.	Ces programmes confrontent les étudiants à des personnes issues de milieux religieux, socio-économiques et géographiques différents des leurs. Ils permettent aux participants une meilleure compréhension de la diversité dans leur propre pays et à travers le monde. <p><i>Exemples : Séjours pour aller à la rencontre d'un correspondant étranger dans le cadre scolaire, séjour dans le cadre d'une association culturelle, ERASMUS +</i></p>

²²⁴ D. BODGER, David. « Leisure, Learning, and Travel ». Journal of Physical Education, Recreation & Dance 69, n°4. Avril 1998.

Tourisme sportif et tourisme d'aventure	Le Tourisme Sportif fait référence aux voyages qui amènent une personne à observer ou participer à un évènement sportif se situant en dehors de son environnement quotidien.	Étant proche de celui-ci, le tourisme d'aventure peut être associé au tourisme sportif. Il se définit comme un tourisme incluant une exploration ou un voyage incluant des risques potentiels, des aptitudes physiques particulières ou des compétences spécifiques. <i>Exemples : Séjours d'aventures, Rencontres sportives, ERASMUS+</i>
Tourisme de loisir	Le marché international du loisir des jeunes peut être défini par les jeunes, indépendants, aventureux et visiteurs âgés entre 15 et 29 ans, en provenance d'autres horizons. Il inclut les jeunes en vacances rendant visite à leurs amis ou parents.	Les activités divertissantes constituent le principal objectif du voyage. Les jeunes voyageurs de loisirs ont tendance à percevoir des revenus inférieurs à la moyenne et sont des demandeurs sensibles aux prix. En revanche, ils sont prêts à investir dans les activités proposées dans le pays. <i>Exemples: Wanderers, backpackers, travelers, ERASMUS+</i>

L'une des particularités du tourisme éducatif, notamment dans le cadre d'une scolarité transfrontalière, est mise en lumière par le Professeur Greg Richards, précédemment cité : « Les jeunes attirent d'autres jeunes vers la destination. »²²⁵ S'inspirant de l'exemple australien, il précise que « l'on estime que chaque jeune visiteur suivant des études supérieures a attiré en moyenne 1,3 personne pendant son séjour, ce qui représente une injection annuelle de 1,2 milliard d'AUD dans l'économie australienne »²²⁶. Ce constat se vérifie également au niveau national. En 2014, Campus France a été le premier organisme à réaliser une étude sur l'impact des étudiants étrangers en France. Il a constaté que la présence d'étudiants étrangers sur le territoire Français est source de devises étrangères. « Leurs proches viennent leur rendre visite dans 53,8% des cas, ce qui correspond à 158 750 étudiants chaque année. Ces visites durent en moyenne 28 jours par étudiants. La dépense quotidienne moyenne d'un touriste étranger en France étant estimée à 105€ d'après un rapport du Sénat publié en 2011, le budget touristique serait donc de 466,7 millions d'euros par an. »²²⁷

L'étude précise également que selon le Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (MENESR), le nombre d'étudiants étrangers en France était de

²²⁵ G. RICHARDS, « Une contribution économique qui compte », *art. cit.*, p.8.

²²⁶ *Ibid.*

²²⁷ « Au-delà de l'influence : l'apport économique des étudiants étrangers en France », *Les notes de Campus France* 45, Paris, Campus France, novembre 2014, p. 4.

295 000 au cours de l'année scolaire 2013-2014, ce qui correspond à une progression de 3,2% en trois ans (285 000 étudiants en 2010-2011). La durée moyenne de leur séjour d'études en France est estimée à 28 mois, en un ou plusieurs séjours, et pour près des trois quarts d'entre eux, ils étaient inscrits à l'Université, dont la moitié en niveau Master ou Doctorat. Il s'agit donc d'un marché en progression, à ne pas négliger en matière touristique. D'autant plus que ce sont des jeunes dont les parents sont principalement issus de classes supérieures, notamment chez les étudiants en provenance des pays les moins riches²²⁸. Se retrouvent donc ici les caractéristiques d'une mobilité élitiste pour laquelle les jeunes étrangers qui participent à un séjour d'études en France appartiennent en majorité aux catégories socio-professionnelles supérieures. À titre d'exemple, mentionnons le programme ERASMUS en ce qui concerne l'éducation actuelle au tourisme. Il apparaît également dans les séjours autres qu'éducatifs sous l'intitulé « ERASMUS+ » car le programme se modernise en incluant des périodes de stages et en ouvrant ses programmes au monde du travail, ainsi qu'aux activités de tourisme et de loisir²²⁹.

Enfin, le besoin d'évènements « festifs » est une attente essentielle des jeunes dans le déroulement de leurs séjours. L'éditorial du directeur Yvon Merlière sur l'analyse effectuée par son institut, le CREDOC, le confirme : « Les enfants sont élevés dans un environnement festif auquel on a supprimé les contraintes. Devenus adolescents et plus âgés, ils développent à leur tour cet environnement festif qui donne tout le succès aux manifestations qui répondent à cette ambiance comme la fête de la musique, les nuits blanches, les apéritifs géants. »²³⁰ Dans leur article sur le jeune public des festivals, Aurélien Djakouane, chercheur post-doctorant au Centre Politique de l'Europe Latine (CEPEL), et Emmanuel Négrier, directeur de recherche CNRS en sciences politique dans le même laboratoire, démontrent que pour les jeunes qui se rendent dans une destination pour y vivre un festival le temps d'un court séjour, « l'ambiance festive et le

²²⁸ « Au-delà de l'influence : l'apport économique des étudiants étrangers en France », *Les notes de Campus France* 45, Paris, Campus France, novembre 2014, p. 4.

²²⁹ L. MATOGA, « The Erasmus Programme in the development of educational tourism in Europe : current state and future prospects », dans *EIIC 2014 : Proceedings in Electronic International Interdisciplinary Conference : the 3rd Electronic International Interdisciplinary Conference, 1.-5. September 2014*, Slovaquie, Žilina : EDIS - Publishing Institution of the University of Zilina, 2014, [En ligne]. <<https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/7849>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

²³⁰ Y. MERLIERE, « Les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ? », *Cahier de recherche* 292, CREDOC, 1 décembre 2012, p. 7, [En ligne]. <<https://www.credoc.fr/publications/les-jeunes-daujourd'hui-quelle-societe-pour-demain>>. .

fait d'être entre copains sont au cœur de leurs motivations ». Ils ajoutent que « contrairement aux idées reçues, le public des festivals est d'abord un public local de gens qui travaillent »²³¹. Vérifions s'il en est de même pour les jeunes festivaliers de La Réunion. La présentation des motifs de séjour des jeunes nous montre qu'un grand nombre de jeunes voyageurs présents sur l'île sont considérés comme des touristes, même s'ils font du tourisme dans le cadre de leur travail. Initialement, nous nous demandions effectivement si nous devions prendre en considération les jeunes venus sur l'île pour y effectuer un séjour d'étude ou pour y travailler. Les études et recherches précédentes montrent que manifestement, tel est bien le cas. Prenons par conséquent cet élément en considération dans l'analyse.

4. De nombreux cadres de pratiques

À l'âge et à la « situation professionnelle » du jeune est associé le cadre dans lequel la pratique touristique se réalise. Les professionnels du tourisme qui participent à la rédaction de la *Revue Espace* sur le tourisme des jeunes et des adolescents déterminent trois cadres : en autonomie ou en « liberté », en groupe et en famille. Ainsi, selon le mode de voyage (seul ou en groupe) et le statut (en autonomie ou en famille), les demandes se différencient et offrent l'opportunité à différents acteurs d'y répondre. Nous constatons que même si la tendance évolue au niveau de l'hébergement, l'offre à destination des jeunes touristes est fortement marquée par l'implication du secteur associatif. Présentée dans l'historique des mouvements de jeunesse, l'offre touristique et de loisir pour les jeunes est le résultat des mouvements et structures militants.

Figure 20 : Représentation d'un panel d'acteurs du tourisme jeunesse en fonction du cadre dans lequel il s'exerce et la demande à laquelle il répond

	Acteurs publics et associatifs	Acteurs privés
En liberté	<p>Fédération Universelle des Auberges de Jeunesse (FUAJ) et Ligue Française des Auberges de Jeunesse (LFAJ) = 100 auberges en France, 4 000 dans le monde.</p> <p>Réseau Ethic Etape : l'Union volontaire de centres internationaux de séjour est une association à but non lucratif, régie par la loi de 1901, qui a pour objectif de pratiquer un accueil de qualité pour les jeunes de toutes les nationalités</p>	<p>Saint Christophers Inn = 2 auberges à Paris et 26 en Europe</p> <p>Auberge Vertigo = 1 auberge à Marseille</p> <p>Gastama = 1 auberge à Lille</p>

²³¹ A. DJAKOUANE et E. NEGRIER, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public de festivals », dans *Tourisme des jeunes et adolescents*, Paris, Editions ESPACES, avril 2014, pp. 76- 80 (Revue Espace 317).

<p>En groupe</p>	<p><u>Union nationale des Centre Sportifs de plein air (UCPA)</u> : Éducateur sportif de métier, le groupe associatif UCPA, reconnu d'utilité sociale, œuvre depuis plus de 50 ans en faveur d'un sport ouvert à tous, non compétitif et vecteur de vivre-ensemble.</p> <p><u>Union Nationale des Associations de tourisme et de plein air (UNAT)</u> : Association reconnue d'utilité publique créée en 1920. Tête de réseau du Tourisme Social et Solidaire. Elle représente les principaux acteurs touristiques à but non lucratif engagés en faveur du départ en vacances pour le plus grand nombre.</p> <p><u>Union Française des centres de vacances (UFCV)</u> : Association nationale de jeunesse et d'éducation populaire fondée en 1909. Agréée association éducative complémentaire de l'enseignement public. Elle intervient, entre autres, dans le domaine des séjours de vacances, de la formation et de l'insertion sociale et professionnelle.</p> <p><u>Jeunesse au plein air (JPA)</u> : Créée en 1938, il s'agit d'une confédération d'organisations qui s'associent pour amplifier et coordonner leurs actions. Elle milite principalement autour du départ de tous les enfants en vacances en soutenant financièrement ces actions, en luttant contre les inégalités et en informant et en valorisant les actions conduites par les accueils collectifs de mineurs.</p> <p><u>Les centre d'accueil collectifs de mineurs (ACM)</u> représentent les colonies de vacances, les centres de loisirs et autres structures associatives qui accueillent et occupent les jeunes pendant leur temps libre.</p>	<p><u>Education First (EF)</u> : Entreprise internationale proposant des séjours de langues en immersion.</p> <p><u>Zigotours</u> : Organisme français de loisirs et de vacances, plus particulièrement spécialisé dans l'accueil de mineurs depuis 1989. Ils d'adresse aux 6-25 ans.</p> <p><u>Eval voyages</u> : EVAL Voyages est une agence de voyages spécialisée dans le tourisme des Juniors de 7 à 25 ans.</p>
-------------------------	--	---

a) Séjours en liberté

Concernant les séjours en liberté, remarquons que la représentativité des structures associatives est beaucoup plus importante que celle des groupes privés. Ainsi, en France, il existe 100

Figure 21 : Charte des auberges de jeunesse adhérant au Label Hi Qualité

Notre association s'engage...

Notre association est soucieuse d'offrir à ses adhérents une qualité de service permanente au sein de ses établissements. Ainsi, nous avons choisi de nous engager afin de répondre aux 6 normes de qualité HI (Hostelling International).

L'Accueil :

* Nos auberges sont ouvertes à tous, il vous suffit simplement d'adhérer à la FUAJ avant votre départ ou lors de votre premier séjour dans un de nos établissements.
* Les salariés de nos auberges de jeunesse sont prêts à vous accueillir et à vous informer sur les services proposés à l'auberge et sur les activités touristiques de la région. Ils vous attendent pour rendre votre séjour le plus agréable possible.

Le Confort :

* Fini les dortoirs et vive les chambres collectives ! Nos établissements sont principalement composés de chambres collectives de 3 à 6/8 lits maximum. Pour améliorer votre confort, nous vous proposons des sanitaires en nombre suffisant et dans certains établissements vous pourrez disposer de sanitaires privatifs.
* Nous mettons à votre disposition des draps, compris dans le prix de la nuitée, ainsi qu'une literie de qualité.

L'Intimité :

* Nous sommes soucieux de l'intimité de chacun, ainsi la plupart de nos établissements proposent un hébergement non mixte, avec toutefois la possibilité de disposer de chambres mixtes sur demande.
* Nous tenons à votre disposition des douches, des blocs sanitaires et des toilettes respectant l'intimité de chacun.

La Propreté :

* L'hygiène et la propreté font partie de nos priorités, ainsi l'ensemble de nos équipes d'entretien se mobilise pour assurer en permanence la propreté de nos auberges.
* A ce titre, les animaux ne sont pas admis au sein de nos établissements.

La Restauration :

* Parce que l'alimentation a un rôle essentiel pour nous, une forme ou une autre de restauration est généralement proposée.
* De plus, nous mettons à votre disposition une cuisine équipée pour que vous puissiez préparer vous-même vos repas.

La Sécurité :

* Nous assurons votre sécurité, ainsi que celle de vos biens. De ce fait, la plupart de nos établissements vous proposent un dépôt pour vos bagages et parfois mêmes des coffres.

auberges de jeunesse associatives contre 4 privées et 4 000 associatives dans le monde. Le mouvement aijste et le fonctionnement des réseaux d'auberges de jeunesse associatives est présenté en première partie, où il s'agit de faire état de son évolution et de comparer leur offre à celle des structures privées, notamment au niveau national.

Afin d'assurer une offre répondant aux besoins de ses adhérents, le réseau associatif international des auberges de jeunesse a mis en place un « Label Hi Qualité » en 2004. Il répond aux six normes de qualité affichées dans l'encadré. Ainsi, contrairement à son offre initiale, les auberges labellisées proposent davantage de confort en minimisant la taille des dortoirs. Ces dernières laissent le

choix de la mixité. Les dortoirs masculins et féminins ne sont plus strictement séparés et plus de liberté est offerte. Les services de propreté ne relèvent plus des adhérents mais de personnels qualifiés. Un service de restauration est proposé même s'il est toujours possible de faire soi-même ses repas. Enfin, l'offre du réseau n'est plus seulement réservée à l'hébergement. Des activités sont dorénavant proposées par les auberges elles-mêmes²³². Des séjours « tout compris » sont également vendus en fonction des profils des voyageurs²³³.

La nouvelle génération d'auberges, symbolisée par celles de Paris, Grenoble et Rouen, a pour vocation d'être innovante et construite en partenariat avec les collectivités locales : « les toits

²³² E. ARNOULT-BRILL, « Les auberges de jeunesse, c'est tout un monde », dans *Tourisme des jeunes (16-25 ans)*, Paris, Editions ESPACES, avril 2003, pp. 93- 97 (Les Cahiers Espaces 77).

²³³ E. ARNOULT-BRILL, « Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride », *art. cit.*, p.85.

végétalisés, les panneaux photovoltaïques ou solaires, la mise en œuvre de puits de géothermie ou le traitement des eaux grises, ainsi que l'usage de matériaux à faible consommation de CO2 sont devenus des caractéristiques majeures de ces espaces de vie [...] Les auberges de jeunesse constituent également un réseau diversifié en termes d'architecture et d'implantation, qui reflète la culture d'un peuple et de son territoire »²³⁴. Néanmoins, le réseau doit aujourd'hui faire face à une concurrence d'acteurs privés qui saisissent les forces et les faiblesses de l'offre proposée par le réseau associatif. Le plus important de ces acteurs appartient au groupe Beds and Bars. Il s'agit de l'enseigne Saint-Christopher's Inn en France. Le Directeur Général de St Christopher's Inn Paris, Romain Viennois, explique que l'une des principales difficultés du réseau associatif français des auberges de jeunesse est que la majorité de ses hébergements est mal implantée dans les villes : « Ces structures souffrent de plus en plus d'être situées dans des emplacements excentrés qui ne répondent plus du tout aux attentes du marché. Encore aujourd'hui, les collectivités, qui portent le financement de nouvelles auberges de jeunesse associatives, envisagent leur implantation dans des quartiers éloignés du centre-ville, faisant abstraction du fait que les jeunes touristes d'aujourd'hui réduisent la durée de leur séjour dans chaque ville et exigent donc des emplacements immédiatement accessibles »²³⁵. En toute logique, l'un des leviers d'action stratégiques des groupes privés consiste donc à se situer au cœur de l'action.

De plus, il ressort de cette analyse que la nouvelle stratégie qu'adoptent les auberges de jeunesse en investissant dans des dortoirs plus restreints ne semble pas des plus adéquates, dans la mesure où elle limite l'offre à destination des jeunes voyageurs au profit d'un nouveau type de clientèle déjà satisfait par l'offre d'hébergement proposée par les hôtels²³⁶. C'est pourquoi les auberges St-Christopher's Inn font le choix de conserver une offre d'hébergement en dortoirs avec une grande capacité d'accueil, tout en allouant une qualité de services supérieure à celles des auberges traditionnelles. Ainsi, « la priorité est donnée aux services et prestations qui ne demandent pas d'espace, notamment en proposant des lits intégrés qui permettent une bonne intimité, en offrant un Wi-Fi haut débit irréprochable, des sanitaires communs constamment nettoyés, et surtout un emplacement toujours plus central. Le confort en auberge n'est ainsi pas

²³⁴ E. ARNOULT-BRILL, « Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride », *art. cit.*, p.85.

²³⁵ R. VIENNOIS, « Un secteur sous forte concurrence », dans *Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride*, Paris, Editions ESPACES, avril 2014, pp. 88- 95 (Les cahiers espaces tourisme et loisirs 317).

²³⁶ *Ibid.*

forcément une question de densité de lits »²³⁷. Cette comparaison d'offres est intéressante, dans le sens où elle nous interroge sur la forme la plus pertinente à mettre en œuvre à La Réunion. Est-il plus judicieux d'intégrer un réseau adoptant la stratégie du réseau associatif afin de viser un maximum de public et pas seulement les voyageurs de type « backpackers » ? Faut-il au contraire imiter les groupes privés du type de St Christopher's Inn et proposer un hébergement en dortoir, mais doté d'une qualité de services irréprochable ?

b) *Séjours de groupes*

Envisageons les Accueils Collectifs de Mineurs. En effet, l'analyse des départs en vacances des jeunes Français étant aujourd'hui difficile à quantifier en raison du manque de données et d'études chiffrées, eux seuls semblent susceptibles de fournir des éléments sur le sujet, notamment au niveau régional. L'Observatoire des Vacances et des Loisirs des Enfants et des Jeunes (OVLEJ), constitué aujourd'hui de la Jeunesse au Plein Air (JPA) et de l'Union Nationale des Associations de tourisme et de plein air (UNAT), a été créé en 1999 dans le but de répondre à l'absence de statistiques concernant le départ des enfants et des jeunes en vacances. Dans son dernier ouvrage, intitulé *Les vacances et les loisirs des enfants et des jeunes, 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs*²³⁸, il retrace l'ensemble de son œuvre, en reprenant notamment les données fournies par les centres d'Accueils Collectifs de Mineurs (ACM). Plusieurs séjours sont concernés par ce critère : les séjours de vacances, généralement proposés par les colonies de vacances, ont une durée minimale de quatre nuits consécutives ; les séjours courts durent entre une et trois nuits, tandis que les séjours « activités accessoires » aux accueils de loisirs durent entre une et quatre nuits. Les séjours spécifiques d'une durée minimale de quatre nuits et les séjours de vacances dans une famille ont quant à eux la même durée que les séjours de vacances²³⁹.

Isabelle Montforte, chef de projet de l'Observatoire des Vacances et des Loisirs des Enfants et des Jeunes, constate lors de son étude sur les vacances des 5-19 ans en 2004 que « pour les colonies de vacances, les caractéristiques socioculturelles et les revenus du ménage influencent

²³⁷ R. VIENNOIS, « Un secteur sous forte concurrence », dans *Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride*, Paris, Editions ESPACES, avril 2014, pp. 88- 95 (Les cahiers espaces tourisme et loisirs 317).

²³⁸ L. GREFFIER et N. DUCATEZ, *Les vacances et les loisirs des enfants et des jeunes – 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs, première édition*, Paris, Éditions de l'OVLEJ, avril 2019.

²³⁹ CAF DU LOIRET (éd.), *Guide accueil collectifs de mineurs*, Le Loiret, Service communication CAF du Loiret, avril 2014, p. 3.

les choix des séjours. Les aides aux départs jouent un rôle majeur et s'avèrent essentielles pour maintenir un minimum de mixité sociale. Parmi l'ensemble des enfants partis en colonie en 2004, 43% ont bénéficié d'aides des Comité d'entreprise, des CAF ou des Collectivités locales. Les enfants d'ouvriers et d'employés sont les moins représentés dans les séjours collectifs »²⁴⁰. Cette observation fait à nouveau apparaître l'argument d'un tourisme facilité par les revenus des foyers. Sans accompagnement de l'État, certaines catégories de populations sont privées de l'activité touristique.

L'évolution de la fréquentation des colonies montre que ces dernières ont connu leur plus grand succès en 1994, avec 14% d'enfants et de jeunes âgés entre 5 et 19 ans (soit 1,6 millions) partis en séjours collectifs, contre 11 à 12% dans les années 1960. Or, une baisse constante est observée depuis 1995 et leur taux de fréquentation ne cesse de diminuer. Entre 2016 et 2017, 1 527 527 jeunes sont partis en séjours collectifs, ce qui correspond à une baisse de 14% sur dix années²⁴¹. Les données démontrent que les séjours collectifs perdent progressivement de leur attrait, alors que de notre point de vue, tout comme pour les associations militantes, ils sont essentiels à la construction sociale de l'ensemble des jeunes. Ainsi, il est nécessaire que les pouvoirs publics et les associations revoient leurs stratégies de promotion et de développement de séjours d'accueil afin de les rendre plus attractives et pérennes.

E. Synthèse

Les pratiques vacancières, résultat des luttes menées pour la conquête du temps libéré et des loisirs pour tous, induisent une lente acculturation d'une société fondée essentiellement sur le travail vers une communauté qui partage l'utilisation de son temps entre différents champs d'action. Ces pratiques présentent aujourd'hui une réalité paradoxale. Elles font partie intégrante de la vie sociale contemporaine et constituent des éléments dynamiques de notre culture. Néanmoins, elles sont loin d'être totalement partagées par l'ensemble de la population

²⁴⁰ I. MONFORTE, « Centres de loisirs, mini-camps, colos : quand les parents et les adolescents font le choix du collectif », *Dossier d'études* 187, Paris, OVLEJ pour la CNAF, décembre 2016, p. 8.

²⁴¹ DJEPVA, fichiers SIAM, traitement INJEP – MEOS ; estimation au 1^{er} novembre 2017. Champ ; séjours de vacances, séjours courts, séjours spécifiques et séjours « d'activités accessoires » aux accueils de loisirs et de jeunes (ou mini-camps).

française. Cette question interpelle la population des jeunes qui, en tant qu'adultes en devenir, constituent les familles vacancières ou non de demain.

L'histoire du tourisme des jeunes, associée à la thèse fondée sur la théorie de la distinction du sociologue Pierre Bourdieu, met en avant l'existence d'un tourisme à deux échelles : celui des classes favorisées, pour qui le voyage fait partie des mœurs, face à celui des classes financièrement moins aisées, pour qui le tourisme est une activité rare, voire absente. Le marché actuel du tourisme des jeunes est porteur et dynamique, aussi bien socialement qu'économiquement. Il concerne un grand nombre de prestataires de services, qu'ils soient lucratifs ou associatifs, du fait de la variété des profils de la demande qui le compose.

Nous démontrons dans cette première partie la lente évolution du tourisme des jeunes. Les pratiques consuméristes nationales et internationales sont également appréhendées. Nous percevons, grâce à l'interprétation du tourisme par les paradigmes culturaliste et économique-spatial, que des différences s'opèrent dans les pratiques touristiques en fonction des origines sociales et culturelles des individus. Les chapitres III et IV proposent une analyse du marché régional à travers l'observation des pratiques segmentées en fonction du lieu de résidence des interlocuteurs. En nous appuyant sur le « capital global » des jeunes décrit par Pierre Bourdieu, nous considérons que leurs choix en matière de consommation touristique et de loisirs dépendent de leur culture. Il est donc essentiel d'identifier les caractéristiques du milieu social, économique et culturel dans lequel évoluent les jeunes Réunionnais avant d'établir la typologie des pratiques juvéniles.

II. Contextualisation

A. La Réunion : histoire, démographie, économie

Située au cœur de l’océan Indien, à 10 000 km de la France Métropolitaine, La Réunion possède à la fois le statut de territoire européen, celui de région, ainsi que celui de département d’Outre-mer français. A 800 km à l’Est de Madagascar, elle constitue avec les îles Rodrigues et l’île Maurice (dont elle est distante de 210 kms) l’Archipel des Mascareignes. Sa superficie de 2 512 km² est caractérisée par un relief important. Ce relief marqué est dû à la disposition d’un grand nombre de sommets ou de pitons sur l’ensemble du territoire, tels que les deux plus connus, que sont le Piton des Neiges et ses 3 069 mètres ainsi que le Piton de la Fournaise et ses 2 613 mètres. Par conséquent, ce relief accidenté entraîne une réduction de la surface habitable de l’île. Sa population, composée de 850 996 habitants, se retrouve donc pour la moitié concentrée sur le littoral de l’île. Avec 340 habitants au km², elle compte parmi les régions les plus densément peuplées en 2016, juste derrière l’île de France et Mayotte²⁴². Sa moyenne d’âge de 34,5 ans et son taux de population âgée de moins de 30 ans (49%) en font l’une des plus jeunes régions françaises. En raison de la conjonction de la baisse de la natalité et d’un solde migratoire négatif, la croissance démographique de l’île ralentit depuis 2010. Ainsi, la population progresse depuis 2009, de 0,6% en moyenne par an, et l’INSEE y prévoit une population d’un million d’habitants d’ici 2030²⁴³.

Concernant sa situation économique, l’île de La Réunion, tournée avant la décennie 1990 vers les secteurs traditionnels (agriculture, construction et petits commerces), dégage aujourd’hui ses richesses à travers les services²⁴⁴. Avant de présenter le cadre dans lequel se réalisent les recherches, à savoir La Réunion au cours des dix dernières années, resituons les différentes étapes de son développement, de sa découverte à sa transition économique.

²⁴² S. SUI-SENG, « 853 700 habitants au 1er janvier 2017 Recensement de la population : populations légales 2017 », 167, Saint-Denis (Réunion), INSEE, décembre 2019, p. 2.

²⁴³ C. MONTEIL, « Nouvelles projections 2030 », *Economie de La Réunion* 132, Saint-Denis (Réunion), INSEE, 2008, p. 2.

²⁴⁴ « Tableau de bord économique de La Réunion - Décembre 2019 », *CEROM*, 1 juillet 2020, [En ligne]. <<https://www.cerom-outremer.fr/la-reunion/publications/tableaux-de-bord-cerom/tableau-de-bord-economique-de-la-reunion-decembre-2019.html>>. (Consulté le 1 juillet 2020).

1. De colonie à D.R.O.M. français

a) *La création de la colonie*

L'île est accostée pour la première fois par les Portugais au début du XVI^e siècle. Ce n'est qu'en 1638 que les Français en prennent possession sous l'égide du Roi de France Louis XIII. Son nom sera alors : l'île Bourbon. Les premiers habitants sont des mutins français de Fort Dauphin envoyés, entre 1646 et 1669, par le gouverneur de Madagascar Jacques de Pronis²⁴⁵. Durant cette période, l'île accueille ses premiers colons avec l'arrivée en 1663 de deux Français et de dix Malgaches.

Bourbon connaît un considérable essor à partir de 1664, date à laquelle la Compagnie française des Indes Orientales, avant de faire faillite en 1764 malgré son monopole du commerce durant de nombreuses années dans l'océan Indien. En 1665, l'île Bourbon devient officiellement peuplée par une trentaine d'habitants²⁴⁶ provenant de la Compagnie des Indes.

Madagascar étant considérée comme le point central de la colonisation dans l'océan Indien, « Bourbon n'est pour la Compagnie des Indes et le Roi, qu'un objectif secondaire, qu'une terre satellite d'appoint, par rapport à la grande île madécasse »²⁴⁷. Ainsi, au vu de ses atouts géologiques et de ses espaces, le Gouverneur La Bourdonnais donne la fonction de « grenier » des Mascareignes à l'île Bourbon, alors qu'il attribue à l'île de France (Maurice) celle de « port de guerre et de commerce »²⁴⁸. C'est donc pour répondre à sa fonction de « grenier » que se développe, de 1715 à 1720, l'économie de plantation avec la culture du café sur les terres Bourbonnaises.

²⁴⁵ E. ROUSSE, *Combat des Réunionnais pour la liberté*, Saint-Denis, La Réunion, Editions CNH, 1993 (Les cahiers de notre histoire).

²⁴⁶ D.M.- NOMDEDEU et E. MAESTRI, *Chronologie de La Réunion: de la découverte à la départementalisation*, Saint-Denis (La Réunion); Paris, CRESOI ; SEDES, 2001.

²⁴⁷ D.M.- NOMDEDEU et E. MAESTRI, *Chronologie de La Réunion: de la découverte à la départementalisation*, *Op. cit.*, p. 15.

²⁴⁸ A. BRUNET, *Trois cents ans de colonisation française à l'Île Bourbon (La Réunion)*, s.l., Editions de l'Empire français, 1948 (Bibliothèque des connaissances coloniales).

b) *Colonie et main d'œuvre*

Afin de satisfaire les besoins de main d'œuvre liés à l'accroissement économique, le commerce des esclaves, établi par l'édit de décembre 1723 et inspiré du Code Noir de mars 1685, prend de l'ampleur. En effet, « la population esclave croît considérablement au XVIII^e siècle (268 adultes en 1708, 4 500 en 1736 ; puis 23 000 en 1779) »²⁴⁹. Dès le XVIII^e siècle, une crise agricole majeure liée à la fin de l'esclavage (aboli en 1794 par la Convention nationale) mène à l'appauvrissement et à la prolétarianisation d'une grande partie des « Blancs ». Les notions de « petits blancs » apparaissent et renversent ainsi la dichotomie blancs/noirs des colonies françaises. Le 8 avril 1794, Bourbon est renommée « île de La Réunion » par les Révolutionnaires à la suite du décret pris par la Convention le 15 mars 1793. En 1802, Napoléon Bonaparte rétablit l'esclavage et baptise l'île « île Bonaparte » jusqu'à sa prise par les Britanniques en 1810, lesquels la renomment « Bourbon ». Lors de la Restauration et sous le règne de Louis XVIII, Bourbon est rétrocédée à La France par le traité de Paris de 1814 et redevient française en 1815. À partir de cette époque, la culture de la canne à sucre à grande échelle est lancée et succède à celles du café et des cultures vivrières telles que les épices.

Cependant, l'interdiction de la traite des esclaves, établie par le congrès de Vienne en 1815 et le renforcement de son interdiction par Louis XVIII en 1817, contraignent les colons à trouver une autre main d'œuvre pour cultiver leurs terres. C'est en Inde qu'ils trouvent cette force de travail grâce à un décret local, datant de 1828, qui autorise le recrutement d'Indiens. La Deuxième République et les journées révolutionnaires de février 1848 redonnent définitivement à l'île le nom de « La Réunion ». Un peu plus tard durant cette même année, le 20 décembre, l'abolition de l'esclavage est proclamée par Sarda Garrigua et 24 000 travailleurs indiens engagés sont bientôt introduits pour répondre au besoin de main d'œuvre agricole. La Réunion passe alors d'un mode de production esclavagiste (60 300 esclaves concernés) à un mode de production capitaliste en accueillant des immigrés, engagés sous le régime du salariat contraint²⁵⁰. En trois siècles, l'île rencontre trois formes d'exploitations différentes et sa population se diversifie au fil de son histoire.

²⁴⁹ Y. COMBEAU, *La vie politique à la Réunion: 1942-1963*, Paris, SEDES, 2001.

²⁵⁰ H.Q. HO, *Histoire économique de l'île de la Réunion (1849-1881): engagisme, croissance et crise*, Paris, France, L'Harmattan, 2004.

c) *Guerres et après-guerres*

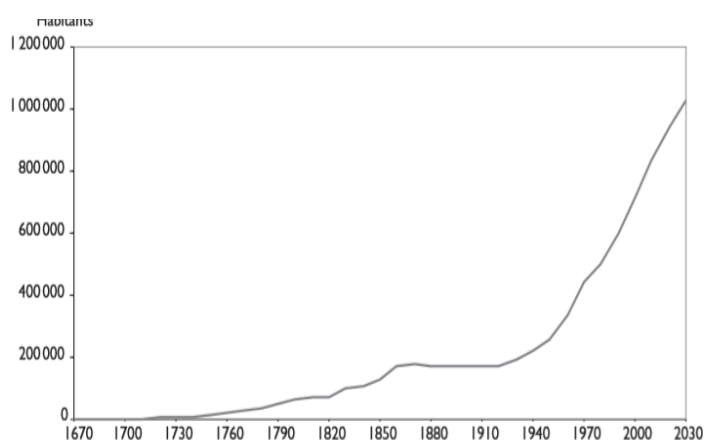
Les deux guerres mondiales, bien que géographiquement éloignées de l'île, ont de considérables répercussions sur l'île de La Réunion. La « Grande Guerre » impacte principalement la démographie avec, entre 1914 et 1918, la perte de 3 000 citoyens sur les 14 423 locaux appelés²⁵¹. La Seconde Guerre mondiale fait quant à elle entrer La Réunion sous le joug du régime de Vichy, représenté par Pierre Aubert de 1940 à 1942. L'île sort ruinée de la guerre. À l'issue de ces conflits, La Réunion, la Martinique, la Guadeloupe et la Guyane deviennent des départements français le 19 mars 1946. La Réunion compte alors 240 000 habitants, dont la moitié n'a pas encore vingt ans. Jusqu'à la fin des années 1950, l'île « connaît une période de grande difficulté où une grande majorité de la population vit dans la misère. En 1948, le taux de mortalité infantile (200‰) traduit la réalité sociale du jeune département »²⁵². Sa situation sociale, sanitaire et économique s'améliore considérablement à partir des années 1970, 1980.

Ce bref historique permet d'illustrer la diversité et l'évolution de la structure de la population réunionnaise, tout en faisant office d'introduction à la présentation de la société réunionnaise. Il invite aussi à aborder les débuts du système économique de l'île, notamment le fait que l'agriculture soit la première ressource économique du territoire. D'abord celle du café et des ressources vivrières, puis celle de la canne à sucre, qui prend de plus en plus la forme d'une monoculture.

²⁵¹ « Histoire de La Réunion année 1914 », s.d., [En ligne]. <http://www.mi-aime-ou.com/histoire_annee_1914.php>. (Consulté le 24 février 2021).

²⁵² Y. COMBEAU, *La vie politique à la Réunion*, op. cit., p. 97.

Figure 22 : Courbe d'évolution de la population de la Réunion de 1670 à 2030



Le graphique de Frédérique Sandron²⁵³, démographe chargé de recherche à l'IRD et HDR à l'Université Paris V, permet de visualiser l'évolution de la population de l'île, depuis l'origine du peuplement. Une croissance importante et régulière s'observe. Quelles sont les caractéristiques des individus de cette société ?

2. La population Réunionnaise

a) Une population hétérogène

L'étude de l'histoire de La Réunion montre que la population de l'île croît de façon considérable, notamment par l'apport extérieur de main d'œuvre. Tenant compte de l'apport de la partie précédente, il s'agit de définir, à partir de la thèse de doctorat en anthropologie de Lucette Labache ²⁵⁴ sur la question de l'ethnicité à La Réunion, ce que deviennent les populations résultant des différents flux migratoires, les éléments qui les caractérisent, ceux qui les divisent et ceux qui les unissent. Dans ce cadre, l'expression « groupes communautaires » sera préférée au terme « ethnicité », utilisé par l'auteure.

Consciente des débats qui se posent depuis plusieurs années autour de la recherche identitaire à La Réunion, Lucette Labache cherche à établir vers quoi débouche cette quête. C'est-à-dire comment, dans cette société multi-ethnique, les populations se définissent et s'identifient. Est-ce avant tout en se distinguant des autres par rapport à leur appartenance ethnique ? Est-ce en s'identifiant comme Réunionnais, sans tenir compte de leurs origines ? Ou est-ce un mélange des deux éléments, soit ce que Labache qualifie de « melting pot » ? Sa recherche s'appuie sur une enquête expérimentale menée auprès de 768 sujets des deux sexes, répartis en huit groupes

²⁵³ F. SANDRON, *La population réunionnaise : analyse démographique*, Paris, IRD, 2007, p. 28.

²⁵⁴ L. LABACHE, *La question de l'ethnicité à l'île de la Réunion : vers un melting-pot ?*, Thèse de doctorat en anthropologie, Paris, EHESS, 1 janvier 1996, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/1996EHES0079>>. (Consulté le 1 juillet 2020).

ethniques, dans les catégories socio-professionnelles inférieures, moyennes, supérieures et en deux classes d'âge (les 55-60 ans et les 20-25 ans)²⁵⁵. Le choix des deux classes d'âge lui permet d'établir une analyse trans-générationnelle afin d'identifier si une évolution apparaît dans la perception identitaire entre ces deux générations. Afin de mieux situer les populations présentes à La Réunion et en utilisant l'auto-affiliation comme un « moyen de tri et d'étiquetage »²⁵⁶, l'auteure définit les groupes communautaires présentés dans le tableau qui suit.

Figure 23 : Représentation des groupes communautaires présents à La Réunion selon Lucette Labache ²⁵⁷

Groupes communautaires	Caractéristiques
Cafres	Issus de l'esclavage, ils puisent leurs origines dans l'aire afro-malgache. L'étymologie du terme « Cafre » provient du mot arabe <i>kaffir</i> , qui signifie « infidèle » ou « non adorateur de l'islam ». C'est le nom qui a été donné aux esclaves lors de leur arrivée dans la colonie. C'est le groupe le plus hétérogène en termes de provenance géographique des ancêtres et de métissage.
Chinois	Originaires de la Chine. À l'origine composés de Hakkas et de Cantonais.
Gros-Blancs	Désignent les représentants de la bourgeoisie blanche descendants des colons. « Gros » renvoie à leur statut social et « blanc » à leur phénotype.
Malbars	Originaires de l'Inde du Sud. Jugeant cette appellation impropre et stigmatisante, les Malbars veulent remplacer cette appellation par celle de « Tamoul », expression plus prestigieuse faisant référence à l'une des régions de provenance des Malabars, le Tamil Nadu.
Petits-Blancs, « Créoles blancs » ou « Yabes »	Le terme de « Yabe » est entouré d'une connotation péjorative, dans la mesure où il évoque une série d'éléments négatifs. « Petits » fait notamment référence à leur statut économique : ce sont les blancs pauvres de La Réunion.
Zarabes	Ce sont les indiens dont les ancêtres proviennent du Gudjerat et qui ont pour confession l'islam. L'expression étant impropre, les « Zarabes » préfèrent être appelés « Musulmans ».
Zoreils	Métropolitains arrivés en masse depuis 1946 pour les besoins du changement institutionnel entraîné par la départementalisation ; ils sont employés pour la majorité d'entre eux dans des fonctions d'encadrement. Ils séjournent en moyenne cinq années sur l'île.

²⁵⁵ L'enquête ayant été réalisée en 1995, les jeunes interrogés ne correspondent pas à la génération que nous étudions mais plutôt à celle qui la précède. Ainsi, notre regard portera sur l'évolution de la définition identitaire qu'il existe entre les deux générations étudiées.

²⁵⁶ G. DEVEREUX, *Essais d'ethnopsychiatrie générale*, s.l., Gallimard, 1977 (Bibliothèque des sciences humaines).

²⁵⁷ L. LABACHE, « L'ethnicité chez les jeunes Réunionnais », *Agora débats/jeunesses*, vol. 9, n° 1, 1997, pp. 94- 104.

Dans son analyse, Lucette Labache met en lumière des éléments communautaires entraînant des répercussions sur le fonctionnement de la société réunionnaise : « Chez les Réunionnais, l'éducation se soumet au phénomène de reproduction, selon la conception de P. Bourdieu. L'analyse trans-générationnelle montre que malgré une lente harmonisation chez les jeunes, ce sont les mêmes groupes qui se retrouvent être les plus favorisés et les mêmes qui sont les plus défavorisés [...]. Le niveau de formation interviendrait comme facteur de distinction²⁵⁸ non seulement social mais aussi ethnique. »²⁵⁹ Elle remarque également que le communautarisme se retrouve dans le milieu professionnel et qu'il est reconnu par les deux générations interrogées : « Quelle que soit la classe d'âge, la conception de la stratification professionnelle demeure la même, plaçant chaque ethnicité dans un secteur spécifique. »²⁶⁰

D'un point de vue culturel, deux phénomènes s'entrecroisent. En effet, il existe une culture partagée dans laquelle tous les Réunionnais déclarent partager « un fond commun constitué par la connaissance des personnages historiques, des contes et légendes se regroupant en une mémoire sociale porteuse d'une valeur de différenciation qui les distingue des Zoreils »²⁶¹. D'un autre côté, l'éducation différentielle perpétuée par les différents groupes ethniques participe au maintien de la « conscience des différences »²⁶², même si les membres de la deuxième génération se définissent davantage comme « Réunionnais » que leurs aînés.

L'étude de Lucette Labache constate la complexité des rapports sociaux qui existent entre les différentes communautés présentes à La Réunion. Aussi, même si elle constate que l'identité réunionnaise s'affirme de plus en plus, les différences persistent dans l'éducation des populations en fonction du groupe communautaire auquel elles appartiennent. De ce fait, les jeunes grandissant dans ce contexte sont partagés entre leur culture familiale, leur culture réunionnaise et celle qui leur est enseignée à l'école, identique à celle présente en France métropolitaine. Mettre en avant la diversité ethnique caractérisant La Réunion souligne la

²⁵⁸ P. BOURDIEU, *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979

²⁵⁹ L. LABACHE, « L'ethnicité chez les jeunes Réunionnais », *art. cit.*, p. 98.

²⁶⁰ L. LABACHE, « L'ethnicité chez les jeunes Réunionnais », *art. cit.*, p. 102.

²⁶¹ Ibid.

²⁶² L. LABACHE, « L'ethnicité chez les jeunes Réunionnais », *art. cit.*, pp. 9 – 10.

richesse culturelle que l'île peut exploiter comme un atout touristique, mais aussi les difficultés que les jeunes locaux rencontrent dans leur recherche identitaire et les inégalités liées à leur groupe d'appartenance.

b) Une population jeune

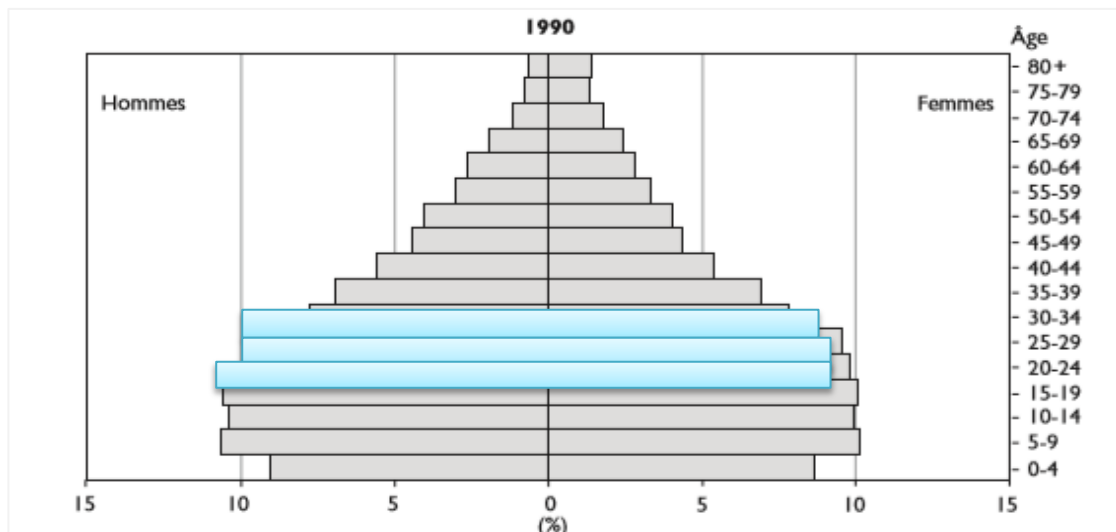
Figure 24 : Évolution de la répartition (en %) de la population par groupes d'âge (1954 -1999)

	0 – 19 ans	20 – 59 ans	60 ans et +
1954	52,1	42,6	5,3
1961	54	40,7	5,3
1967	56,3	38,4	5,3
1974	54,1	39,9	6
1982	49	44	7
1990	40	51,4	8,6
1999	36,2	53,8	10

Sources : Insee, recensement

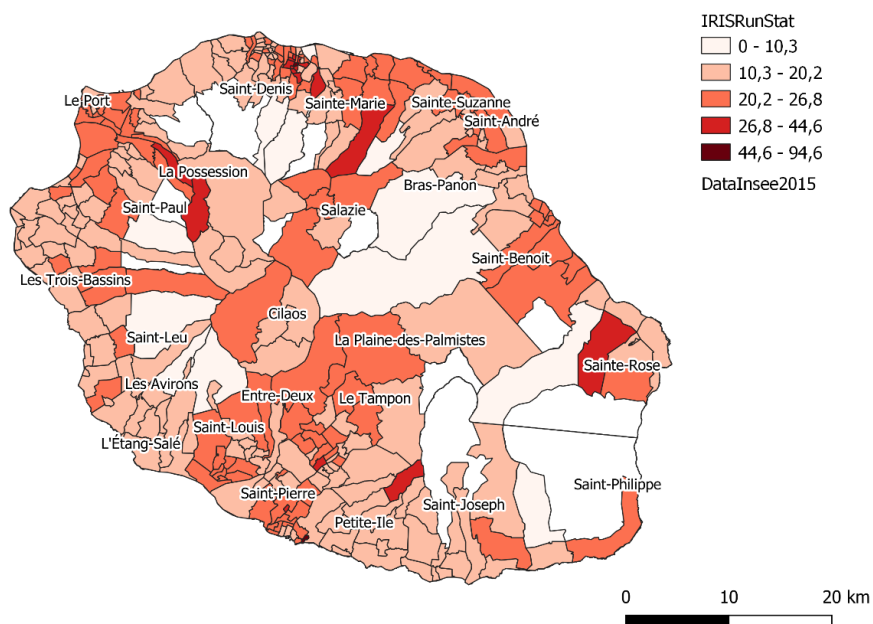
Les recensements de l'INSEE répertoriés dans le tableau précédent montrent qu'en six ans, la part du nombre de jeunes ayant 19 ans ou moins diminue de presque 16 %, tandis que celle des personnes âgées de 60 ans et au-delà double. La pyramide des âges de 1990 montre néanmoins que la population reste relativement jeune. Avec une base importante, cette pyramide illustre un maintien des natalités et une part de jeunes, de 30 ans et moins, plus importante que celle des personnes plus âgées. Les colonnes bleues du graphique ci-dessous représentent la part de la population qui nous intéresse. Elles mettent en avant la part conséquente des jeunes dans l'ensemble de la population réunionnaise en 1990.

Figure 25 : Pyramide des âges de 1990



Sources : Insee, recensement

Figure 26 : Répartition des 15 – 29 ans sur le territoire réunionnais d’après le recensement INSEE 2015



Qu’en est-il vingt-cinq ans plus tard ? Le segment de population étudié est-il toujours aussi En 2015, les jeunes âgés de 15 à 29 ans représentent 21% de l’ensemble de la population avec une légère majorité féminine (50,7%), et atteindraient selon l’INSEE 18% d’entre elle à l’horizon 2030. On comptabilise un nombre de 177 275 jeunes âgés entre 15 et 29 ans sur l’île, ce qui correspond à un potentiel touristique local non négligeable. La carte précédente montre la

répartition des jeunes sur le territoire en 2015 : les concentrations les plus importantes de population de cette catégorie de jeunes se situent à Saint-Denis et Sainte-Marie, dans le Nord, La Possession, dans l’Ouest, la Plaine des Grègues, dans le Sud et Sainte-Anne, dans l’Est. À l’inverse, Cilaos concentre le moins de jeunes de la même tranche d’âge en en totalisant 1018, suivi de Saint-Philippe (1026) puis de La Plaine des Palmistes (1062).

L’année 2014 est celle de la jeunesse pour la Région Réunion. Ainsi, avec le concours de l’INSEE, ces deux entités établissent une vue d’ensemble précise de la jeunesse et de ses différentes étapes d’accès à l’autonomie. Elles observent ainsi les tendances de 167 000 jeunes âgés entre 16 et 29 ans présents sur l’île en 2011 (20% de la population réunionnaise totale). Cette étude²⁶³ est un élément essentiel, puisqu’utilisée comme ressource principale dans l’analyse des conditions de vie des jeunes à La Réunion. L’enquête s’appuie sur cinq axes principaux : l’accès au logement, le rapport à la famille, le niveau de formation, l’emploi et les revenus.

✚ Les jeunes Réunionnais, proches de leurs familles

L’accès au logement est un point à aborder lorsque l’on s’intéresse à la jeunesse. En effet, il est une étape essentielle de l’accès à l’autonomie, élément important pour la tranche des 16-29, qui constitue la période de transition entre l’adolescence et l’âge adulte. À La Réunion, les jeunes ont tendance à rester longtemps chez leurs parents (58% en 2011), notamment lorsqu’ils sont élèves ou étudiants (4 jeunes sur 5). De plus, les hommes vivant chez leurs parents occupent une plus grande part que celle des femmes (67,8% des hommes de 16 à 29 ans vivent au domicile parental, contre 49% des femmes).

Figure 27 : Répartition des jeunes âgés de 16 à 29 ans selon le mode de vie

	Ensemble	Hommes	Femmes
--	----------	--------	--------

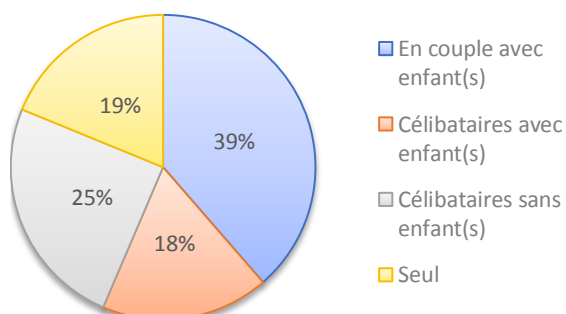
²⁶³ E. FABRE *et al.*, « Un Réunionnais sur cinq a entre 16 et 29 ans – Portrait de la jeunesse réunionnaise | Insee », *INSEE Dossier Réunion 2*, Réunion, INSEE Réunion-Mayotte, 2014, p. 24, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1893738?sommaire=1893744>>. (Consulté le 24 février 2021).

	(En nombre)	(En%)	(En%)	(En%)
Domicile parental - Ensemble dont :	97 000	58,2	67,8	49,0
Vit chez ses deux parents	59 700	35,8	41,7	30,2
Vit chez un de ses parents	34 400	20,6	25,1	16,3
Vit en couple, chez ses parents	1 200	0,7	0,7	0,8
Vit avec enfant(s), chez ses parents	1 700	1,0	0,3	1,7
Domicile personnel - Ensemble dont :	55 800	33,5	22,6	43,9
Vit en couple avec enfant(s)	21 500	12,9	9,2	16,5
Vit sans conjoint, avec enfant(s)	10 100	6,1	0,3	11,5
Vit en couple sans enfant	13 700	8,2	7,0	9,4
Vit seul	10 500	6,3	6,1	6,5
Domicile autre famille	6 200	3,7	4,2	3,3
Colocation	3 800	2,3	2,3	2,3
En communauté	3 800	2,3	3,1	1,5
Ensemble	166 600	100,0	100,0	100,0

Source : Insee, Recensement de la population 2011

Ce tableau montre que la majorité de ceux qui quittent le domicile parental s'installe en couple avec un ou plusieurs enfants. Ce sont en majorité des femmes (16,5% pour 12,9% chez les hommes). Elles sont également plus nombreuses à quitter le domicile parental pour s'installer avec leur(s) enfant(s) : 11,5% contre 0,3% des hommes.

Figure 28 : Situation familiale des jeunes de 16 à 29 ans ayant un domicile personnel en 2011

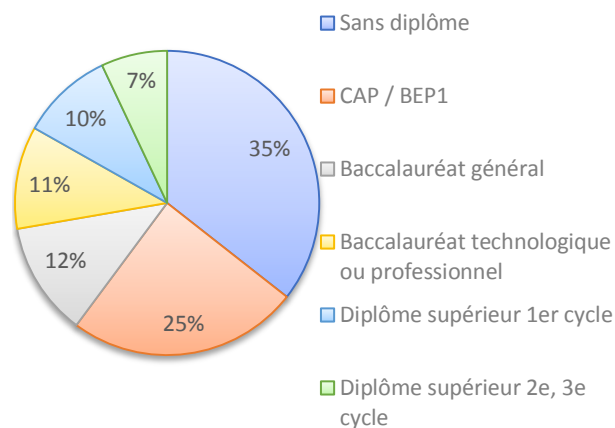


Source : INSEE, Recensement de la population 2011

Ainsi, la principale raison qui incite les jeunes à quitter le domicile parental est la construction de leur propre famille. 82% s'installent en couple et/ou avec des enfants et 57% d'entre eux sont parents. Ce qui suppose que pour eux, la famille constitue un élément important dans leur prise de décision. Les études sont ensuite la deuxième cause de départ du domicile parental.

✚ Le niveau de formation et l'accès à l'emploi

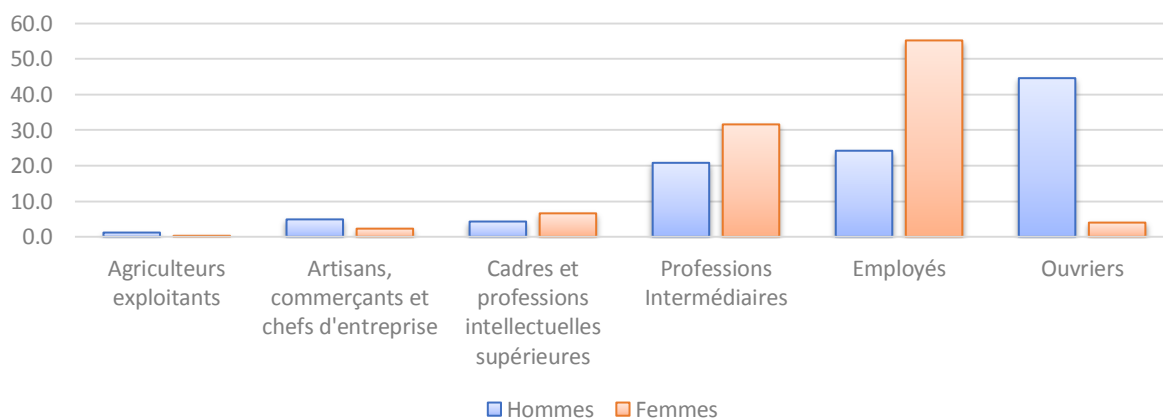
Figure 29 : Répartition des jeunes de 16 à 29 ans qui ont arrêté leurs études suivant le plus haut diplôme



Source : INSEE, Recensement de la population 2011

Plus d'un tiers des jeunes à La Réunion ne disposent pas de diplôme et un quart d'entre eux ne sont pas titulaires du Baccalauréat, mais d'un Certificat d'Aptitude Professionnelle ou d'un Brevet d'Études Professionnelles. Ce qui signifie que plus de la moitié (60%) ne disposent pas de diplôme du secondaire. A contrario, près d'un quart possèdent un Baccalauréat général, technologique ou professionnel et 17% sont diplômés du supérieur. Parmi ceux qui ont arrêté leurs études, 38,7% n'ont pas d'emploi, ce qui est conséquent. Le niveau d'études entraîne donc des répercussions sur l'accès à l'emploi. Les diplômés du Supérieur ont pour plus de 70% d'entre eux un emploi alors que ceux qui n'en n'ont pas sont moins de 20%. Quant au Baccalauréat, 50% des bacheliers du général accèdent à un emploi. De même pour un peu plus de la moitié des bacheliers du secteur technologique.

Figure 30 : Répartition des emplois des jeunes selon la catégorie sociale et le sexe en 2011

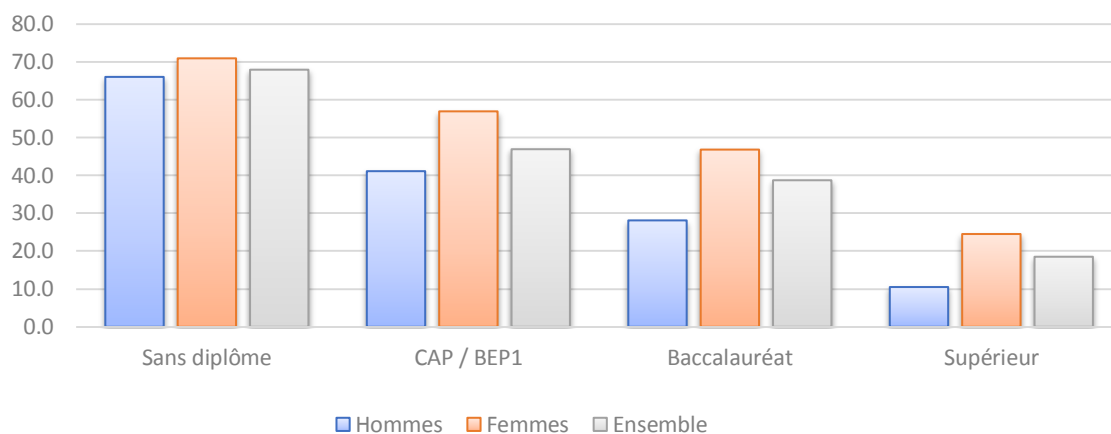


Sources : INSEE, Recensement de la population 2011

D'après l'INSEE, pour ceux qui sont employés en 2011, un tiers souhaite travailler davantage. En observant le graphique suivant, il ressort que les jeunes sont souvent embauchés à des postes d'employés et d'ouvriers. En revanche, peu d'entre eux sont cadres. Les femmes en situation d'emploi sont pour plus de la moitié employées (55.2%) alors que la majorité des hommes en

poste sont ouvriers (44.6%). Ceux qui sont embauchés en tant que cadres ou dans les professions intermédiaires sont en principalement des femmes (6,6% des femmes et 4,3% des hommes) alors que les artisans et commerçants sont essentiellement des hommes (4,9% des hommes et 2,3% des femmes). Concernant les agriculteurs exploitants, la part des jeunes est infime (1.2% des hommes et 0.3% des femmes).

Figure 31 : Taux de chômage des jeunes selon le sexe et le niveau de diplôme à La Réunion en 2011



Sources : INSEE, Recensement de la population 2011

Pour ce qui concerne le chômage, le taux chez les jeunes hommes est de 42,9% alors qu'il est de 49,4% chez les jeunes femmes en 2011. L'enquête révèle que les femmes y sont plus confrontées que les hommes, quel que soit leur diplôme ou niveau d'étude. Le schéma ci-contre montre par exemple qu'avec un CAP/BEP, le taux de chômage chez les femmes est supérieur à 50%, alors que chez les hommes, il se situe autour de 40%. Pour les bacheliers, le taux de chômage chez les femmes est supérieur de 18,7 points à celui des hommes. Il est supérieur de 14% pour celui des diplômés de l'enseignement supérieur.

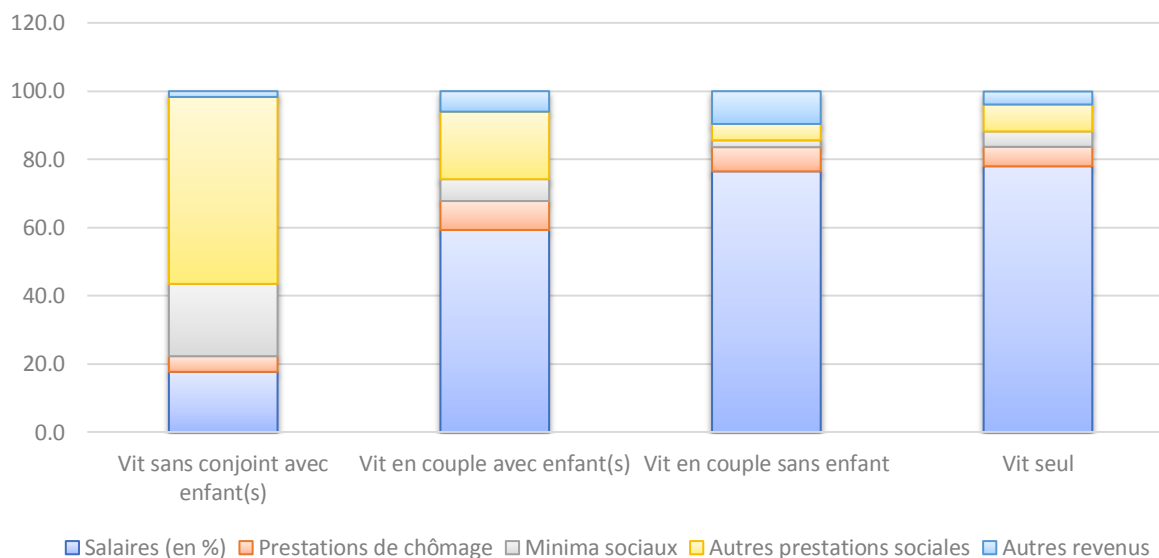
Figure 32 : Taux de pauvreté et niveau de vie des jeunes en fonction de leur situation familiale

	Taux de pauvreté	Niveau de vie mensuel médian
	(en %)	(en euros/UC)
Domicile parental dont :	46,5	1 000
Vit avec ses deux parents	39,3	1 130
Vit avec un seul parent	61,1	810
Domicile personnel dont :	41,2	1 120
Avec enfant(s) dont :	53,1	900
Vit en couple	44,8	1 040
Vit sans conjoint	76,1	790
Sans enfant dont :	16,0	1 570
Vit en couple	14,0	1 680
Vit seul	21,6	1 350
Autres situations	47,3	950

Sources : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav, enquête sur les Revenus fiscaux et sociaux (ERFS) en 2010.

Les jeunes seuls ou en couple sans enfant ont un niveau de vie supérieur à celui des autres. C'est également la catégorie où le taux de pauvreté est le plus faible (16%). En revanche, ceux qui vivent chez leurs parents sont les moins avantagés avec un taux de pauvreté de 46,5% et un niveau de vie mensuel médian de 1 000€ (Le niveau mensuel médian = salaire moyen perçu par le foyer/par le nombre de part comptées dans celui-ci). Ce qui explique pourquoi celui des familles avec enfants est plus faible que celui des jeunes sans enfant. Lorsque nous comparons le niveau de vie des jeunes vivant chez leurs parents à celui de l'ensemble des jeunes ayant leur domicile personnel, les taux de pauvreté sont proches (5,3 points d'écart), même si ceux qui vivent chez leurs parents sont plus nombreux que les autres et disposent d'un niveau de vie mensuel médian inférieur de 120€.

Figure 33 : Répartition des ressources des jeunes qui ont quitté le domicile parental selon le type de revenus en 2010



Sources : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav, enquêtes sur les Revenus fiscaux et sociaux (ERFS) en 2010.

Concernant les jeunes qui ont quitté le domicile parental, l'essentiel des ressources perçues par les jeunes vivant seuls ou en couple sans enfant provient des salaires. En revanche, pour ceux qui vivent sans conjoint avec enfants, la plus grande partie des ressources provient des minima sociaux et autres prestations sociales (76%). Pour ceux qui perçoivent un salaire, un jeune embauché à La Réunion, que ce soit dans le secteur privé ou public, touche en moyenne un salaire de 1 580 €. Le SMIC mensuel pour un salarié à temps plein en 2010 est fixé à 1 365 €. Par conséquent, les jeunes en emploi perçoivent, en moyenne, une rémunération supérieure à celle fixée par l'État comme minimum d'insertion.

Figure 34 : Salaire moyen d'un jeune à plein temps en fonction de son poste en 2011

Secteur public	2 070
Secteur privé dont :	1 470
Cadres	2 520
Professions intermédiaires	1 780
Employés	1 380
Ouvriers qualifiés	1 410
Ouvriers non qualifiés	1 240
Ensemble	1 580

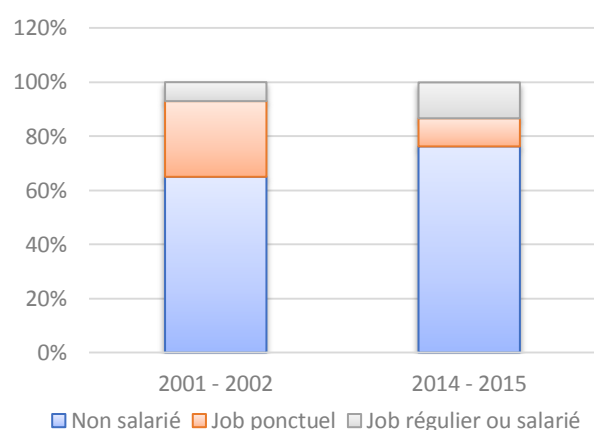
Sources : Insee, DADS fichier postes 2011

Le tableau ci-contre classe le salaire moyen d'un jeune à plein temps, en fonction du poste qu'il occupe et du secteur dans lequel il travaille. Il en ressort que les jeunes du secteur privé occupant un poste d'ouvrier non qualifié ou d'employé perçoivent un revenu moyen inférieur ou égal au SMIC. Ils n'ont donc pas la même situation économique que les autres jeunes en emploi.

L'entourage des jeunes à La Réunion leur apporte une source de revenus supplémentaires. Les jeunes élèves et étudiants sont ceux qui en bénéficient le plus. En effet, selon une enquête menée par l'INSEE et l'INED sur les migrations, la famille et le vieillissement de la population en

2010 ²⁶⁴, 41,5% des jeunes étudiants ou élèves déclarent percevoir une aide financière en provenance de leur(s) proche(s). Les étudiants forment une catégorie de jeunes ayant des conditions différentes de celles des autres. L'Observatoire de la Vie étudiante (OVE), intégré à l'Université de La Réunion, réalise des études sur ce public et ses conditions de vie. De 1998 à 2004, une équipe de bénévoles a mené des enquêtes auprès des étudiants, avant de publier leurs résultats dans *les Cahiers de l'Observatoire de la Vie Étudiante* en fin de chaque année²⁶⁵.

Figure 35 : Jobs étudiants : évolution des proportions des réponses entre les années universitaires 2001-2002 et 2014-2015



En 2004, Guillaume Brionne, chargé de mission au Centre d'Études et de Recherches sur les Qualifications (CEREQ) de l'Université de La Réunion, publie une étude sur les conditions de vie des étudiants à l'Université de la Réunion sur l'année 2001-2002²⁶⁶. Cette enquête révèle que 65% des étudiants de l'année universitaire 2001-2002 n'ont pas d'activité professionnelle rémunérée alors que 28% d'entre eux, particulièrement les plus de 25 ans, ont un

emploi à temps partiel ou occasionnel.

Les autres, représentant 7%, travaillent à plein temps ou sont salariés. L'OVE publie un rapport d'étude similaire sur l'année scolaire 2014-2015²⁶⁷ et démontre que la part des étudiants non-salariés augmente, tout comme celle des jobs réguliers ou des salariés. En effet, elles passent respectivement à 76,24% et 13,25% des jeunes interrogés. Ces chiffres confirment que la grande majorité des étudiants à La Réunion ne subviennent pas à leurs besoins grâce à un emploi. Ils y parviennent en bénéficiant des aides extérieures provenant de la famille et/ou des bourses proposées par les organismes d'État.

²⁶⁴ « Enquête Migrations, famille et vieillissement », Saint-Denis (Réunion), INSEE et INED, 2010.

²⁶⁵ « Données et enquêtes - Université de La Réunion », *Université de La Réunion*, 2004 1996, [En ligne]. <<https://www.univ-reunion.fr/service-universitaire-de-vie-etudiante-et-de-campus-suvec/observatoire-de-la-vie-etudiante-ove/donnees-et-enquetes>>. (Consulté le 2 juillet 2020).

²⁶⁶ G. BRIONNE, « Les conditions de vie des étudiants de l'Université de La Réunion (2001-2002) », *Les Cahiers de l'OVE*, n° 4, juin 2004, pp. 39- 44.

²⁶⁷ « Grande enquête : Conditions de vie des étudiants de l'Université de La Réunion », Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion - Observatoire de la Vie Etudiante, 2015, p. 27.

3. L'économie réunionnaise

a) Une transition économique rapide

La période qui fait suite à la Seconde Guerre mondiale présente une dynamique différente de celle de la France Métropolitaine. Alors que cette dernière met en place des mesures en faveur de la repopulation du territoire, La Réunion tente de réguler des taux de natalité très élevés. En 1946, la mortalité infantile est supérieure à 150 pour mille et l'espérance de vie inférieure à 50 ans. Toutefois, la population augmente de 30 % entre 1930 et 1950. La départementalisation, et les moyens qui lui sont alloués à partir de 1960, accompagnent l'île lors de la transformation de son économie du secteur primaire vers le secteur tertiaire. « En l'espace d'une cinquantaine d'années, les indicateurs de la situation socio-économique de La Réunion sont tout simplement passés de ceux d'un pays en développement à ceux d'un pays développé », mentionne Frédéric Sandron, dans son analyse de la « dynamique démographique réunionnaise »²⁶⁸ fondée sur les chiffres du tableau figurant ci-après.

Figure 36 : Évolution de quelques indicateurs de développement socio-économique entre 1946 et 1996²⁶⁹

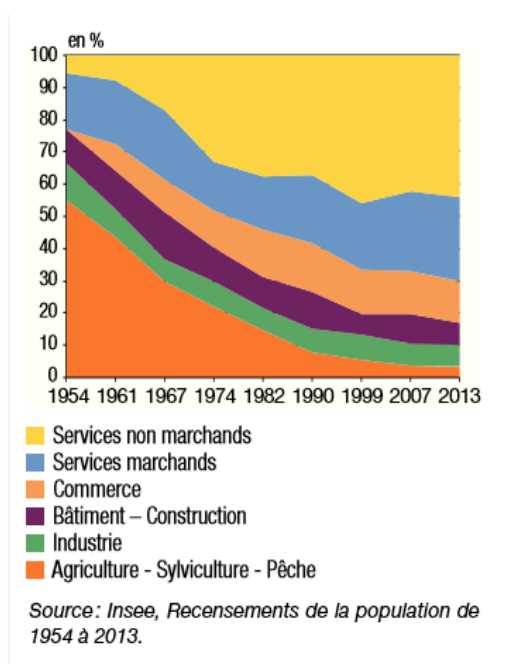
	1946	1996
Part de la population active dans le secteur primaire	65 %	2 %
Taux d'urbanisation	20 %	86 % (1999)
Nombre de lycées*	2	24 (1997)
Nombre de bacheliers dans l'année*	43	4 600
Proportion de logements en dur	8 %	98 % (1999)
Nombre de médecins pour 1 000 habitants	0,14	1,74
Proportion de logements ayant l'électricité	12 %	99 %
Proportion de logements ayant l'eau courante	10 %	97 %
Nombre d'enseignants dans le second degré*	100	6 514 (1997)
Espérance de vie	48 ans	74,6 ans
Mortalité infantile	160 ‰	6,5 ‰
Nombre de voitures pour 1 000 habitants	5	260 (1994)
Kilomètres de routes bitumées	131	2 724 (1994)
Nombre de téléphone pour 1 000 habitants	10	333

²⁶⁸ F. SANDRON, *La population réunionnaise, op. cit.*, p. 37

²⁶⁹ F. SANDRON, *La population réunionnaise, op. cit.*, p. 38

Ce tableau montre une diminution drastique de la part de la population active dans le secteur primaire, mais aussi un taux d'urbanisation multiplié par quatre. Ces deux éléments sont les signes probants d'une transformation sociétale profonde. La seconde moitié du XX^e siècle est, en effet, marquée par le déclin progressif de la société agricole et rurale, ce dernier se manifestant notamment par la construction de routes, d'hôpitaux, d'écoles, de logements disposant d'eau potable et d'électricité, ainsi que par la mise en place d'un système de santé moderne²⁷⁰.

Figure 37 : Part de chaque secteur dans l'emploi total



De 1999 à 2007, l'emploi du secteur tertiaire augmente considérablement. Les emplois des services non marchands correspondent à ceux liés aux services publics et administratifs. Le fait que leur part prenne de l'ampleur dans le total des professions de l'île symbolise une intervention croissante de l'État dans l'économie de l'île depuis les années 1960. Les travailleurs agricoles diminuent considérablement et semble presque insignifiants en 2013. Les quotas des métiers du secteur industriel et du bâtiment semblent quant à eux se maintenir.

b) Emploi et chômage

Dès 1967, l'île prend ses premières mesures contre le chômage. Situation paradoxale, puisque simultanément, le nombre d'emplois sur l'île augmente. La cause principale résulte de la pression démographique présente sur le marché du travail. Dans son rapport sur les mutations économiques réunionnaises, l'INSEE l'explique : « Depuis 1967, la population active a été

²⁷⁰ E. MAESTRI, 1946: *La Réunion, département: regards sur la Réunion contemporaine: actes du colloque de Saint-Denis de la Réunion, organisé par l'Université de la Réunion, en collaboration avec le Conseil général de la Réunion, 6-10 décembre 1996*, Paris, L'Harmattan - Université de La Réunion, 1999.

multipliée par 2,8, autant que l'emploi et davantage que la population qui a été multipliée par 2. Par conséquent, le nombre de chômeurs a augmenté dans les mêmes proportions »²⁷¹.

Figure 38 : Principaux indicateurs économiques 2018

Indicateur	Année 2018
Produit Intérieur Brut	18,53 milliards d'euros
Taux de croissance du PIB	+1,7
PIB par habitant	22 200€
Taux d'inflation	+1,8%
Population active	340 000
Nombre d'emplois	289 145
Taux de chômage (au sens du BIT)	24%
Taux de pauvreté	40%

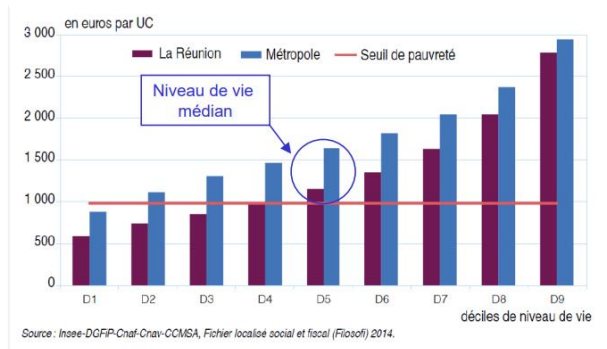
Sources : Insee, IEDOM

Avec les services comme principale ressource de richesse, La Réunion présente aujourd'hui les caractéristiques d'une économie tertiaire. Les services marchands, qui comprennent l'économie numérique, les transports, le tourisme et les services à la personne ainsi qu'aux entreprises créent 39 % de la richesse de l'île en 2016. La même année « avec une hausse de 9,5 % du nombre de touristes, les dépenses touristiques progressent nettement (324 millions d'euros en 2017 contre 294 millions en 2016). Elles contribuent pour 0,1 point à la croissance »²⁷².

²⁷¹ Y. CODER, B. DUPLOUY et E. FABRE, « La départementalisation de La Réunion 1946-2016 : 70 ans de mutations économiques », *INSEE Analyses* 18, octobre 2016, p. 4.

²⁷² A. CREIGNOU, « Bilan économique 2017 : Une croissance soutenue », *INSEE Conjoncture La Réunion*, Saint-Denis (Réunion), août 2018, p. 7.

Figure 39 : Déciles de niveau de vie à la Réunion et en Métropole (2014)



En 2018, le taux de chômage reste important (24%) et le taux de pauvreté est alarmant (40%). Le niveau de vie médian observé en 2014 et représenté ci-contre est 30% moins important qu'en France métropolitaine. Les écarts entre les salaires des plus aisés et ceux des plus modestes sont eux 30% plus élevés qu'en France métropolitaine. Ces

observations supposent que l'intervention des institutions du tourisme social est indispensable sur cette île. En facilitant l'accès des populations vivant en dessous du seuil de pauvreté à l'activité touristique, le « tourisme pour tous » leur accorde une meilleure insertion sociale.

Éliane Wolff, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de La Réunion, exprime à juste titre que « la société réunionnaise voit se télescoper tradition créole et modernité réunionnaise. Une situation observée dans de multiples aspects de la vie sociale »²⁷³. L'intégration des nouvelles normes sociales et des codes nécessaires à l'insertion professionnelle de ces nouveaux secteurs en fait, selon nous, partie. Cet apprentissage s'effectue dans les institutions scolaires mais également dans les associations et institutions d'éducation populaire. La place des jeunes prend ici toute son importance. Nés après l'ensemble de ces mutations, ils représentent les êtres les plus aptes à intégrer facilement l'ensemble des nouvelles normes sociales.

c) Une mobilité vectrice d'emploi

La mobilité chez les jeunes Réunionnais évolue depuis les années soixante. À la suite d'une situation sociale conflictuelle, prenant naissance après la départementalisation de l'île en 1945, les pouvoirs publics font de la mobilité extraterritoriale la solution principale de lutte contre le chômage. Au début des années 1960, seules les personnes dites « privilégiées » socialement partent vers la métropole. Ce sont essentiellement des intellectuels souhaitant y poursuivre leurs études ou des artistes, voire des cadres administratifs. Au tournant des années 1970, les jeunes

²⁷³ É. WOLFF, *Émergence d'un espace public : presse et expériences lycéennes à l'île de La Réunion : 1970-1995*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, La Réunion, Université de La Réunion en partenariat avec l'Université de Provence (1970 - 2011), 1996, p. 6.

Réunionnais apportent une main d'œuvre dans différents secteurs d'activité métropolitains, dans le but de réduire l'accroissement démographique de l'île, que son député Michel Debré considère comme une menace. Afin de faciliter ces départs ainsi que l'installation des Réunionnais en métropole, ce dernier crée en 1963 le Bureau des migrations d'Outre-mer, appelé « Bumidom »²⁷⁴. Grâce à cette institution, environ 5000 jeunes Réunionnais quittent leur île pour la métropole. Ainsi, la période allant de 1954 à 1975 sera qualifiée d'âge d'or en termes de déplacements de jeunes Réunionnais vers la métropole²⁷⁵.

Durant les décennies suivantes, ces mouvements se sont transformés. En effet, à partir de 1985, on assiste à de nombreux retours, généralement motivés par la situation économique. Entre 1990 et 1999, l'INSEE enregistre le plus faible taux d'installations durables (4%) depuis les années 1960, ce qui signifie que les jeunes ne restent plus en métropole. Sur la même période, La Réunion comptabilise un taux d'entrée trois fois supérieur à celui des départs. Les mouvements de résistance à la mobilité apparaissent pour plusieurs raisons. La première provient de la perception de la mobilité par les Réunionnais. Cette mobilité est ressentie comme une violence étatique puisqu' imposée, et les populations assimilent dès lors la culture de la mobilité à un échec du développement socio-économique. La seconde raison est que la mobilité est considérée comme une solution par défaut et non un véritable choix. Les liens affectifs avec le territoire d'origine deviennent alors associés aux mouvements de revendications identitaires²⁷⁶. En 1990, le territoire incite à nouveau les jeunes au départ vers la métropole et l'étranger. Le Bumidom, devenu Agence Nationale pour la promotion et l'insertion des travailleurs d'Outre-mer, ainsi que le CNARM, font la promotion de la métropole et aident les jeunes à s'installer sur le territoire. Ils mettent en avant une image positive des jeunes mobiles et font face à des mouvements de résistance²⁷⁷. De nos jours, la mobilité est perçue comme une étape : les jeunes partent en ayant le projet de rentrer. À l'inverse, ceux qui refusent de partir le choisissent délibérément. 29 100 jeunes âgés de 16 à 29 ans nés à La Réunion vivent en métropole en 2011.²⁷⁸ Les deux principales raisons de départ sont les études (41%) et le travail

²⁷⁴ « Le BUMIDOM (1963-1981) - Une autre histoire », s.d., [En ligne]. <<http://une-autre-histoire.org/le-bumidom/>>. (Consulté le 24 février 2021).

²⁷⁵ S. MOREL et S. MAIRE, « La jeunesse à La Réunion, une mise en prospective », *Informations sociales*, vol. 186, n° 6, 2014, pp. 118- 124.

²⁷⁶ L. LABACHE, « La mobilité des jeunes réunionnais », *Agora débats/jeunesses*, vol. 50, n° 4, 2008, pp. 22- 32.

²⁷⁷ *Ibid.*

²⁷⁸ E. FABRE, « La mobilité favorise l'autonomie », *INSEE Dossier Réunion 2*, INSEE, décembre 2014, pp. 21- 22.

(51%). Le graphique ci-dessous met en évidence la répartition des jeunes Réunionnais en fonction de leur motif de départ.

Les jeunes femmes partent principalement en métropole pour poursuivre leurs études (44%) alors que les jeunes hommes le font principalement pour trouver du travail. Il est rappelé ci-dessus que la moitié des jeunes Réunionnais installés en métropole sont en situation d'emploi. Un tiers d'entre eux occupent des emplois qualifiés et ils sont quatre sur dix à être titulaires d'un diplôme supérieur. Les femmes cadres ou de professions intermédiaires (38%) sont plus nombreuses que les hommes (32%) et sont aussi plus diplômées que ces derniers : la moitié d'entre elles sont titulaires d'un diplôme du supérieur. Pour ce qui est des emplois peu qualifiés, 33% de l'ensemble des jeunes Réunionnais installés en métropole sont ouvriers, alors que 54% des femmes et 33% des hommes sont employés. Cette mobilité, considérée comme une étape de vie, se traduit par certains chiffres. En effet, parmi les 166 600 jeunes recensés à La Réunion en 2011, 15 800 (9% des jeunes) ont déjà vécu plus de six mois hors de leur île, dont 90% en métropole.

La poursuite d'études supérieures, l'emploi ou la mobilité familiale pendant leur enfance constituent plusieurs motifs de départs. Le tableau suivant résume les caractéristiques et la situation des jeunes qui rentrent à La Réunion après cette expérience.

Figure 40 : Répartition des jeunes Réunionnais vivant en France métropolitaine selon le motif du départ et le sexe en 2011

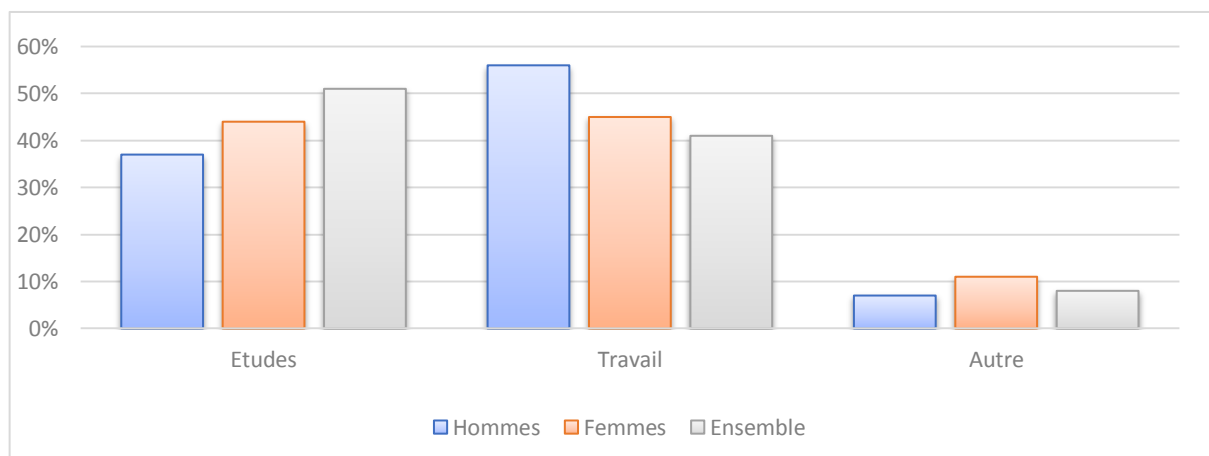


Figure 41 : Caractéristiques des Réunionnais de retour sur leur île en fonction du motif de départ ²⁷⁹

Motifs du départ	Caractéristiques et situation post mobilité (en 2011)
Poursuite d'études supérieures	Représentent 42% des jeunes partis, revenus avant ou en 2011. Ont en moyenne 20 ans au moment du départ et sont revenus deux ans et demi plus tard à La Réunion. 63% d'entre eux ont un diplôme du Supérieur et 15% poursuivent leurs études supérieures sur l'île. Leur taux d'emploi est très élevé : 56% contre 29% de l'ensemble des jeunes sur l'île.
Emploi	Représentent 20% des jeunes partis, revenus avant ou en 2011. Avaient en moyenne 21 ans au moment du départ et sont revenus un an et demi plus tard à La Réunion. 44% d'entre eux travaillent aujourd'hui à La Réunion.
Mobilité familiale pendant leur enfance	Représentent 38% des jeunes partis, revenus avant ou en 2011. Avaient pour la moitié d'entre eux moins de 11 ans et sont revenus avant leur 15 ans à La Réunion. 40% d'entre eux sont scolarisés , majoritairement dans le Secondaire et 31% sont en emploi .

L'analyse de ce tableau met en exergue un taux d'emploi des jeunes « partis » nettement supérieur à celui des « non-partants ». 30% des jeunes qui sont partis au moins six mois travaillent, contre 19% de ceux qui sont restés. Par conséquent, même si la mobilité ne séduit pas l'ensemble de la population à La Réunion, elle est un élément favorisant les conditions d'accès à l'emploi et par répercussion, les conditions de vie. Selon nous, cette mobilité entraîne également un changement de point de vue lié à la découverte de nouveaux modes de vie, de coutumes et à la rencontre de personnes différentes de son entourage. C'est pourquoi nous nous questionnons sur le regard que ces « revenants » peuvent porter sur le tourisme. Leur départ leur donne-t-il envie de découvrir leur île différemment, en pratiquant notamment des activités touristiques d'ordre culturel, sportif ou autres ? En est-il de même pour ceux qui sont partis s'installer en métropole et qui reviennent à La Réunion pour les vacances ?

²⁷⁹ E. FABRE, « La mobilité favorise l'autonomie », *INSEE Dossier Réunion 2*, INSEE, décembre 2014, pp. 21- 22.

d) *Une sensibilisation au tourisme nécessaire*

L'histoire de l'île, qu'elle soit économique ou sociale, aide à mieux situer le contexte dans lequel évoluent les jeunes Réunionnais. Même si cette tendance s'estompe, ils restent attachés à leur histoire et conservent un lien important avec la famille et le groupe communautaire auquel ils appartiennent. Plus de la moitié (57%) de ceux qui quittent le domicile parental s'installent dans leur propre logement avec leur partenaire et/ou leur(s) enfant(s) lorsqu'ils en ont. La famille constitue donc l'une des valeurs principales de l'île et par conséquent, des jeunes qui la composent. Les traditionnels pique-niques du dimanche en famille sur toute l'île l'illustrent très bien.

Parallèlement, l'économie de l'île se tourne, en l'espace de trente ans, vers le service alors qu'elle est dédiée à l'agriculture jusque dans les années 1950. La départementalisation de 1946 accompagne la mise en place progressive des prestations sociales et l'essor du secteur des services non-marchand. Ainsi, outre la croissance économique engendrée par le commerce, les services non-marchand participent à la création des emplois. L'INSEE, dans son analyse de l'économie de l'île, nous révèle que depuis la départementalisation, le nombre de postes est multiplié par trois alors que le taux de chômage poursuit sa croissance²⁸⁰.

Paradoxalement, le chômage ne cesse d'augmenter. L'INSEE constate un taux de chômage de 24% en 2018, ce qui correspond à une hausse de deux points depuis 2016. En plus de ce chiffre qui correspond aux personnes qui n'ont pas d'emploi mais qui en recherchent un, il existe un « halo » autour du chômage. Il est constitué des personnes souhaitant travailler mais qui n'effectuent pas de recherches d'emploi parce qu'elles sont découragées. Elles sont qualifiées d'« inactives » et représentent 12% de la population réunionnaise en 2018. Les jeunes sont particulièrement touchés par le problème de l'emploi. En effet, 42% des jeunes âgés entre 15 et 29 ans sont au chômage en 2018 et 13% sont dans le « halo » (+3 points par rapport à 2016)²⁸¹. L'une des principales raisons de ce paradoxe est le poids démographique sur l'emploi. Le nombre de jeunes entrant dans la vie active ne diminuant pas, l'île se retrouve avec un nombre de personnes en recherche d'emploi plus important que ceux qu'elle crée. Aussi, la mobilité

²⁸⁰ Y. CODER, B. DUPLOUY et E. FABRE, « La départementalisation de La Réunion 1946-2016 : 70 ans de mutations économiques », *op. cit.*, p. 2.

²⁸¹ P. PAILLOLE, « Le chômage et son halo augmentent en 2018. Enquête emploi en continu », *INSEE FLASH REUNION* 154, Saint-Denis (Réunion), INSEE, avril 2019.

des populations réunionnaises vers la France métropolitaine constitue une solution à la diminution de cette pression depuis les années 1960. Or, quitter son île pour exercer une activité professionnelle n'est pas désiré par tous, surtout lorsque l'attachement familial est fort. En parallèle, ceux qui se déplacent et qui reviennent s'installer sur l'île après leur expérience de mobilité ont davantage de chances sur le marché de l'emploi que ceux qui ne sont jamais partis. Ainsi, les jeunes Réunionnais doivent faire face à plusieurs dilemmes. Le premier est le difficile arbitrage à exercer entre leurs ambitions personnelles et leurs forts liens familiaux et culturels. Le deuxième est celui qui existe entre l'attachement qu'ils vouent à leur territoire et leur avenir professionnel.

Leur activité touristique est, tout autant, affectée par cet environnement. Les jeunes Réunionnais issus de familles dont la mobilité (locale ou externe) pour les vacances est de coutume ont davantage de facilité à envisager des déplacements car ils en ont l'habitude. Ceux qui, au contraire, n'ont jamais quitté l'île ou n'ont pas pris l'habitude de la visiter lors de week-ends ou d'excursions, ont plus de difficultés à l'envisager seuls lorsqu'ils sont en âge de le faire. Imposer une migration professionnelle à ceux qui n'ont ni attache familiale dans leur destination d'accueil, ni expérience de mobilité même au sein de leur territoire semble donc voué à l'échec pour une partie d'entre eux. Ainsi, même si des dispositifs de préparation au départ de quelques semaines sont établis par les organismes d'envoi, tel que le Comité National d'Accueil et d'action pour les Réunionnais en Métropole (CNARM), les facteurs de réussite au départ sont peut-être considérés comme insuffisants.

En effet, il nous semble intéressant de créer des programmes aidant l'ensemble des jeunes de l'île de se familiariser sur le long terme avec la notion de mobilité à travers la découverte de leur environnement proche. Ainsi, le tourisme constituerait un support de développement économique et social, qui offrirait la possibilité à l'ensemble des jeunes d'être plus autonomes dans leurs déplacements tout en donnant de l'ampleur à leur ouverture d'esprit. De plus, ceux qui quittent l'île deviennent de fait ses meilleurs ambassadeurs. Il est donc important qu'ils aiment leur territoire et qu'ils connaissent ses atouts touristiques. Ils pourront ainsi susciter chez leurs interlocuteurs l'envie de le visiter. Quels sont les atouts touristiques dont dispose l'île ?

B. Histoire du tourisme à La Réunion

L'île de La Réunion, en tant que, « petit territoire insulaire »²⁸², est économiquement et environnementalement vulnérable²⁸³. Jean-François Hoarau, Professeur en sciences économiques, énumère ses handicaps structurels : « les caractéristiques géographiques (petite dimension, éloignement, enclavement, exposition à des risques majeurs, fragilité des écosystèmes, etc...), le contexte historique (dépendance vis-à-vis de l'extérieur, relations privilégiées avec les anciennes tutelles politiques, etc...), la situation sociale (moindre intensité et volatilité du capital humain, précarité du marché du travail, insécurité, etc...) et la structure économique (déséconomies d'échelle, étroitesse des marchés locaux, faible diversification des activités, coûts d'accès aux ressources extérieures, etc...) »²⁸⁴. Face à ces contraintes, certaines îles indioocéaniques, à l'exemple de Maurice et des Seychelles, se tournent vers le tourisme pour dynamiser leur économie, tout comme La Réunion à partir des années 1970. L'activité représente une opportunité pour ces territoires mais se révèle particulièrement fragile. Sujet aux crises, altérant l'environnement et dépendant des transports, le tourisme est un secteur sensible qui mérite une stratégie adaptée au milieu socio-économique dans lequel il s'intègre. Comment La Réunion a-t-elle intégré le tourisme dans son économie ? Quelle stratégie de développement a-t-elle adoptée depuis sa spécialisation touristique ? À quelles contraintes l'activité fait-elle face ?

1. Le tourisme thérapeutique au XIX^e siècle

Les travaux de Denis Voituret, de Yann-Eric Fleurant et de Christian Germanaz se rejoignent sur les premières expressions du tourisme à La Réunion. Elles sont liées à la volonté des populations vivant dans les « Bas » de l'île, de se rendre dans les « Hauts » pour y « changer d'air » ou pour profiter de son patrimoine thermal. À l'image de l'invention du tourisme en Europe au XVIII^e siècle avec ses stations thermales, étudié par l'historien Marc

²⁸² Aucun consensus n'existe sur ce que l'on entend par « petite » économie insulaire. Le professeur en géographie François Taglioni propose, dans *Les petits espaces insulaires face à la variabilité de leur insularité et de leur statut politique* parue dans les *Annales de Géographie en 2006*, une définition relativement souple à laquelle on pourra se référer : « des terres entourées d'eau de tous côtés, d'un seul tenant, dont la superficie est inférieure à 11000 km² et la population inférieure à 1,5 million d'habitants » (p. 668).

²⁸³ J.-F. HOARAU, « Les petites économies insulaires à spécialisation touristique, des entités certes vulnérables mais également résilientes : Une introduction », *Spécialisation touristique et vulnérabilité: réalités et enjeux pour le développement soutenable des petits territoires insulaires*, 2016, p. 17.

²⁸⁴ I-F. HOARAU, « Les petites économies insulaires à spécialisation touristique, des entités certes vulnérables mais également résilientes : Une introduction », *opt cit.* p. 18.

Boyer²⁸⁵, les Réunionnais et les visiteurs les plus aisés se rendent dans les « hauts » pour profiter de la qualité de l'air et des vertus thérapeutiques des eaux. Denis Voituret, dans son mémoire de diplôme d'études approfondies, est le premier à proposer une publication historique approfondie du tourisme colonial et du loisir de plein air de 1919 à 1939. Il parvient, grâce à une analyse comparative des travaux sur l'avènement des loisirs au niveau national et de l'histoire du sport au niveau local, à présenter les débuts du tourisme à La Réunion, ainsi que le contexte dans lequel l'activité s'est progressivement mise en place. Il précise que « la station de Hell-Bourg se développe en 1852 grâce à la source thermale de Salazie découverte en 1832, Cilaos est découverte en 1819, Mafate en 1853, Bras-Cabot en 1869 »²⁸⁶. Il émet cependant un doute sur l'antériorité des stations thermales par rapport aux stations balnéaires, en s'appuyant notamment sur le titre du Petit Journal de l'île en juin 1902 : « Les plages sont désertées au profit des vallées et des bains »²⁸⁷.

Christian Germanaz, maître de conférences en géographie, analyse le développement touristique de l'île à travers son corpus de cartes. Son travail aide à appréhender les différentes étapes de construction du tourisme sur l'île. Il remarque qu'à la fin du XIXe siècle, l'aménagement des thermes à Hell-Bourg et à Cilaos, l'amélioration des routes pour y accéder et la construction des auberges et « cases » de résidences sont les premières manifestations spatiales de l'activité touristique sur l'île. Contrairement à Denis Voituret, il affirme que les touristes se tournent vers les plages après s'être intéressés aux stations thermales : « Le mouvement de balnéarisation du littoral réunionnais provoque une "descente" progressive des projets touristiques vers "les Bas" sans produire de carte révélatrice de ce changement en cours jusqu'à la fin des années 1950. »²⁸⁸

Yann-Eric Fleurant propose, dans son mémoire de maîtrise en géographie, une segmentation du développement touristique en trois étapes. Elle est précédée d'un phénomène de déplacement des populations des « Bas » vers les « Hauts ». Il s'appuie sur le premier guide touristique édité par le Syndicat d'Initiative de la Réunion en 1911, pour affirmer que le positionnement

²⁸⁵ M. BOYER, *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle*, Paris, France, L'Harmattan, 2005.

²⁸⁶ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion: 1919-1939*, Mémoire de D.E.A de Lettres et Sciences Humaines Option Histoire, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, septembre 2002, p. 54, [En ligne]. <http://tel.univ.run.elgebar.univ-reunion.fr/M/histDEA_23_Voituret02.pdf>. (Consulté le 3 juillet 2020).

²⁸⁷ *Ibid.*

²⁸⁸ C. GERMANAZ, « Quelle carte touristique pour La Réunion ? », *Tsingy : Revue de l'Association des professeurs d'histoire et de géographie de Madagascar*, n° 20, 2017, p. 91.

touristique de l'île est fondé sur le « thermalisme et le climatisme ». Il cite le patrimoine thermal ainsi que le petit nombre d'auberges et pensions de famille accueillant les voyageurs²⁸⁹. Il ajoute, par l'observation du deuxième guide édité après la Seconde Guerre mondiale, que jusque dans les années 1960, l'activité touristique de l'île est concentrée sur Saint-Denis et Cilaos avec une clientèle essentiellement régionale : « Tout en reprenant le thème du climatisme et du thermalisme, le second guide, mettait l'accent sur le petit train reliant Saint-Benoît à Saint-Pierre, et sur Le Port, lieu de passage obligé pour le trafic des passagers des paquebots reliant La Réunion et la Métropole. La ville de Saint-Denis n'était pas oubliée avec ses trois ou quatre hôtels. Le mouvement des passagers avec Madagascar (colonie française) et Maurice (colonie anglaise) était alors important et le tourisme régional fournissait l'essentiel de la clientèle (quelques centaines de personnes par an). »²⁹⁰

Aux séjours de villégiature sont associés la fréquentation des stations thermales mais aussi les pratiques excursionnistes associées au « changement d'air » mentionné précédemment. La pédagogie de l'air apparue au XVIII^e siècle est présentée par l'historien André Rauch : « Fidèles à l'héritage hippocratique et encore tributaires de la théorie des humeurs, ces propos sur les vertus pédagogiques de l'air participent néanmoins à un nouveau procès de l'éducation, qu'entament les orthopédistes au XVIII^e siècle ; à leurs yeux il existe un ordre naturel du corps qui ne peut s'isoler de la vie de la nature et de ses éléments – l'air, mais aussi l'eau, la terre, le chaud et le froid »²⁹¹. Selon lui, les bénéfices attendus de l'air se scindent en trois phases, qui sont l'aération, la respiration et le loisir de plein air. Cette recherche de bien-être au contact du plein air se manifeste à La Réunion par la pratique de la marche à pied de loisir autour des stations thermales. Ces stations à la Réunion étant situées dans les cirques, elles poussent les curistes à la découverte et à l'ascension des montagnes. Ainsi, comme le précise Denis Voituret en s'appuyant sur les archives du journal *Sporting* en 1925 et en 1928, deux éléments importants sont liés à la pratique excursionniste à La Réunion : la recherche de « grand air » par la pratique de la marche et la découverte²⁹².

²⁸⁹ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion: un tourisme tropical différent ?*, Mémoire de maîtrise Géographie, Saint-Denis (Réunion), BU Espace océan Indien, Université de La Réunion diffusion/distribution, 1989, p. 34.

²⁹⁰ *Ibid.*

²⁹¹ A. RAUCH, « Aérer, respirer, souffler, éléments pour une histoire de l'air pédagogique », *Les amis de Sèvres*, n° 1, mars 1982, p. 70.

²⁹² D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, *op. cit.*, pp. 76- 77.

La citation d'Adolphe Joanne, fondateur de l'*Illustration*, dans le Guide de Voyage publié entre 1840 et 1860 résume parfaitement la situation : « raconter et exprimer qu'on est émus par les panoramas et pourquoi, voilà qui comble une journée de marche : au-delà des bienfaits du séjour en montagne et des saines fatigues de la marche à pied, le spectacle des paysages inconnus permet de reprendre son souffle et ouvre les horizons intérieurs de l'émerveillement »²⁹³. Christian Germanaz relève que sur cette période, l'île est présentée comme « La Réunion pittoresque » par les grandes revues illustrées telles que « l'*Illustration* ou *Le Tour du Monde* ». Ainsi sont mis en avant les productions agricoles de l'île, ses personnages célèbres et ses sites les plus remarquables, tels que le Volcan et Cilaos ²⁹⁴.

2. 1911-1970 : balbutiement d'un développement touristique

Entre 1911 et 1970, il est possible de constater une progressive conscientisation du potentiel touristique de l'île sous l'impulsion des grandes figures telles que le couple de littéraires Ary et Marius Leblond et le gouverneur Jules Repiquet. Malgré un manque de moyens financiers, les premiers équipements touristiques sont mis en place. Le syndicat d'initiative est créé à Saint-Denis le 15 octobre 1911 par Ary et Marius Leblond. Cette association a pour but de « faire connaître le pays aux divers points de vue pittoresque, climatique, hydrologique, agricole, industriel et commercial ; de mettre en relief ses beautés naturelles, ses ressources et ses richesses. D'y développer les commodités de l'existence et de provoquer l'utilisation plus complète des ressources qu'il présente ainsi que l'exploitation des richesses qu'on y rencontre »²⁹⁵.

Le gouverneur Jules Repiquet, « particulièrement sensible à l'attraction exercée par la Fournaise, Gouverneur de La Réunion entre 1925 et 1932, facilite et ordonne plusieurs projets en matière d'équipements touristiques. Dès 1927, il fait tracer un chemin « hippomobile » au Volcan pour faciliter l'accès du bord de l'Enclos aux cavaliers émérites. En 1927, il appuie les initiatives du SIR (syndicat d'initiative de La Réunion) dont l'objectif est de construire deux gîtes au Volcan. En 1931, il n'hésite pas à faire ouvrir un chemin sur la bordure du rempart de Bois Blanc pour permettre aux curieux d'assister au spectacle de la grande éruption du mois de

²⁹³ *Ibid.*, p. 83.

²⁹⁴ C. GERMANAZ, « Quelle carte touristique pour La Réunion ? », *art. cit.*, p. 90.

²⁹⁵ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, *op. cit.*, pp. 91- 92.

juillet »²⁹⁶. En 1960 apparaît la première route du littoral reliant la capitale à la « côte sous le vent ». En 1963, s'ouvrent les premières agences de voyages « Transcontinents », « Havas Voyages », « Riss Voyages », « Bourbon Voyages » et à partir de 1967, l'île est desservie deux fois par semaine par avion à réaction (Boeing 707). Résultat de l'ensemble de ces investissements, de nombreux métropolitains se rendent sur l'île et fréquentent les plages de Saint-Gilles. En 1963, le nombre de touristes s'élève à 846²⁹⁷.

L'intérêt pour le tourisme sur cette période se manifeste par la création de structures d'hébergement tels que les hôtels à Saint-Denis ou les gîtes d'étape du Volcan, mais également par la publication d'un guide touristique résultant à la fois de la création du Syndicat d'Initiative et de l'amélioration de l'accès aux sites d'intérêt. Néanmoins, deux ombres apparaissent au tableau du développement touristique de l'île : la question de l'hébergement et le manque d'unité autour de l'intérêt de l'activité touristique. L'hébergement pose problème par le manque de structures d'accueil et leur insalubrité. Le courrier datant du 20 octobre 1922 du ministre des Colonies de l'époque, Albert Sarraut, le précise : « Il me semble superflu d'insister ici sur la nécessité d'une organisation touristique (...). L'industrie hôtelière doit être de suite l'objet d'une étude toute particulière du comité central. D'une façon générale on peut dire que cette industrie n'existe pas dans nos colonies. Il est inutile, il est même dangereux d'attirer les touristes si l'on ne possède pas les moyens de les recevoir et vous n'ignorez les exigences de cette clientèle spéciale. »²⁹⁸

Concernant le manque d'unité autour de l'intérêt porté à l'activité touristique, il concerne essentiellement les budgets alloués au développement de l'activité. Les pro-tourisme se plaignent ouvertement du manque de moyens financiers permettant à l'activité de se développer, alors que ceux qui s'y opposent, comme par exemple l'association « Terre d'abord » (organe précurseur de défense des agriculteurs de Bourbon), estiment qu'il est moins risqué d'investir les dépenses allouées au tourisme dans des secteurs déjà existants²⁹⁹.

²⁹⁶ C. GERMANAZ, « Quelle carte touristique pour La Réunion ? », *art. cit.*, p. 90.

²⁹⁷ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion, op. cit.*, pp. 35- 36.

²⁹⁸ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion, op. cit.*, p. 100.

²⁹⁹ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion, op. cit.*, pp. 94- 95.

3. 1970 : Un tourisme en pleine structuration

Au début des années 1970, le tourisme à La Réunion est loin d'être une activité économique majeure. Face au lobby de la canne à sucre, perçue comme activité légitime auprès des populations qui y sont traditionnellement attachées, l'activité touristique peine à convaincre. Seuls quelques professionnels engagés s'interrogent sur l'avenir du secteur au niveau local et organisent l'un des événements majeurs dans l'histoire du tourisme à La Réunion : le congrès de Hell-Bourg.

a) *Des alliés de poids : les institutions publiques*

La Société d'équipement du département de La Réunion (SEDRE), créée en 1968, est le premier acteur à proposer un plan d'aménagement du littoral à but touristique. À travers ce plan ressort la volonté de développer le tourisme interne en l'orientant sur des stations balnéaires. Ce choix se traduit par la construction de campings et de villages vacances sur l'ensemble de la côte Ouest. La réception des touristes externes, quant à elle, sera le monopole de la ville de Saint-Pierre jugée, grâce à sa plage, comme le seul endroit digne d'accueillir des hôtels et une clientèle internationale. Par la suite, la création d'un pôle touristique à Saint-Gilles fait émerger hôtels, casinos, commerces et discothèques destinés à un public local aisé ainsi qu'aux touristes extérieurs³⁰⁰. Il s'agit ici des prémices du tourisme social à La Réunion, lequel prend en compte les habitants et la nécessité de les y impliquer. Par la construction de campings, de colonies et de centres de vacances, le tourisme n'est dès lors plus une activité réservée aux élites de l'île.

Dans sa thèse sur l'histoire du tourisme à La Réunion, Audrey Naze se concentre sur les années 1970. Elle les considère comme un « tournant » dans l'histoire du tourisme réunionnais, dans la mesure où la période correspond à la prise de conscience par les responsables politiques de la nécessité d'organiser le développement du tourisme sur l'île. Constatant les lacunes existantes en ce qui concerne l'hébergement et le positionnement pris par l'île en tant que destination touristique, les professionnels du tourisme décident, sous l'influence du Syndicat d'initiative Réunionnais, de se réunir pour la première fois en juillet 1975 lors d'un congrès à Hell-Bourg. Ils réitèrent l'évènement en 1979 et en 1984³⁰¹. L'objectif majeur du séminaire de

³⁰⁰ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion, op. cit.*, p. 36.

³⁰¹ A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion : la décennie 1970*, Mémoire d'histoire contemporaine, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 2004, p. 30.

1975 est de proposer un plan d'investissement destiné à accueillir les touristes dans des structures hôtelières en nombre suffisant. La clarification de la définition du produit touristique de La Réunion constitue le deuxième objectif de ce séminaire. Il est essentiel que les agences de voyages et les tours opérateurs fassent la promotion d'un produit clairement identifié. Ce rassemblement aura pour effet de formuler deux types distincts de demandes. La première sera d'ordre institutionnel, avec la création d'un Comité Régional du Tourisme et le recours à l'aide politique en requérant « l'appui des hautes autorités afin que ce programme, une fois adopté, soit exécuté sans rencontrer le moindre blocage du fait de l'administration »³⁰². La seconde requête cible pour sa part le domaine financier. En effet, « il est suggéré qu'une nouvelle subvention soit désormais accordée aux promoteurs hôteliers pour leur permettre de faire face au coût des terrains et des infrastructures qui constituent actuellement, dans la plupart des cas, une charge excessive »³⁰³.

Mission accomplie avec succès, puisque les responsables politiques valident ces motions. L'année suivante, le Comité Régional au Tourisme ainsi que l'Union Départementale des Syndicats d'Initiative, des Offices de Tourisme et du Relais Départemental des Gîtes Ruraux sont créés. En ce qui concerne les aspects financiers, l'assemblée départementale attribue sur la même année une prime importante à la construction de chambres hôtelières³⁰⁴. Grâce à cette prime, deux structures hôtelières de renommée internationale sont construites pour l'accueil des touristes internationaux : le Novotel à Saint-Gilles ainsi que le Méridien à Saint-Denis. Pour les touristes Réunionnais, deux Villages de Vacances Français (VVF) sont implantés à Saint-Gilles et Cilaos. La capacité d'hébergement de l'île est ainsi multipliée par deux entre 1975 et 1979.

D'autres éléments révèlent l'intérêt montant des responsables politiques locaux pour le tourisme sur la période. En l'espace de trois ans (de 1976 à 1979), les vols reliant Paris à Saint-Denis sont quotidiens, plus nombreux et moins chers : Air France met en place une politique de prix de « vols pour tous » et passe d'un flux de 3 908 avions à 5 200³⁰⁵. Soulignons tout de même le fait que la compagnie, ayant le monopole sur la destination, pratique des tarifs élevés. Aussi, même avec une réduction significative du prix, la Réunion n'est, à l'époque, pas accessible à tous. Les conditions de la desserte aérienne, seul moyen de transport qui permette

³⁰² A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion: la décennie 197*, p. 34.

³⁰³ *Ibid.*

³⁰⁴ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion, op. cit.*, pp. 36- 37.

³⁰⁵ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion, op. cit.*, p. 37.

aux métropolitains de rejoindre l'île le plus rapidement possible, représente donc un frein à son ascension touristique.

Enfin, une formation hôtelière et touristique est mise en place à Saint-Paul, notamment pour l'apprentissage des langues, des métiers d'hôtellerie et de guides touristiques. Là aussi, le manque de professionnalisme dans la formation du personnel représente un obstacle à l'essor de l'activité. Lors de la commission France - océan Indien, composée de spécialistes originaires des deux régions, la formation est pointée comme une faiblesse : « Réception dans les hôtels faible, à revoir ou à améliorer, la formation en rapport avec le tourisme est médiocre et n'apporte rien de spécial à la profession. »³⁰⁶

L'État s'engagera dès lors dans une politique régionale de tourisme, comme l'indique le document intitulé « *Eléments de réflexion pour une politique régionale du tourisme* » de 1979, et mettra en place pour la première fois un plan triennal de développement touristique entre 1980 et 1982³⁰⁷.

b) *Un « produit Réunion » mieux défini*

Les plages réunionnaises constituent depuis longtemps un handicap pour la promotion touristique de l'île. Le géographe Mario Serviabile explique ainsi que l'attrait pour le tourisme balnéaire des années 1960 n'aide pas La Réunion à se démarquer de ses voisines : « puis vint la mode du tout-balnéaire des années 60. La Réunion avec son littoral médiocre n'a pu résister à l'engouement pour le nautisme. L'activité touristique déclina malgré les atouts anciens (thermalisme et climatisme). Toute destination tropicale devenait obligatoirement baignade "pieds dans l'eau" »³⁰⁸. Ainsi, « vendre » La Réunion comme une destination idyllique grâce à ses plages, comme le font Maurice et les Seychelles, est discuté. En revanche, s'en servir comme vitrine avant l'accès au « grand spectacle » offert par l'intérieur de l'île se révèle être un bon compromis : « Si le rapport entre attrait touristique et prix paraît défavorable à La Réunion – le touriste cherchant, selon les critères européens, avant tout l'image idyllique des plages de sable blanc bordées de cocotiers –, par contre notre île offre un arrière-plan grandiose. Il a donc fallu concevoir l'opération dans l'optique d'une complémentarité avec les autres îles

³⁰⁶ A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion*, op. cit., p. 59.

³⁰⁷ Y.-E. FLEURANT, *La Réunion*, op. cit., p. 37.

³⁰⁸ M. SERVIABILE, « Préface », dans *L'île d'Eden*, Ste Clotilde (Réunion), ARS Terres Créoles, 1989, pp. 5- 7.

des Mascareignes au sein de circuits organisés. C'est pourquoi Saint-Gilles doit constituer une étape, un point de départ vers une animation de plein air où la mer n'a pratiquement qu'un rôle de décor ou d'appoint. »³⁰⁹

Même si le potentiel touristique des hauts de l'île est reconnu depuis le XIX^e siècle, il peine à s'affirmer. Le manque de structures d'accueil, l'accessibilité et la promotion extérieure en sont les principales raisons. En 1977, le *Journal de l'Île* mentionne que La Réunion ne sait pas vendre son thermalisme au moment opportun : « Les stations thermales (...) connaissent en métropole un regain d'intérêt. En effet, en 1976, presque 500 000 personnes ont profité des 1 200 sources établies et de la centaine de stations existantes. (...) A la Réunion, le thermalisme est encore peu utilisé. Une centaine de curistes seulement sont partis en 1976 suivre des soins en Métropole et une trentaine sont « montés » à Cilaos. »³¹⁰

La création du relais départemental des Gîtes de France en 1977 marque une réelle volonté politique dans l'ouverture au « tourisme vert ». Face au constat du déficit de la qualité d'accueil et de la vétusté des hébergements présents dans les hauts, ce relais est mis en place pour définir une organisation du tourisme en milieu rural en s'appuyant sur les gîtes. Ces derniers « ont pour missions de rénover, de sauvegarder et de mettre en valeur le patrimoine immobilier rural ainsi que de freiner l'exode de la population vers la ville (...) »³¹¹. Ici, l'objectif est double puisqu'outre la volonté de développer l'activité touristique des « Hauts », les décideurs politiques souhaitent dynamiser son économie en intégrant les populations locales dans l'activité. Accueillant initialement les touristes chez eux dans des pensions familiales, ce sont les agriculteurs qui bénéficient par la suite des subventions pour la construction des gîtes. Cependant, malgré l'ensemble des investissements et une volonté politique affirmée en faveur du développement touristique des « Hauts » de l'île, subsiste une contrainte importante qui est l'accès aux sites et les aménagements routiers. Le *Journal de l'Île de La Réunion*, qui titre en 1977 : « Le désenclavement en priorité », reconnaît qu'il « faut supprimer cet inconvénient. Offrir aux touristes la possibilité de suivre un itinéraire sans qu'ils aient à revenir sur leurs pas.

³⁰⁹ « A Saint-Gilles-les-Bains, Loisirs et tourisme sur 105 000m² », *Journal de l'Île de La Réunion*, 10 août 1976, p. 11.

³¹⁰ « Thermalisme rime avec tourisme », *Journal de l'Île de La Réunion*, 6 avril 1977, p. 8.

³¹¹ « Du nouveau pour les gîtes ruraux et le tourisme vert », *Journal de l'Île de La Réunion*, 5 juillet 1977, p. 7.

Le jour où la route rejoindra Hell-Bourg à Cilaos, nous serons certains que, dans cette région, le tourisme y gagnera grandement »³¹².

La population de l'île, son métissage et sa culture constituent le troisième centre d'intérêt touristique relevé par les professionnels du tourisme. Cet atout ainsi mis en exergue n'est cependant pas aussi simple à définir car les années 1960 correspondent à de profondes mutations économiques et sociales qui altèrent l'image de ce que Mario Serviabile appelle la « civilisation créole » : « Puis vint le progrès avec l'occidentalisation à outrance des comportements et des cadres de vie. Une occidentalisation invalidante qui efface l'exotisme. Le temps créole s'emballa. »³¹³ Il devient donc délicat et complexe de définir comment vendre la culture créole réunionnaise à l'extérieur de son territoire et de déterminer les outils sur lesquels s'appuyer, tels que l'architecture, l'art, la tradition culinaire, etc. À cette difficile identification s'ajoute le manque d'animation des espaces d'accueils réservés au tourisme. Audrey Naze le souligne en écrivant qu'« à plusieurs reprises, lors des sessions du tourisme notamment, la nonchalance locale qui est même synonyme d'absence de dynamisme folklorique est pointée du doigt : "les touristes s'ennuient", peut-on lire sur les rapports des sessions »³¹⁴. Ainsi, même si dans les années 1970, les responsables politiques et les professionnels du secteur prennent conscience du potentiel touristique de l'île et parviennent à lui définir une image pour sa promotion extérieure, des efforts restent à entreprendre.

4. Une clientèle plus diversifiée à partir de 1980

Par la popularisation du tourisme, la Réunion doit s'adapter aux différentes clientèles qu'elle rencontre, qu'elles soient locales, régionales, nationales ou internationales. Pour chacune est adoptée une stratégie d'offre et de promotion touristique différente.

a) L'effondrement du tourisme régional

Au XIX^e siècle, la clientèle touristique régionale se résume à la mobilité des élites de Madagascar et de Maurice vers La Réunion. Avec l'indépendance de Maurice en 1968, la tendance s'inverse. L'île, ne pouvant pas compter sur sa culture de canne, fait le choix de

³¹² « Le désenclavement en priorité », *Journal de l'Île de La Réunion*, 21 novembre 1977, p. 7.

³¹³ M. SERVIABILE, « Préface », *art. cit.*, pp 5 – 7

³¹⁴ A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion*, *op. cit.*, p. 69.

concentrer son économie sur l'activité touristique et devient le principal lieu d'accueil régional de touristes³¹⁵. Ainsi, ce ne sont plus les élites de Maurice qui se déplacent à La Réunion pour y passer leurs vacances mais, à l'inverse, les Réunionnais qui partent en villégiature à Maurice. Les données sur les flux migratoires de l'époque renseignent d'ailleurs davantage sur les départs des Réunionnais vers les autres îles de l'océan Indien que sur ceux que La Réunion reçoit. Ceci justifie d'autant plus la volonté des politiques locales de motiver les Réunionnais à participer à l'activité touristique de leur île.

Néanmoins, le Centre Régional d'Observation des Activités Touristiques produit un tableau retraçant l'origine des visiteurs de l'île de 1980 à 1982. Il précise que les Mauriciens et les Malgaches sont les plus nombreux. Ne mentionnant pas l'objet du séjour, il nous est impossible de savoir si ces visiteurs sont sur le territoire pour du tourisme mais il est possible de rejoindre l'argument d'Audrey Naze lorsqu'elle avance que « (...) leur présence dans le département comporte certainement des raisons de loisirs, de découverte de l'île en même temps que des raisons familiales : Mauriciens et Malgaches, puisqu'il s'agit essentiellement de ces derniers, viennent vraisemblablement aussi pratiquer le « tourisme affinitaire » comme bon nombre de métropolitains »³¹⁶.

b) Une cible locale pour pérenniser le tourisme

Malgré un essor de la structuration du tourisme, La Réunion n'est, à la fin des années 1980, pas encore une destination privilégiée des métropolitains et des étrangers. Les premières cibles définies par les dirigeants du tourisme sont donc les Réunionnais eux-mêmes. Ils considèrent ainsi qu'en sensibilisant les populations locales à l'activité touristique, ils assureront une fréquentation constante des structures par des clients locaux moins exigeants que leurs homologues étrangers. Cette sensibilisation a également pour objectif de pousser les habitants à découvrir leur île en les amenant à s'intéresser à un nouveau secteur économiquement prometteur et différent des secteurs traditionnels tels que les activités agricoles et industrielles. Le Comité du Tourisme l'exprime clairement en 1979 : « C'est grâce à ce tourisme intérieur

³¹⁵ A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion, op. cit.*, p. 72.

³¹⁶ A. NAZE, *Histoire du tourisme à la Réunion, op. cit.*, p. 73.

que les Réunionnais prendront conscience des possibilités touristiques de leur île, auront foi en elles, et ne se sentiront plus enclins à rechercher ailleurs, ce qu'ils trouveront sur place. »³¹⁷

Le choix de se tourner vers un tourisme local démontre néanmoins un certain complexe de la part de certains dirigeants qui estiment ne pas faire le poids face à la concurrence Mauricienne. Le géographe Jean Dufos de Rau partage cette idée dans sa thèse de doctorat : « (...) il est pénible d'avoir à détruire certaines illusions mais les projets construits autour d'un avenir grandiose du tourisme dans l'île nous semblent fortement teintés d'irréalisme. (...). Nous croyons simplement très réalisable un tourisme local, qui poussera la jeunesse et les amis de la nature, au fur et à mesure que se développerait l'habitude du camping et des week-ends, la pêche sous-marine et le réseau routier et hôtelier, à visiter l'île en détail. De la population viendra le plus clair de l'effectif »³¹⁸. Relevons dans cette citation la volonté d'inculquer la pratique du tourisme dès le plus jeune âge dans le but de pérenniser l'activité sur le long terme. Ainsi, des structures d'hébergement mises en place pour inciter la population locale à la pratique du tourisme sont construites : Villages Vacances de France à Saint-Gilles-les-Bains et Cilaos, campings sur la côte Ouest ou Auberge de Jeunesse de Hell-Bourg (première auberge de jeunesse à Salazie en 1984). Leur objectif est d'offrir la possibilité aux populations locales de revenus modestes de prendre des vacances en proposant une alternative aux hôtels, souvent trop onéreux.

c) *La clientèle métropolitaine en ligne de mire pour les années 1980*

Ambitionnant un tourisme de masse, le Comité Régional du Tourisme définit en 1979 la clientèle métropolitaine qu'il souhaite accueillir dans le département : « La Réunion, département Français d'Outre-mer, doit être mieux connue des Métropolitains. Pour ce faire, il est souhaitable qu'elle s'ouvre à une couche de population dont le niveau de vie pourra être considéré comme moyen en métropole (...). Villages vacances, petits hôtels, meublés de tourisme, gites ruraux, campings, auberges de jeunesse, devront accueillir cette clientèle au

³¹⁷ « Eléments de réflexion pour une politique régionale du tourisme », Saint-Denis (Réunion), Comité Régional du Tourisme, 1979.

³¹⁸ J. DUFOS DU RAU, *L'île de La Réunion, étude de géographie humaine*, Thèse de doctorat en géographie, Bordeaux, Bordeaux Institut de Géographie, 1960.

pouvoir d'achat limité. »³¹⁹ Sont donc attendus des touristes aux revenus moyens auxquels les Réunionnais pourront s'identifier.

L'offre d'hébergement proposée aux touristes métropolitains correspond à celle créée à destination du public réunionnais. Cette démarche semble logique étant donné que le tourisme affinitaire de cette clientèle domine. Elle est constituée de visiteurs se rendant à La Réunion pour la visiter et retrouver un ami ou un membre de leur famille. Les Réunionnais de retour sur leur île pour les vacances la complètent. La France métropolitaine, principale émettrice de touristes à La Réunion, confirme sa position et en 1987, un rapport de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) établit qu'« en 5 ans, l'évolution des fréquentations hôtelières en terme de nuitées a connu une croissance de 45% ce qui correspond à une progression annuelle moyenne de 8%. Ces mouvements sont caractérisés par le bond en avant de l'hôtellerie de la zone balnéaire de Saint-Gilles (...) et le doublement de la clientèle métropolitaine (elle représentait 100 000 nuitées en 1982 et atteint 190 000 en 1987) et qui traduit une affirmation de la notoriété de notre destination sur le marché national »³²⁰.

d) *Un tourisme international source de divisions dans les années 80*

La clientèle touristique internationale fait polémique. Le Comité du tourisme exprime sa volonté de développer un tourisme extérieur de luxe en précisant qu'il doit respecter les populations locales. À ce propos il écrit : « Ce tourisme dit « sélectif » est nécessaire pour rentabiliser les investissements lourds réalisés (hôtels, restaurants). C'est un peu le squelette ou la colonne vertébrale d'un individu. Il permet l'apport de devises indispensables et atténue le problème de l'emploi sans toutefois le résoudre. La clientèle choisie parmi les pays économiquement développés (Europe, Afrique du Sud, éventuellement États-Unis et Australie) recherchera des prestations de grand standing (...) Il faudra agir progressivement et avec discernement de façon à ne pas susciter dans la population réunionnaise un phénomène de frustration ou de rejet qui entraînerait des conflits au niveau des mentalités. L'argent ne doit pas permettre à certains touristes de se croire en pays conquis, en choquant l'état d'esprit des Réunionnais, accueillants de nature »³²¹.

³¹⁹ « Eléments de réflexion pour une politique régionale du tourisme », *op. cit.*, p. 92.

³²⁰ « Tourisme – Statistiques INSEE, 1987 », *Archives du Conseil Général*, INSEE, 1987.

³²¹ « Eléments de réflexion pour une politique régionale du tourisme », *op. cit.*, p. 92.

Néanmoins, pessimisme et fermes oppositions se confrontent à cette idée. D'une part, car accueillir une clientèle de luxe nécessite de substantiels investissements financiers dans les infrastructures et la qualité de service. D'autre part, certaines figures politiques expriment leur peur de l'invasion touristique et des inconvénients qu'elle engendre. Le Maire de la commune de Saint-Paul, Paul Bénard, partage son opinion dans la presse nationale : « On nous demande de nous grimer alors que nôtre tourisme aurait dû d'abord être destiné aux Réunionnais afin de leur faire connaître leur île »³²². L'arrivée d'une clientèle sud-africaine, en raison de l'apartheid, provoque finalement le désaccord des responsables politiques.

5. Les années 1990 : un secteur en lente progression

En 2018, les acteurs du tourisme continuent d'employer le terme « retard » pour qualifier la situation touristique de l'île. La synthèse du diagnostic et des pistes de développement du Schéma d'Aménagement Touristique de La Réunion (SDATR) l'énonce clairement : « Les actions mises en œuvre sur la dernière décennie n'ont pas permis à la destination Réunion, pour des raisons à la fois de contexte exogène et de facteurs endogènes, de décoller touristiquement et les perspectives projetées du précédent Schéma de Développement Régional sont restées "à quai" et n'ont pas permis de prendre le fameux "petit temps d'avance et petit plus" qui consacrent les destinations dynamiques en les installant durablement dans la carte mentale des consommateurs et des destinations qui comptent »³²³. Il est donc intéressant de comparer La Réunion avec les destinations concurrentes en vogue et de comprendre les raisons de ce retard.

Dans sa thèse de doctorat³²⁴ de géographie, Céline Collet analyse la situation touristique de La Réunion de 1985 à 1998. Elle décrit le développement touristique de l'île, détermine son offre et sa demande ainsi que ses différents espaces touristiques. Elle est la première à proposer une carte d'un tourisme régionalisé et propose une réflexion globale sur le secteur pendant la décennie des années 1990. Elle invite ensuite à suivre l'évolution du marché à partir des années 1980. La géographe dresse des tableaux comparatifs du nombre de visiteurs réunionnais par

³²² « Méfiance dans l'océan Indien », *Le Monde*, 24 juin 1978.

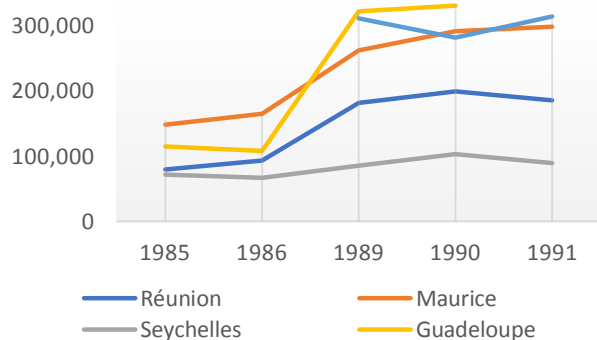
³²³ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », Saint-Denis (Réunion), In Extenso Tourisme Culture et Hôtellerie, 2018, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/economie/orientations-strategiques/actualisation-du-schema-de-developpement-et-damenagement>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

³²⁴ C. COLLET, *Le tourisme à la Réunion*, These de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), La Réunion, 1 janvier 1999, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/1999LARE0011>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

rapport à ceux de certaines îles de l’océan Indien telles que Maurice et les Seychelles, ses principales concurrentes sur la zone de 1985 à 1991. Elle les compare également avec ceux de La Martinique et la Guadeloupe.

La représentation de ses données sur le schéma ci-contre permet de constater que dans la zone

Figure 42 : Comparaison des fréquentations touristiques entre les îles de l’océan Indien et les Dom de 1985 à 1991



Sources : CTR, INSEE

océan Indien, la fréquentation de La Réunion est effectivement bien en deçà de celle de l’île Maurice. En revanche, à partir de 1986, elle dépasse celle des Seychelles en accueillant 26 685 visiteurs de plus qu’elle. Ainsi, l’auteure estime que la position de La Réunion par rapport aux autres îles de l’océan Indien est « honorable ». Concernant les autres DOM, La Réunion accueille 141 000 touristes de moins que la Guadeloupe et 130 000 de moins que la

Martinique en 1989. L’île accuse donc un retard par rapport à elles. Sur les îles de la zone océan Indien, seule Maurice rivalise avec les DOM antillais.

L’Institut d’émission des départements d’Outre-mer rédige en 2015 une note comparant à nouveau la place de La Réunion par rapport aux fréquentations des autres DOM de 1990 à 2012³²⁵. Ce graphique (figure 43) permet de constater que le nombre de touristes en séjour à La Réunion est encore inférieur à celui de la Martinique, même si l’écart entre les deux destinations se restreint. La chute de fréquentation touristique de La Guadeloupe, due aux crises conjoncturelles et à la vétusté des équipements du secteur³²⁶, permet à La Réunion d’occuper

³²⁵ « Le tourisme outre-mer. Une mutation nécessaire », *Les Notes de l’Institut d’émission*, Paris, Institut d’Emission des Départements d’Outre-Mer, mars 2015, p. 35, [En ligne]. <https://www.iedom.fr/IMG/pdf/note_ie_le_tourisme_outre-mer_-_mars_2015.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³²⁶ T. DE GUBERNATIS, « Le Tourisme en Guadeloupe : une application de la théorie du cycle du produit », *CEROM Guadeloupe*, n° 10, octobre 2007, p. 4.

Figure 43 : Nombre de touristes de séjours dans les DOM de 1990 à 2012 (en milliers)

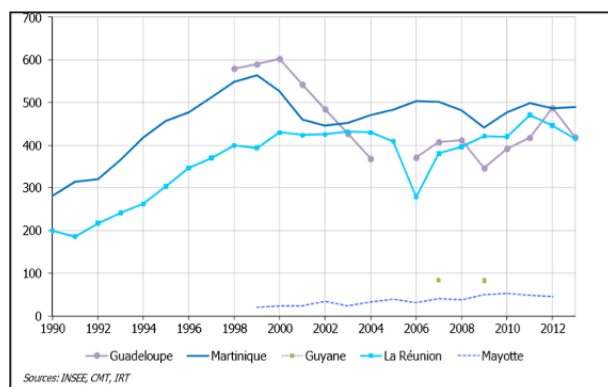
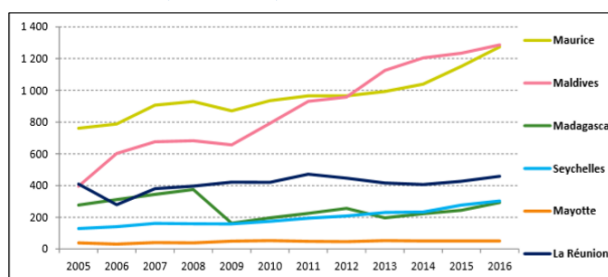
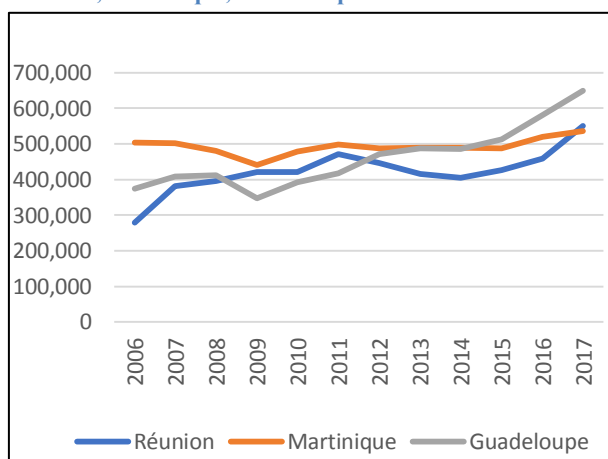


Figure 44 : Evolution annuelle du nombre de touristes dans l'océan Indien (en milliers) de 2005 à 2016



Sources : INSEE

Figure 45 : Évolution annuelle du nombre de touristes : Réunion, Martinique, Guadeloupe de 2006 à 2017



Sources : INSEE

la deuxième place à partir de 2003. Elle subit néanmoins les déboires de la crise du Chickungunya en 2006 et voit sa fréquentation chuter de près d'un tiers sur cette même année. Mayotte et la Guyane occupent les dernières places et accueillent respectivement moins de 100 000 touristes.

À l'échelle régionale, l'Ile Maurice accueille chaque année le plus grand nombre de visiteurs jusqu'en 2012, dépassée par les Maldives. Remarquons que ces dernières ont une fréquentation similaire à celle de La Réunion en 2005 et que depuis, elles connaissent une croissance fulgurante.

Au regard des courbes représentatives des tendances de fréquentation de la Réunion, de la Martinique et de la Guadeloupe, les situations de l'ensemble des destinations semblent homogènes et le nombre de touristes accueillis s'uniformise. Les données de l'Institut national de la statistique et des études économiques sur la fréquentation touristique des trois îles confirment cette évolution sur la période 2006 - 2017. Actuellement, la fréquentation de ces trois D.R.O.M semble suivre la même progression depuis une dizaine d'années, et qui plus est, malgré la survenue de crises plus ou moins

étendues sur cette période. Après la crise du Chickungunya de 2006, c'est au tour de la « crise requin » de 2011 de ralentir l'afflux de touristes. Cet évènement entraînera des répercussions jusqu'en 2014 à La Réunion, alors que la crise sociale de 2009 en Guadeloupe ne fera chuter le nombre de touristes que sur l'année en cours. Aujourd'hui encore, en 2021, La Réunion doit faire face à une crise sanitaire liée à la COVID 19. L'année 2020 a vu son nombre de touristes

s'effondrer de presque 60% par rapport à l'année 2019³²⁷. Ajoutons à cela la poursuite de cette crise sur l'année en cours.

C. Les années 2000 : entre crises et croissances

1. La diversité de l'offre

L'île dispose, depuis 2009, d'un Observatoire Régional du Tourisme (ORT) chargé de la veille touristique de l'île. « Il a pour objectif de disposer de données statistiques précises, d'études sectorielles et de prospectives fiables pour agir de façon optimale, asseoir l'action promotionnelle sur les marchés et la structuration de l'offre touristique de l'île de La Réunion. »³²⁸ Ainsi, l'ensemble de ces rapports, auxquels s'ajoutent les données produites par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), appuieront la réflexion. La Réunion utilise également un Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique (SDATR) depuis 2004, afin d'avoir une vision prospective du développement du secteur sur son territoire. Il lui permet aussi de structurer l'action des collectivités dans le domaine et de permettre à ses partenaires de bénéficier d'une lisibilité sur ses actions. L'ORT fait de l'activité touristique une priorité, avec l'instauration d'une nouvelle politique fondée sur l'inscription de ses Pitons, cirques et remparts au Patrimoine mondial de l'UNESCO en 2010, ainsi que sur le renforcement de la coopération régionale menée à travers les « Iles Vanille »³²⁹. Il est réactualisé en 2018³³⁰ et constitue le dernier support d'étude utilisé. La comparaison de l'ensemble de ces productions permet de présenter l'évolution du secteur touristique de l'île et de comprendre sa condition actuelle.

³²⁷ « FRÉQUENTATION TOURISTIQUE 2020 », St Paul, Observatoire Régional du Tourisme Réunion, février 2021, p. 12, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/frequentation/destination-et-ocean-indien/frequentation-touristique-2020>>. (Consulté le 28 mars 2021).

³²⁸ « Observatoire régional », *Observatoire régional du tourisme, île de La Réunion*, s.d., [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/observatoire-regional>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

³²⁹ Le concept marketing «Les Îles Vanille» a été défini en 2010. Porté par une association de loi 1901 basée à La Réunion, elle couple les destinations de La Réunion, de Maurice, de Madagascar, des Seychelles, des Comores, et de Mayotte, en réunissant et valorisant leurs atouts pour un développement touristique commun.

³³⁰ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p.1.

a) Une image fondée sur l'émotion

Les deux images de la figure 47, tirées de la page d'accueil du site internet de l'Ile Réunion Tourisme, illustrent le positionnement pris par La Réunion en vue de sa promotion nationale et internationale. Les pictogrammes représentatifs des activités sportives et de découverte telles

Figure 46 : Représentation du positionnement touristique de La Réunion



que le canyoning, l'ULM, le parapente, le surf (ou paddle), la plongée sous-marine, le kayak (entourés en rouge) ainsi que celles de certains éléments naturels comme l'ananas, le palmier, la baleine, le paille en queue (oiseau endémique), le soleil (entourés en vert), illustrent le slogan « La Réunion, l'île intense ».

Ce slogan, indissociable de l'île de 1990 à 2007, est remplacé en 2008 par « La Réunion, une île, un monde ». Il est modifié trois fois encore, par « Chez nous, vous êtes chez vous » en 2009, « Découvrez une île, un voyage » en 2012, et enfin, « La Réunion, un voyage d'émotion » l'année suivante³³¹. En 2016, « La Réunion, l'île intense » est remis à l'ordre du jour, le président de l'Ile Réunion Tourisme, Stéphane Fouassin, justifie ce retour du slogan historique par l'importance de garder un positionnement pérenne qui permette aux populations et aux professionnels de l'identifier clairement³³².

³³¹ « Rapport de la chambre régionale des comptes sur la période 2007-2013 : Slogans, salons, voyages, salaires : la suite des errements de l'IRT | », *Imaz Press Réunion : l'actualité de la Réunion en photos*, 9 avril 2015, [En ligne]. <<http://www.ipreunion.com/photo-du-jour/reportage/2015/04/09/rapport-de-la-chambre-regionale-des-comptes-sur-la-gestion-de-l-ile-de-la-reunion-tourisme-suite-irt-la-reunion-peu-soignee-des-salaries-bien-choyes,30205.html>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³³² « Ile de La Réunion Tourisme - La nouvelle identité visuelle de la destination Réunion dévoilée : [AUDIO - VIDEO] Pour l'IRT "l'île Intense revient à la mode" », *Imaz Press Réunion : l'actualité de la Réunion en photos*,

Dans la phrase descriptive de l'île, les auteurs mettent en avant le fait qu'il s'agit d'une « île tropicale », « française » sur laquelle se développe une culture métissée. Les termes « vibrez » « cœur » et « intense » dans la phrase d'accroche font appel aux émotions et renforcent l'impression de séjours inoubliables gravés dans les esprits des visiteurs. Les sensations sont accentuées par la création d'un onglet « expériences » et d'un blog au sein du site internet, alimenté par des récits, des vidéos et des photos de blogueurs³³³. En plus de son site internet, l'île s'appuie sur les réseaux sociaux pour communiquer et se retrouve mise en valeur sur Facebook, Instagram, Twitter, You tube et Google plus³³⁴.

Il est utile de rappeler ici que l'île est segmentée en sept univers : les Bas avec le Nord, le Sud, l'Est, l'Ouest et les Hauts avec les cirques et le volcan. Céline Collet effectue sensiblement le même découpage dans sa thèse, lorsqu'elle définit l'espace touristique Réunionnais³³⁵. Le Nord est représenté par une maison créole symbole de la culture présente dans le chef-lieu de l'île, Saint-Denis, notamment avec sa rue de Paris concentrant un grand nombre de musées. La plage et les filaos, typiquement caractéristiques de la côte Ouest, représentent la zone balnéaire touristique privilégiée de l'île, au même titre que la ville de Saint-Pierre située dans le Sud. Son lagon permettant la baignade, l'île souhaite mettre en avant la possibilité de pratiquer les activités nautiques malgré la « crise requin ». Le Cap-Méchant³³⁶ sert d'illustration au Sud avec un pêcheur positionné au premier plan, incarnant ainsi une tradition locale importante. Le contraste du vert de la végétation et du bleu de l'eau ainsi que la falaise soulignent le côté « sauvage » de la région.

En tant qu'atout indéniable à la promotion touristique de La Réunion, le volcan est ensuite présenté et se distingue des autres parties de l'île. Encore en activité, il comptabilise 19 éruptions au cours des six dernières années. Lorsqu'il n'est pas en activité, il est possible

16 septembre 2016, [En ligne]. <<http://www.ipreunion.com/actualites-reunion/reportage/2016/09/16/ile-de-la-reunion-tourisme-pictogrammes-et-paysages-l-identite-visuelle-de-la-reunion-intensement-nouvelle,49954.html>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³³³ « Slackline de l'extrême au Cap Méchant », *Blog Ile Réunion Tourisme*, 18 janvier 2017, [En ligne]. <<https://www.reunion.fr/pratique/blog/slackline-de-l-extreme-au-cap-mechant>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³³⁴ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 73.

³³⁵ C. COLLET, *Le tourisme à la Réunion*, *op. cit.*, pp. 570 – 606.

³³⁶ Le Cap Méchant est un lieu très connu à Saint-Philippe dans le sud de La Réunion, notamment pour ses panoramas incroyables sur la côte sauvage. Son nom vient du fait que la houle (quasi omniprésente dans le sud de l'île) bat en falaise.

d'accéder aux cratères grâce à des sentiers de randonnée aménagés³³⁷. L'Est est identifiable par à cascades. Réputée pour sa pluviométrie élevée, la région jouit d'une multitude de bassins et de cascades dans lesquels les baigneurs peuvent se rafraîchir et les sportifs pratiquer des activités d'eau-vive. Les Hauts sont évoqués par un sentier sur lequel s'est arrêté un randonneur pour observer la beauté des cirques identifiables grâce aux remparts et au gîte placé au milieu. La fougère arborescente, végétation particulièrement présente dans le cirque de Salazie, est également représentée. Pitons, cirques et remparts étant inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2010, ils occupent une place privilégiée sur cette carte.

Ainsi, La Réunion s'appuie aujourd'hui sur sa culture métissée, la multiplicité de ses paysages, caractéristiques spécifiques de ses régions, sa position insulaire et française, ainsi que la renommée que lui a offerte son inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO. Un choix qui semble pertinent au vu des images et de la stratégie choisie par les autres îles sur la zone Océan indien. L'île Maurice, qui dispose des « trois S » (Sun, Sand and Sea), fait du tourisme l'une de ses principales activités économiques depuis une vingtaine d'années, en exploitant au maximum ses 200 km de côtes. Elle laisse les investisseurs privés s'implanter librement. En résulte la construction d'un parc hôtelier considérable permettant à l'île de proposer des séjours « all inclusive » à des prix compétitifs³³⁸. Les Maldives et les Seychelles ont, elles aussi, un positionnement fondé sur les plages paradisiaques et le monde marin. La promotion touristique de Mayotte se concentre sur son lagon et Madagascar s'appuie sur sa superficie et la diversité de paysages. Ainsi, faire le choix d'un tourisme expérientiel, qui s'éloigne des stéréotypes que rencontrent les îles tropicales avec leurs plages paradisiaques, peut mettre en lumière l'île de La Réunion sur l'échiquier régional et international. Pour mener à bien ce projet et parvenir à ses fins, l'offre des produits proposés et des services touristiques doit cependant être en adéquation avec l'image promotionnelle de l'île.

³³⁷ « Les plus grandes éruptions depuis 1961 », *Fournaise.info*, 2019, [En ligne]. <<https://fournaise.info/les-eruptions-du-piton-de-la-fournaise/>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³³⁸ C. CABANE, « Le tourisme à l'île Maurice et ses problèmes », *Sillages sur l'océan Indien, Les Cahiers d'Outre-Mer*, 2001, pp. 211- 217.

b) *Les activités de pleine nature en tête de pont*

Figure 47 : Panel d'activités touristiques proposé par l'île de La Réunion

Type de loisir	Caractéristiques
Balnéaire	<p>La « crise requin », qui se poursuit depuis 2011, met à mal l'activité touristique concentrée sur les littoraux. La première activité impactée est le surf. Faute de solution pérenne, sa pratique en dehors des dispositifs mis en place (filets anti-requins et Vigie requin) est interdite par un arrêté préfectoral, renouvelé chaque année depuis 2013.</p> <p>La baignade et les activités nautiques hors lagons ont également été touchées. Le même arrêté interdit toute baignade dans la bande des 300 mètres en dehors des lagons et espaces aménagés. De plus, cette crise fait naître un sentiment d'insécurité et de peur, transmis par la presse en France métropolitaine et à l'étranger, dissuadant les potentiels touristes de rejoindre la destination.</p> <p>La plongée sous-marine est également touchée par la question, alors qu'aucune attaque n'a été commise sur des plongeurs en groupe encadrés.</p> <p>Les sorties en mer pour observer les cétacés ou la barrière de corail ainsi que la pêche au gros ne sont, en revanche, pas impactées.</p>
De nature	<p>La randonnée est l'activité phare. « <i>L'enquête de fréquentation conjointe du Parc national et des massifs forestiers, réalisée en 2011/2012, a fait ressortir 1 million de visites pédestres par an, dont 400 000 pour la fréquentation du volcan (comptabilisation par un réseau d'éco-compteurs)</i> »³³⁹. Elle est favorisée par la création du parc naturel en 2007, lequel occupe 42% de l'île, et par l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO pour ses « Pitons, cirques et remparts ».</p> <p>Les activités aériennes (ULM, l'avion, l'hélicoptère, le parapente et le parachute), le canyoning, l'accrobranche, la randonnée équestre et l'exploration des tunnels de laves sont en croissance³⁴⁰.</p> <p>La luge d'été, les sports d'eau-vive et l'escalade se maintiennent. En revanche, le manque d'entretien des pistes de VTT fait perdre à l'activité une partie de ses itinéraires.</p> <p>Remarquons la création d'une station de trail à Salazie et le déroulement de grands événements sportifs tels que « <i>La Diagonale des Fous</i> » (trail) et « <i>La Mégavalanche</i> » (VTT).</p>
	Des patrimoines sous-valorisés :

³³⁹ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 34.

³⁴⁰ « Les loisirs de nature dans le secteur tourisme . Propositions d'actions 2015-2020 », Saint-Leu (Réunion), Syndicat des Professionnels des Activités de Loisirs de La Réunion, novembre 2015, [En ligne]. <<http://www.fedom.org/wp-content/uploads/2015/11/Sypral-Loisirs-et-tourisme-2015-2020.pdf>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

<p>Culturel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Matériels : un nombre insuffisant de lieux liés à la valorisation du patrimoine naturel (ex : maison du Parc National, sentier de la Providence) et de grands sites (ex : Volcan, Maïdo) nécessitant de meilleurs aménagements et de services (restauration, parking sécurisés, interprétation, etc.). - Immatériels : le Maloya (musique, chant et danse traditionnels reconnus patrimoine mondial de l'UNESCO en 2009), les produits du terroir (rhum, bière locale « <i>Dodo</i> », épices, vanille, café bourbon pointu, lentilles de Cilaos), la gastronomie (Caris et rougails, plats locaux et typiques), l'artisanat d'art (tissage de vacoa). <p>Néanmoins, des efforts sont entrepris depuis 2010 en ce qui concerne la réhabilitation de la Cité du Volcan, le musée Stella Matutina (musée de l'industrie cannière), le Musée des Arts Décoratifs de l'océan Indien (MADOI).</p> <p>Les principaux sites de visites identifiés sont la Saga du Rhum (distillerie), le musée historique de Villèle, l'Aquarium, Kelonia et la cité du Volcan.</p> <p>Seulement trois événements musicaux internationaux sont organisés annuellement : le « <i>Sakifo musik festival</i> », les « <i>électropicales</i> », les « <i>Francofolies de La Réunion</i> » (depuis 2017). Au niveau local, des événements identitaires existent : semaine créole, Fête du Maloya, Fête Kaf, Nouvel an Tamoul, etc.</p>
<p>Autres loisirs et bien-être</p>	<p>Il reste sur l'île un seul établissement thermal à Cilaos proposant des soins en rhumatologie et contre les maladies digestives.</p> <p>Concernant les prestations liées au bien-être, seuls les hôtels haut de gamme proposant des spas et des soins, ainsi que certains centres offrant des soins marins, sont actifs.</p> <p>Les autres activités de loisir sont le golf et le casino. L'île en compte trois de chaque.</p> <p>L'ensemble de ces activités reste limité au regard des autres existantes.</p>

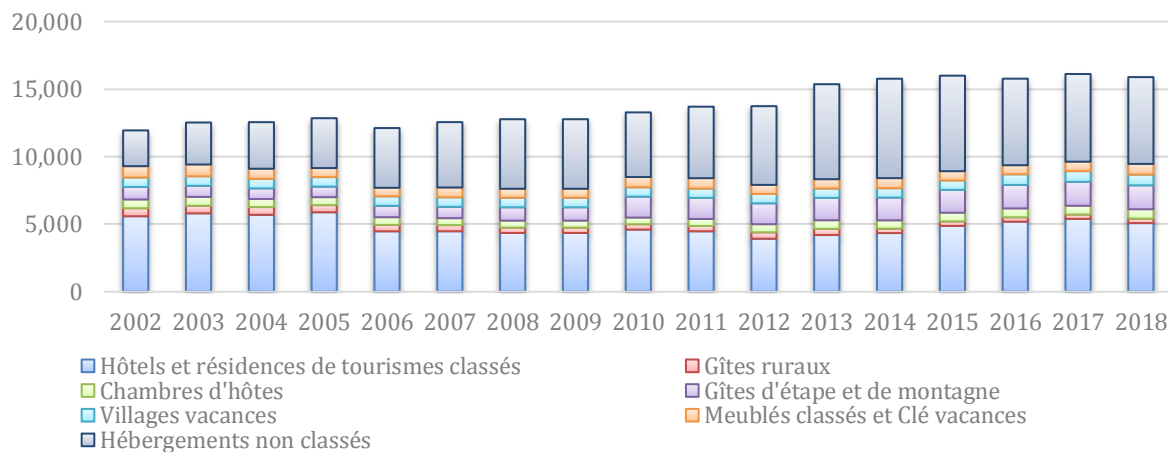
Sources : d'après le SDART réactualisé en 2018

Des activités sportives de pleine nature attractives, un patrimoine culturel qui mérite d'être valorisé, un tourisme balnéaire qui subit partiellement la « crise requin » et une offre de loisirs de bien-être possible essentiellement grâce au développement des hôtels de luxe, tels sont les éléments que nous retenons de cette analyse. Ces résultats sont en cohérence avec le positionnement touristique pris, notamment pour le succès des activités de pleine nature. Néanmoins, si l'île souhaite exploiter l'ensemble de ses atouts, il est essentiel qu'elle ne fasse pas l'impasse sur son patrimoine culturel.

c) Une offre d'hébergement disparate

✚ Une majorité d'établissements classées

Figure 48 : Évolution annuelle de la capacité d'hébergement réunionnaise de 2002 à 2018 (nombre de lits)



Sources : ORT, 2018

La capacité d'hébergement de l'île au démarrage de son activité touristique est une question importante. Manquant cruellement de structures d'accueil, les investissements se sont avant tout portés sur la construction de grands établissements hôteliers, concentrés essentiellement dans l'Ouest, à Saint-Pierre et à Cilaos. Qu'en est-il aujourd'hui ? Quels types d'hébergements sont proposés et comment sont-ils répartis sur l'île ?

En 2018, l'Observatoire Régional du Tourisme (ORT) de La Réunion comptabilise grâce à sa plateforme de référencement SOUBIK³⁴¹ un total de 15 898 lits accueillant les touristes répartis sur 1023 établissements marchands, alors que la Fédération Régionale du Tourisme (FRT) n'en comptait que 11 948 pour 1 036 établissements en 2002. Sur cette période, une tendance claire se dégage avec une majorité de lits se retrouvant dans des hébergements classés alors que le nombre de lits en hébergements non classés³⁴² tend malgré tout à augmenter. En effet, en 2002, 77% des lits appartiennent à des établissements classés. En 2013, ils ne sont plus que 54% (-23 points) et en 2018, 59% (+5 points). Parmi les établissements classés, les hôtels et résidences

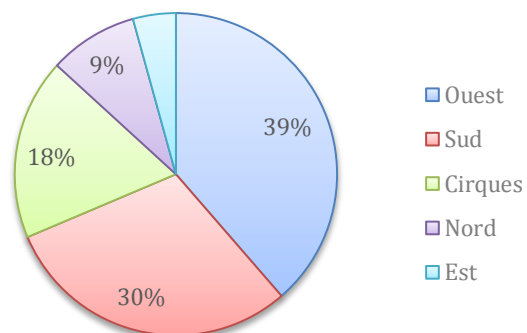
³⁴¹ Système d'Information Touristique (SIT) de l'île de La Réunion, elle a pour vocation de rassembler l'ensemble des produits touristiques de l'île au sein d'une même base de données et de proposer aux professionnels des outils leur permettant de se promouvoir et de « se vendre » en ligne. URL : <https://pro.reunion.fr/professionnel-du-tourisme/etre-accompagne/les-services-de-lirt/la-e-plateforme/soubik>

³⁴² Hébergements non classés : hôtels non classés, résidences non classées, chambres d'hôtes non classées, gîtes non classés, locations chambres ou appartements non classés, meublés de tourisme, etc.).

de tourisme sont majoritaires et la progression des parts des gîtes ruraux, d'étapes et de montagne est constante (13% en 2002 et en 2018).

L'étude de la répartition de la capacité d'hébergement s'effectue de la manière suivante : les

Figure 49 : Répartition de la capacité d'hébergement par région en 2018



trois cirques sont analysés séparément et ne sont pas pris en compte dans les régions Sud, Est et Ouest. Par cette méthode, il ressort que les tendances observées dans le passé n'ont pas évolué et que la concentration des établissements dans l'Ouest et le Sud est toujours d'actualité. En revanche, le bilan est plutôt déficitaire en ce qui concerne la région

Sources : ORT, 2018

Est, qui ne dispose que de 683 lits,

représentant 4% de la capacité totale de l'île. Cilaos reste le cirque qui dispose de la plus grande capacité d'hébergement. Il concentre 10% de la capacité totale de l'île, soit 1 638 lits, alors que Mafate n'en possède que 779 (5%) et Salazie 471 (3%).

Voici maintenant les caractéristiques de l'ensemble des hébergements présents sur l'île, reprenant le même modèle que pour les activités décrites en amont, à travers un tableau fondé sur l'année 2018.

Figure 50 : Caractéristiques de l'offre d'hébergement touristique à La Réunion

Type d'hébergement	Caractéristiques
Hôtels classés et résidences de tourisme	<p>5 080 lits en chambres d'hôtels classés et résidences de tourisme sont présents sur l'île.</p> <p>L'Ouest est la zone qui concentre le plus de lits en établissements hôteliers classés et de résidences de tourisme (58%).</p> <p>Le Nord et le Sud sont deuxièmes à égalité avec une offre s'élevant à 17% chacun du total. Le Nord étant focalisé sur le tourisme d'affaires, le choix des hôtels classés est stratégique. Il s'agit en effet de l'établissement le plus enclin à répondre à ce type de fréquentation. Le Sud, quant à lui, regroupe la plus grande partie de ses hôtels classés dans la ville de Saint-Pierre, sous-préfecture de l'île.</p> <p>Les cirques concentrent 7% de la capacité totale répartie entre Salazie et Cilaos. Mafate ne possède ni établissement hôtelier, ni résidence de tourisme.</p> <p>Enfin, l'Est propose 98 lits, ce qui correspond à 2% du total.</p>
Chambres d'hôtes, gîtes ruraux,	<p>L'île dispose de 2 803 lits en chambres d'hôtes, gîtes ruraux, gîtes d'étape et de randonnée.</p> <p>Les cirques concentrent 45% de la capacité d'hébergement de cette catégorie. Avec 679 lits, Mafate offre 24% de la capacité totale. Cilaos en offre 12% avec ses 339 lits et Salazie 9% grâce à ses 252 lits.</p>

Gîtes d'étape et randonnée	<p>Avec 895 lits, le Sud possède 32% de la totalité de cette catégorie et l'Ouest 14% grâce à ses 396 lits.</p> <p>L'Est concentre 9% du total et le Nord seulement 4%. Ils disposent chacun de 146 et 96 lits.</p>
Campings	<p>La capacité d'accueil en camping est de 1 507 personnes.</p> <p>Capacité concentrée sur le Sud et l'Ouest, qui possèdent respectivement 631 places (42%) et 636 places (42%).</p> <p>L'Est représente 1% avec 20 places et le Nord n'accueille personne en Camping.</p> <p>Les cirques peuvent accueillir 220 personnes avec 100 places à Salazie, 100 à Mafate (12%) et 20 à Cilaos (1%).</p>
Meublés classés, clés vacances et villages de vacances	<p>1 584 lits sont accessibles en meublés classés, clés vacances et villages de vacances.</p> <p>L'Ouest concentre à nouveau le plus grand nombre de lits : 779 (49%).</p> <p>Le Sud, ensuite, avec 21% de la capacité totale (336).</p> <p>Les cirques disposent quant à eux de 274 lits répartis sur Salazie et Cilaos, ce qui correspond à 17% du total.</p> <p>L'Est, avec ses 169 lits, englobe 11% de l'ensemble de cette catégorie.</p> <p>Le Nord est à nouveau la région qui en concentre le moins : 26 lits (2%).</p>
Hébergements non-classés	<p>Sur l'année 2018, le nombre de lits en hébergements non classés s'élève à 6431.</p> <p>Le Sud est ici la région qui possède le plus de lits en hébergements non-classés : 2 684 (42%).</p> <p>L'Ouest est deuxième, avec un total de 2 130 lits (33%).</p> <p>Les cirques de Salazie et de Cilaos proposent 14% des lits en hébergements non-classés. Cilaos en plus grand nombre. Il dispose de 761 lits (12%) alors que Salazie n'en possède que 131 (2%).</p> <p>Le Nord propose 7% de l'ensemble des lits de cette catégorie et l'Est 4%. Ce qui équivaut à des totaux respectifs de 455 et 270 lits.</p>

Sources : d'après les données de l'ORT, 2018

Il est à remarquer que le tableau ci-dessus inclut la capacité d'accueil des campings, non prise en compte dans les données de la courbe sur l'évolution annuelle de la capacité d'hébergement réunionnaise de 2018. Avec ce style d'hébergement, la capacité totale de lits disponibles sur l'île en 2018 correspond à 17 405 lits. Dans un souci de cohérence, la capacité des campings est écartée lors des prochaines réflexions sur la capacité totale d'hébergements³⁴³. Le nombre retenu pour 2018 est donc de 15 598 lits.

³⁴³ Tout en restant persuadée que ce type de structure est indispensable au développement du tourisme des jeunes : à la fois pratique, moins onéreux que la plupart des autres établissements touristiques et bien réparti sur l'ensemble du territoire.

Ces lits se répartissent ainsi : un Nord proposant essentiellement des hôtels classés, un Sud et un Ouest diversifiés regroupant l'ensemble des types d'hébergement, un Est en déficit d'hébergement sur toutes les catégories et des cirques accueillant principalement les touristes dans des gîtes et des chambres d'hôtes. L'analyse de la fréquentation, quant à elle, se retrouvera dans le chapitre traitant des catégories de touristes et prendra en compte les disparités, s'il en existe, de chaque structure.

✚ Des centres de vacances réservés au tourisme social

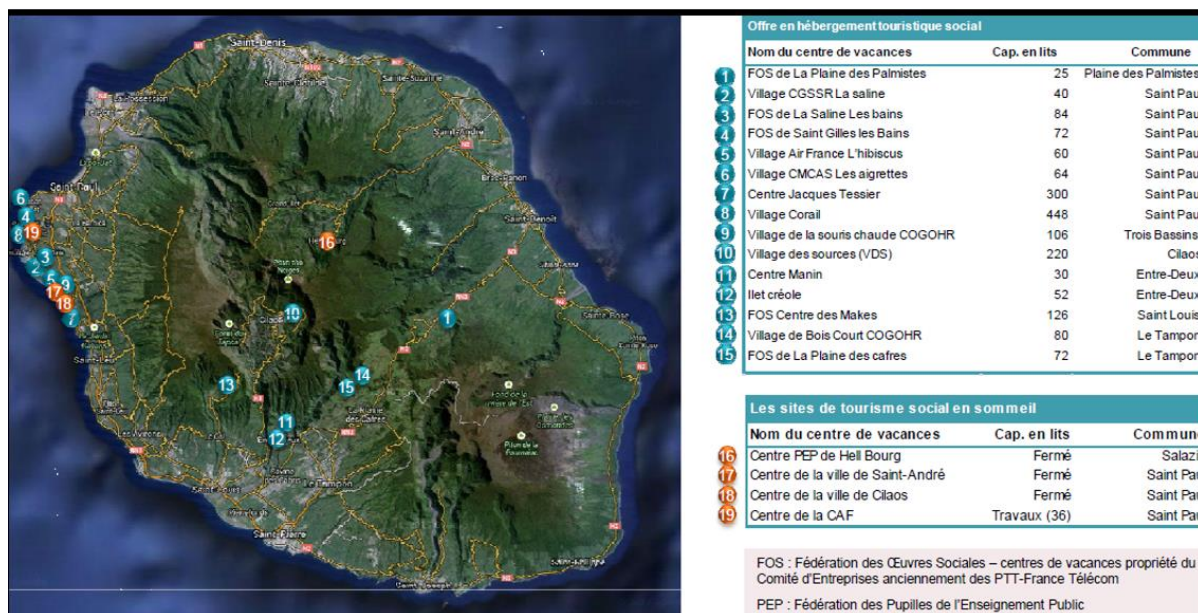
La Réunion propose une offre répondant à la logique de *tourisme pour tous*. Elle est exclusivement composée de centres de vacances³⁴⁴. Selon le Ministère de l'économie et des finances, le tourisme social « a pour objectif de permettre à chacun de partir en vacances et de pratiquer des activités de loisirs. Il vise à rendre effectif le droit aux vacances et témoigne de la volonté des acteurs politiques et sociaux de rendre le tourisme accessible à tous soit aux jeunes, aux familles, aux retraités, aux personnes aux revenus modestes, aux personnes aux capacités physiques restreintes... etc... »³⁴⁵. Les collectivités locales, le département, les comités d'entreprises, les fédérations, la caisse d'allocation familiale (CAF) et les centres communaux d'action sociale (CIAS) sont les propriétaires des centres de vacances. Ils les mettent à disposition de locataires et d'associations. Concernant les financeurs de séjours, la CAF, la région, le département et les collectivités locales sont reconnues. Les intermédiaires choisis sont les travailleurs sociaux de la CAF, les écoles, les associations, les centres de vacances. Enfin, les bénéficiaires sont les familles, les enfants en vacances, les scolaires, les publics subventionnés et les publics spécifiques tels que les sportifs, les personnes en situation de handicap et les seniors. Remarquons que même si le tourisme social touche un large panel de

³⁴⁴ 15 en activité et 4 en sommeil.

³⁴⁵ « Le tourisme social, c'est quoi ? », *op. cit.*, p.1.

personnes et donc plusieurs strates sociales, l'intervention des partenaires privés est nulle et le marché se partage entre les associations et les collectivités.

Figure 51 : Répartition des centres d'hébergement de tourisme social à La Réunion en 2013



Source : Étude KPMG : tourisme pour tous, p.11

En étudiant la carte ci-dessus, l'on constate que les centres d'hébergement de tourisme social sont concentrés dans l'Ouest et dans les hauts. Les autres régions sont totalement dépourvues de ces équipements. Leur capacité d'hébergement est de 1846 lits, dont 28% en dortoir. Sont ensuite proposés des hébergements individuels tels que des appartements ou des bungalows pouvant accueillir entre deux et huit personnes. Parmi ces lits, 21% sont réservés aux ayants droit tels que le personnel d'EDF, d'Air France ou de la sécurité sociale, alors que les 1 461 lits restants sont potentiellement ouverts à tous types de publics.

En termes de qualité, deux centres se distinguent par leur situation géographique³⁴⁶ leur facilité d'accès et leur grande superficie³⁴⁷ : le centre Jacques Tessier, situé à La Saline, et le Village Corail, à Saint Gilles. Il est clair que le fait d'être situé à proximité directe des sites touristiques permet à sept autres centres de se démarquer³⁴⁸ : le centre de vacances de La Saline les bains,

³⁴⁶ Proches de la plage.

³⁴⁷ 3 hectares pour le centre Jacques Tessier et 5 hectares pour le Village Corail.

³⁴⁸ Le Centre de vacances de la Saline les bains et les villages détente Hibiscus, de la souris chaude, de la Saline et des Aigrettes sont à proximité des plages. Le village des Sources, le centre de vacances des Makes sont à proximité du Piton des neiges et de l'observatoire des Makes.

le village Les Aigrettes Grand Fond, le village de la Souris Chaude, le village de la Saline, le village des Sources, le village détente Hibiscus, le centre de vacances des Makes-La Rivière. Les six autres sites pâtissent en revanche de leur manque de visibilité, leur difficulté d'accès et leur faible superficie qui, pour la moitié d'entre eux, est inférieure à deux hectares.

Trois centres sont positionnés sur l'accueil des groupes de jeunes : le FOS Les Makes de La Rivière, le Centre Jacques Tessier, situé à Saint Paul, et le Centre Manin à l'Entre-Deux. Chacun dispose d'une spécialité. Le FOS Les Makes-La Rivière, partenaire incontournable de l'observatoire des Makes, accueille essentiellement des groupes scolaires et complète sa capacité avec les ayants droit de La Poste et Orange, c'est-à-dire les salariés, les retraités ou les familles. À noter que 15% d'entre eux proviennent de métropole. Le centre Jacques Tessier se spécialise dans les classes transplantées et les classes de mer. Les groupes scolaires représentent 20% de ses nuitées et il complète sa capacité d'accueil grâce aux comités d'entreprises, aux colonies, aux clubs de troisième âge et aux foyers d'accueil. Le Centre Manin, quant à lui, accueille les classes de lecture d'origine essentiellement scolaire. Le reste de sa fréquentation est représenté par des enfants de centres aérés ou issus de ligues sportives.

Pour affiner cette analyse, nous recommandons une étude auprès des responsables (instituteurs, responsables d'associations sportives, animateurs de colonies, etc.) des différents segments principaux identifiés afin de savoir s'ils sont satisfaits de l'offre proposée. L'activité des centres suscite un certain intérêt et sa commercialisation se réalise essentiellement par le bouche-à-oreille ainsi que les sites intranet. En effet, sur les 15 sites étudiés, 9 travaillent majoritairement avec des ayants droit qui ne sont autres que leurs familles, leurs proches et leurs invités.

Figure 52 : Saisonnalité de l'activité des centres fondée sur l'année 2012 - 2013

Pour ce qui est du taux d'occupation moyen

	Centres d'hébergement du Tourisme pour tous (FOS inclus) hors CE	Centres propriété de CE (FOS exclus)
CA moyen par centre	636 679 €	365 000 €
Charge de personnel moyenne par centre	363 077 € (57% du CA)	340 280 € (93% du CA)
Première approche de la rentabilité des exploitations	Dans les 3 plus petites structures, la masse salariale dépasse le chiffre d'affaires. Seuls les deux plus gros centres arrivent à contenir la masse salariale en dessous de 50%. Certaines structures peuvent atteindre l'équilibre même s'il est nécessaire de se pencher sur la part des aides dans le chiffre d'affaires.	Pour 3 des 5 centres concernés, la seule masse salariale dépasse le chiffre d'affaires. Les aides ne sont pas systématiquement incluses dans le chiffre d'affaires.
Typologie des aides à l'exploitation et à l'investissement	Tous les centres de vacances bénéficient d'une aide ou subvention. Nous distinguons 4 types d'aides différentes : <ul style="list-style-type: none"> ■ L'aide au financement des séjours : Versée directement ou indirectement au centre pour réduire le montant du séjour donc du coût pour le bénéficiaire ■ La subvention d'exploitation : Versée en général par le propriétaire des murs pour aider l'exploitation à supporter ses dépenses ■ La subvention d'investissement : Versée par le propriétaire des murs pour la rénovation du bâti. La CAF peut intervenir ponctuellement. ■ L'exonération de loyer sur les murs : Il y a peu d'exploitation qui ont une charge sur les murs ce qui signifie aucun revenu locatif pour le propriétaire des murs. 	
Aide financière moyenne par centre	En ne prenant en compte que les dispositifs de soutien mis en place par la CAF, le département dans le cadre de l'aide au départ des scolaires, la subvention perçue par le centre Jacques Tessier et les FOS, nous atteignons une aide qui se monte, pour 2012, à 631 K€, soit 57% du CA total du secteur.	Les aides proviennent directement des entreprises propriétaires. Dans certains cas, elles sont surdimensionnées par rapport aux besoins (non-calculées en fonction des besoins).

Figure 53 : Budgets des centres d'hébergement dédiés au tourisme social en 2013

des centres, il est de 41% des lits à l'année. Il existe un écart entre ceux réservés aux ayants droit (taux d'occupation de 64%) et les tous publics (35%). Le graphique ci-dessus permet de visualiser la manière dont s'articule la saisonnalité de l'activité. La période de forte activité est concentrée d'octobre à janvier pour les 13 sites étudiés, alors que juin et septembre constituent les deux mois les moins intenses. La moyenne saison s'étale de juillet à août pendant les vacances scolaires des Réunionnais et des Métropolitains. En ce qui concerne les centres Jacques Tessier et Manin, il est observé que leur saisonnalité est à contre-courant avec des périodes de forte activité pendant la période scolaire lors de l'accueil de classes découvertes et de mer. Enfin, au-delà de la saisonnalité évoquée précédemment, les centres décrivent une saisonnalité sur les week-ends. En effet, les centres ouverts à tous les publics comme celui des « Sources » proposent des offres « packagées » pour attirer une clientèle loisir et compenser ainsi la baisse d'activité en provenance des scolaires. Le tableau ci-dessous illustre l'équilibre économique du secteur :

Source : Étude KPMG, tourisme pour tous, p. 25, analyse de la fréquentation des usagers

Il apparaît que le marché local est fragile, ce qui est grandement dû à sa dépendance aux aides publiques. Par conséquent, un secteur qui n'est pas générateur de ressources et qui subit le contexte de stagnation des aides publiques, doit, pour survivre, se diversifier en s'ouvrant à des publics moins aidés, voire touristiques. La solution préconisée par les responsables de l'observatoire du tourisme régional est la rénovation des centres actuels afin de transformer leur image, les assimilant à « des hébergements délabrés destinés à des publics défavorisés »³⁴⁹.

³⁴⁹ Raoul Vincent, directeur, et Patrick Hoarau chargé de mission, observatoire IRT, le 26/12/2013

d) Les différents axes de transport

✚ Une amélioration de la desserte aérienne

Figure 54 : Desserte aérienne de l'île de La Réunion en 2018



Source : <https://habiter-la-reunion.re/transport-a-la-reunion/>

La Réunion, en tant qu'espace entouré d'eau, dépend entièrement de l'avion et du bateau pour l'acheminement de passagers et de marchandises. L'île accueille 574 000 visiteurs en 2018 dont 93% arrivés par avion³⁵⁰. Ce moyen de transport est donc crucial. Néanmoins, « le secteur aérien est particulièrement sensible aux aléas conjoncturels, aux tensions internationales et aux impondérables géopolitiques »³⁵¹. La crise économique et le choc pétrolier de 2007-2008 engendrent, par exemple, des difficultés économiques au sein des compagnies régionales de

³⁵⁰ « 2018 Fréquentation touristique », *Tourisme Info Ile de La Réunion*, Saint-Denis (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, 2019.

³⁵¹ M.-A. LAMY-GINER, « Le transport aérien dans les petits territoires insulaires du bassin occidental de l'océan Indien : les Seychelles, Maurice et La Réunion contraintes et défis », dans *Quel tourisme pour La Réunion? enjeux et mises en perspective: rapport conseil régional de La Réunion*, Saint-Denis, Réunion, Université de la Réunion, Faculté des lettres et des sciences humaines, 2015, p. 159 (Collection « Terres et sociétés indocéaniques »).

l’océan Indien. Les entreprises réunionnaise Air Austral, mauricienne Air Mauritius et seychelloise Air Seychelles usent chacune de leur propre stratégie pour y faire face mais ne comblent toujours pas leur déficit³⁵². Après la fermeture de certaines lignes, Air Mauritius signe des partenariats avec d’autres compagnies telles qu’Air Seychelles en 2012, alors qu’Air Austral vend ses actions aux collectivités territoriales³⁵³. Plus récente, la crise des « gilets jaunes » de 2018 impacte le trafic aérien durant deux semaines et le réduit de presque 10% sur la période³⁵⁴. Aujourd’hui, la pandémie du COVID-19 qui sévit et perdure depuis 2020 réduit le nombre des liaisons Réunion-Paris et vers les autres destinations de la zone, les passagers devant justifier d’un motif impérieux pour circuler³⁵⁵. Les compagnies aériennes survivront-elles à cette crise ? Quelles seront ses conséquences sur les tarifs proposés et par conséquent sur l’activité touristique ? Ces questions restent en suspens.

Deux aéroports desservent La Réunion. Le principal, ouvert le 26 novembre 1929, est celui de Sainte-Marie dans le Nord, nommé Rolland Garros ou Gillot. Il relie principalement La Réunion à La France métropolitaine mais peut également desservir l’Ile Maurice, Mayotte, Madagascar, la Thaïlande, l’Afrique du Sud, les Seychelles, l’Inde, la Chine et les Comores. En 2018, il devient le premier aéroport d’Outre-mer en accueillant près de 2,5 millions de passagers³⁵⁶.

³⁵² M.-A. LAMY-GINER, « Le transport aérien dans les petits territoires insulaires du bassin occidental de l’océan Indien : les Seychelles, Maurice et La Réunion contraintes et défis », *opt. cit.* p. 72.

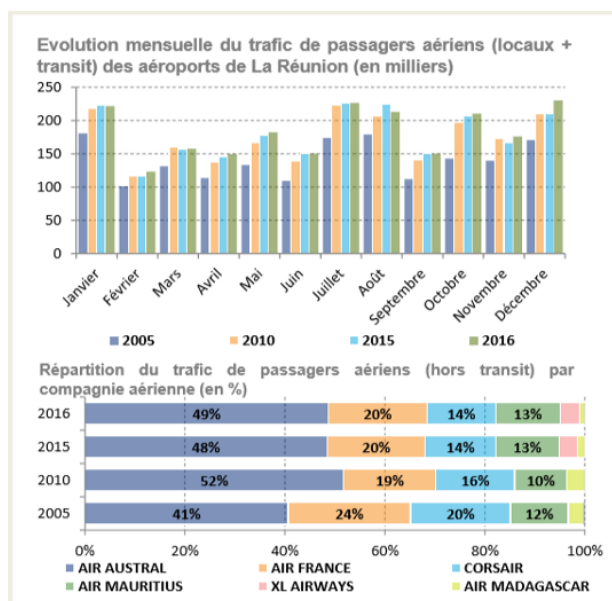
³⁵³ M.-A. LAMY-GINER, « Le transport aérien dans les petits territoires insulaires du bassin occidental de l’océan Indien : les Seychelles, Maurice et La Réunion contraintes et défis », *op. cit.*, pp. 179- 180.

³⁵⁴ « La Réunion-Roland Garros : légère baisse du trafic en novembre | Air Journal », s.d., [En ligne]. <<https://www.air-journal.fr/2018-12-16-la-reunion-roland-garros-legere-baisse-du-traffic-en-novembre-5208562.html>>. (Consulté le 2 mars 2021).

³⁵⁵ L. services de l’Etat à L. REUNION, « Motifs impérieux : vos démarches en ligne pour valider votre déplacement », 19 février 2021, [En ligne]. <<http://www.reunion.gouv.fr/motifs-imperieux-vos-demarches-en-ligne-pour-a7834.html>>. (Consulté le 2 mars 2021).

³⁵⁶ « Donnons des ailes à notre territoire », *Rapport d’activité*, Saint-Denis (Réunion), Aéroport de La Réunion Rolland Garros, 31 décembre 2018, p. 24, [En ligne]. <https://www.reunion.aeroport.fr/sites/default/files/rapport_dactivites/arrg-ra2018-fr-4.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

Figure 55 : Représentations du trafic de passagers aériens de 2005 à 2016



Sources : SDART 2018. (P.19)

Le deuxième se situe à Pierrefonds, dans le Sud. Ouvert en 1999, il est plus petit que son homologue Nordiste et dispose d'une piste réservée à l'accueil des avions court et moyen-courriers. Il réalise l'essentiel de son trafic avec des destinations de la zone océan Indien : Maurice, Madagascar, Rodrigues et les Comores, grâce à trois compagnies : Air Austral, Air Mauritius et Madagasikara Airways (compagnie Malgache créée en 2015)³⁵⁷. Il accueille, en 2018, 98 194 passagers³⁵⁸.

De 2005 à 2016, les tendances de fréquentations mensuelles sont similaires d'une année à l'autre mais des fluctuations sur la même année apparaissent. Des hausses sont ainsi visibles au cours des mois de janvier, juillet, août et décembre (particulièrement sur l'année 2016). En revanche, février, avril, juin et septembre sont les mois enregistrant les plus faibles fréquentations. Ces tendances observées gagneront en précision dans l'analyse des clientèles. Air Austral est la compagnie qui concentre le plus de passagers aériens (49% en 2016). Compagnie aérienne française créée en 1974, basée à La Réunion, elle est surtout active dans le Sud-Ouest de l'océan Indien. Air France se retrouve à la place suivante avec 20% du trafic de passagers en 2016, suivie par Corsair, compagnie aérienne régulière française fondée en 1981. Air Mauritius, en tant que compagnie nationale de l'Île Maurice, se retrouve au quatrième rang en possédant 13% du trafic de passagers sur la même année. Deux autres prestataires desservent La Réunion : Air Madagascar, qui est la compagnie nationale de Madagascar et XL Airways France, une compagnie à bas prix française spécialisée dans les vols touristiques entre la France métropolitaine et les Caraïbes, La Réunion,

³⁵⁷ « Statistiques de trafic passagers commerciaux », Saint-Pierre (Réunion), Aéroport de La Réunion - Saint-Pierre Pierrefonds, novembre 2019, [En ligne]. <http://www.pierrefonds.aeroport.fr/fileadmin/user_upload/statistiques/2019_Pax_Fret.nov19.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

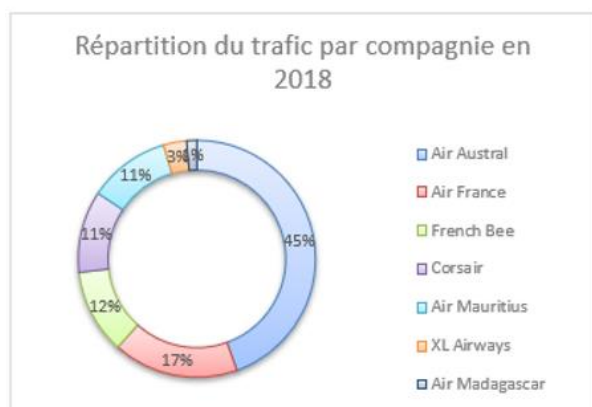
³⁵⁸ « Statistiques de trafic passagers commerciaux », Saint-Pierre (Réunion), Aéroport de La Réunion - Saint-Pierre Pierrefonds, janvier 2019, [En ligne]. <http://www.pierrefonds.aeroport.fr/fileadmin/user_upload/statistiques/2019_Pax_Fret.jan19.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

les États-Unis et le bassin méditerranéen. Cette dernière fait faillite et prononce sa liquidation le 04 octobre 2019³⁵⁹. Depuis le 27 août 2017, date à laquelle la compagnie bas prix French Bee inaugura son premier vol, une nouvelle compagnie dessert La Réunion via l'aéroport Rolland Garros à raison de un à deux vols hebdomadaires.

La répartition du trafic de passagers à destination de Gillot sur les années 2017 et 2018 est

Figure 56 : Évolution mensuelle du nombre de passagers locaux de 2017 à 2018 illustrée dans le tableau et le schéma ci-contre.

Compagnies	2017	2018	Taux de variation
<i>Air Austral</i>	1 032 467	1 078 359	+4%
<i>Air France</i>	420 540	414 536	-1%
<i>French Bee</i>	131 938	279 663	+111%
<i>Corsair</i>	278 924	270 380	-3%
<i>Air Mauritius</i>	271 665	269 896	-0,7%
<i>XL Airways</i>	90 027	75 946	-16%
<i>Air Madagascar</i>	26 352	33 566	+27%
Total	2 251 913	2 422 346	+8%



Sources : d'après les statistiques de l'Aéroport Rolland Garros, 2018

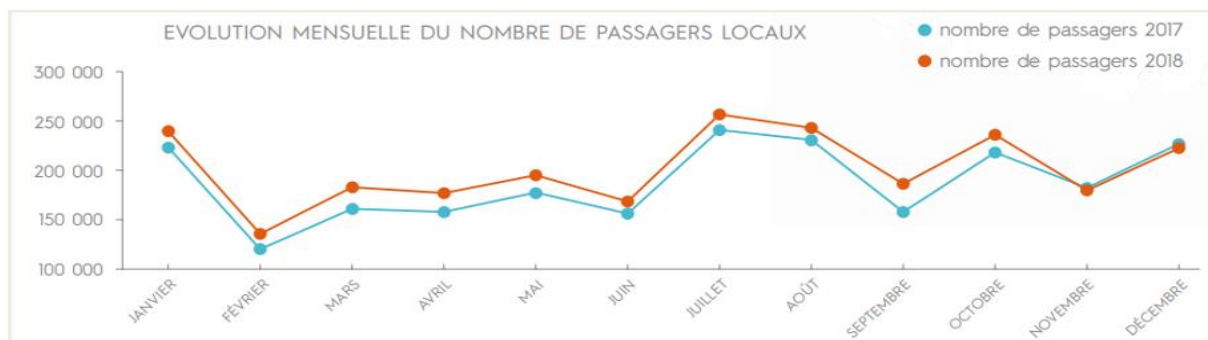
La nouvelle compagnie French Bee gère 6% des trafics de passagers lors de sa première année d'exercice et dépasse le double de son exercice l'année suivante (+111%). Elle participe ainsi à la diminution des parts de marché des autres compagnies. Air Austral perd 6 points de pourcentage de 2016 à 2017 et 1 point de 2017 à 2018. De même pour Air France, Corsair et Air Mauritius, qui perdent entre 2 et 3 points de pourcentage sur les trois dernières années. Air Austral domine toujours le marché. Le trafic de passagers qu'elle gère augmente de 4% entre les deux années. Air France est toujours deuxième et French Bee occupe dorénavant la troisième place, suivie

de très près par Corsair et Air Mauritius. Concernant le nombre de passagers sur les années 2017 et 2018, la saisonnalité déterminée sur les autres années reste visible avec des pics de fréquentation sur les mois de janvier, juillet et août. De plus, le trafic total de passagers entre ces deux années augmente de 4% malgré la crise sociale des gilets jaunes³⁶⁰ qui a eu lieu en fin d'année 2018.

³⁵⁹ V. SERGEEV, « Une deuxième compagnie aérienne française placée en liquidation judiciaire en un mois », *Sputnik*, 4 octobre 2019, [En ligne]. <<https://fr.sputniknews.com/france/201910041042212536-une-deuxieme-compagnie-aerienne-francaise-placee-en-liquidation-judiciaire-en-un-mois/>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

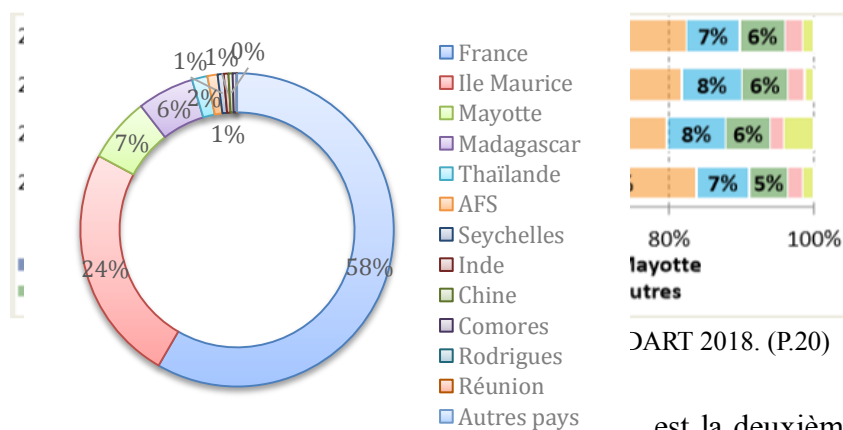
³⁶⁰ V. LE GUEN, « Dossier : mouvement des Gilets jaunes - "Gilets jaunes" : que se passe-t-il à La Réunion ? », *France Bleu*, 22 novembre 2018, [En ligne]. <<https://www.francebleu.fr/infos/societe/gilets-jaunes-que-se-passe-t-il-a-la-reunion-1542909168>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

Figure 57 : Évolution mensuelle du nombre de passagers locaux en 2017 et 2018



Source : Rapport d'activité annuel ARRГ 2018 (p.25)

Figure 59 : Répartition du trafic aérien de passagers (par transit) par origine géographique en 2018



Pour ce qui est de la répartition du trafic aérien de passagers par origine géographique, la France métropolitaine domine toujours de 2005 à 2016 avec des parts environnant les 60% du trafic total de passagers. L'île Maurice est la deuxième provenance (25% en 2016)

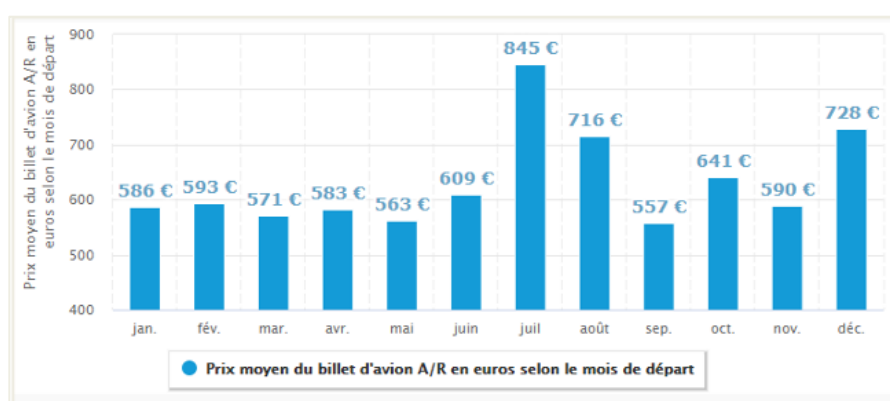
suivie par Mayotte et Madagascar avec des parts de trafic cependant beaucoup plus faibles (7% et 6%). Cette tendance se réitère sur les années 2017 et 2018. La part du trafic aérien de passagers en provenance de France métropolitaine se maintient de 2016 à 2018 malgré une perte de 3 points de pourcentage entre 2016 et 2017. Les îles Maurice, Mayotte et Madagascar conservent relativement le même pourcentage sur les trois années. En revanche, la part des trafics sur les autres provenances telles que l'Inde, la Thaïlande, l'Afrique du Sud, les Comores, et la Chine reste infime en comparaison. Il est tout de même à noter que les arrivées de Chine observent une augmentation de 27%, tout comme les arrivées des Comores, connaissant une hausse de 17%. Le trafic aérien de La Réunion s'effectue donc, encore aujourd'hui, principalement avec la France métropolitaine et les îles Mascareignes malgré l'émergence et la diversification des autres provenances.

Sources : d'après les statistiques des aéroports de La Réunion, 2018

L'offre de transport aérien se diversifie également sur l'axe Paris - Réunion depuis une quinzaine d'années. Avec l'arrivée des compagnies à petits prix telle que XL Airways dans

un premier temps puis French Bee, la concurrence s'accroît pour les entreprises françaises Air France, Air Austral et Corsair Fly, qui détenaient jusqu'alors un monopole. Pour faire face à cette concurrence, elles revoient leurs tarifs à la baisse, entraînant aussitôt des répercussions sur le prix moyen des billets. Le site « Où & quand.net »³⁶¹ étudie en 2019 un échantillon de 96 582 prix de billets d'avion des années précédentes sur le trajet Paris - La Réunion afin d'établir des tendances de variations de prix. Le constat est sans équivoque sur le prix moyen d'un billet d'avion pour La Réunion. En prenant le mois le plus cher, le tarif est de 845 €, alors « qu'un vol en classe économique vers l'île de la Réunion s'élevait à 1.660 euros en 1985 »³⁶². Ce qui est presque deux fois moins cher que dans les années 1980. Le graphique suivant confirme que la saisonnalité des tarifs correspond à celle de la fréquentation mensuelle. Les mois de juillet, août et décembre sont les plus chers mais également ceux où le trafic aérien est le plus important.

Figure 60 : Prix moyen en fonction du mois de départ



Sources : Où et Quand Partir, 2019

Avant de conclure sur l'évolution du trafic aérien, il semble important de préciser que pour faciliter la mobilité des Réunionnais vers la Métropole, il existe un dispositif d'aide à la continuité territoriale depuis le 1^{er} juillet 2005. Organisé par le Conseil Régional, il se manifeste par le versement d'une aide au paiement d'un billet d'avion aller-retour Réunion – Métropole

³⁶¹ « Statistiques sur les vols pour la Réunion (Saint Denis): quel est le bon prix et quand acheter son billet d'avion ? », *Où et Quand Partir*, 2019, [En ligne]. <<https://www.ou-et-quand.net/vols/la-reunion/saint-denis/>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

³⁶² « Les billets d'avion en classe éco moins chers en 2011 qu'en 1985 », *Le Parisien*, 23 juin 2011, [En ligne]. <<https://www.leparisien.fr/voyage/les-billets-d-avion-en-classe-eco-moins-chers-en-2011-qu-en-1985-23-06-2011-1506732.php%20consult%C3%A9%20le%2024/12/2019>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

par an, en fonction du quotient familial de chaque Réunionnais. Ainsi, la mise en place du dispositif de continuité territoriale ainsi que la diminution du prix des billets d'avion font de La Réunion une destination financièrement plus accessible qu'il y a trente ans, notamment sur l'axe Réunion – Métropole. Cela participe-t-il à l'augmentation de la fréquentation touristique de l'île ? L'analyse des clientèles essaiera d'y répondre.

✚ La voie maritime

L'île de La Réunion possède quatre ports de plaisance : le Grand Port Maritime du Port, le port de Saint Gilles et le port de Saint-Leu, dans l'Ouest. Le port de Saint-Pierre dans le Sud et celui de Sainte-Rose dans l'Est. Un seul a la possibilité d'accueillir des paquebots allant jusqu'à 300 mètres de long, le Grand Port Maritime du Port. En plus d'offrir des prestations de plaisance, il est plurifonctionnel et accueille des navires de pêche et commerciaux. Il fait également office de gare maritime et de base navale. Il constitue d'ailleurs la troisième base navale de France après Brest et Toulon³⁶³.

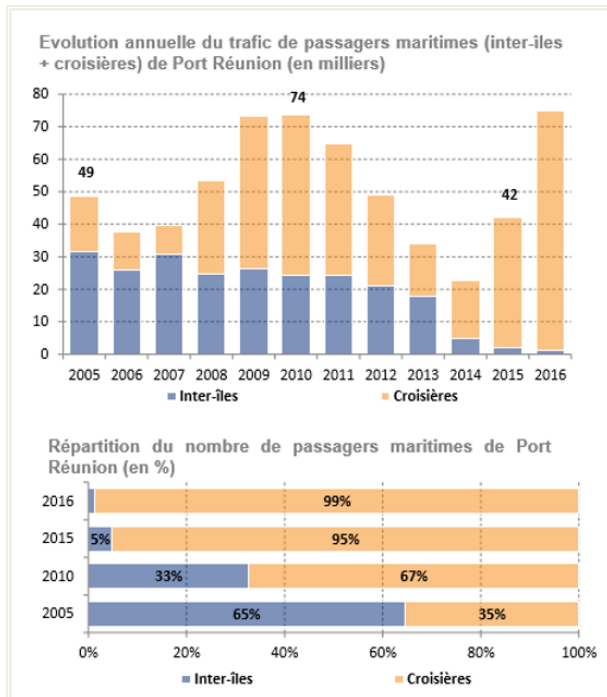
Dans la zone océan Indien, le transport maritime de passagers n'existe quasiment pas³⁶⁴. L'activité principale du Grand-Port de La Réunion est l'import-export de marchandises. Il semble néanmoins important de détailler le trafic maritime engendré par l'activité touristique³⁶⁵.

³⁶³ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 23.

³⁶⁴ M.-A. LAMY-GINER, « Le transport aérien dans les petits territoires insulaires du bassin occidental de l'océan Indien : les Seychelles, Maurice et La Réunion contraintes et défis », *art. cit.*, p. 162.

³⁶⁵ « Port-Louis et Port Réunion, ports majeurs du sud-ouest de l'océan Indien — Géoconfluences », s.d., [En ligne]. <<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/transv/Mobil/MobilScient5.htm>>. (Consulté le 26 février 2021).

Figure 61 : Représentations du trafic maritime réunionnais 2005 - 2016



Sources : SDART 2018. (P.23)

Les liaisons inter-îles sont assurées jusqu'en 2015 par les cargos Mauriciens « Mauritius Pride » et « Mauritius Trochettia » mais sont quasi inexistantes depuis la vente du « Trochettia ». Aujourd'hui, la seule activité de croisière est effectuée par 13 compagnies maritimes³⁶⁶ internationales qui accueillent un total de 67 971 passagers sur la saison 2017 – 2018³⁶⁷, soit un taux de variation impressionnant de 94%. Les groupes Costa Croisière (24%) et Aida Croises (21%) sont ceux qui effectuent le plus d'escales sur la saison 2017 – 2018. Ils concentrent, à eux deux, 92% de l'ensemble des nuitées sur la période. Ils transportent le plus de croisiéristes : 52% de l'ensemble des croisiéristes sur la saison.

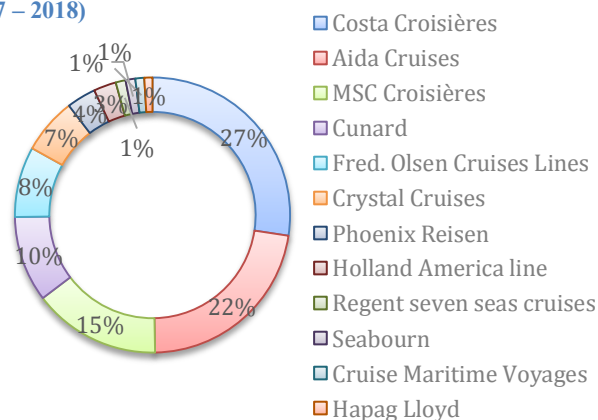
³⁶⁶ Costa Croisières, MSC Croisières, Fred. Olsen Cruises Lines, Aida Croises, Phoenix Reisen, Crystal Cruises, Cunard, Hapag Lloyd, Seabourn, Cruise Maritime Voyages, Holland America line, Regent seven seas cruises.

³⁶⁷ « Accueil croisières : Bilan de la saison 2017-2018 », Saint-Denis (Réunion), Fédération Régionale du Tourisme, 2018, pp. 3 et 7.

Figure 62 : Répartition du trafic maritime par compagnies en escale à La Réunion sur la saison 2017-2018

Compagnies	Noms des bateaux	Nationalité	Type ¹⁶⁹	Escales sur la saison 2017-2018
<i>Costa Croisières</i>	Costa Néo Riviera	Européenne	L	10 escales dont : 5 avec 2 nuitées 3 avec 1 nuitée 2 sans nuitée
<i>MSC Croisières</i>	Sinfonia	Sud-Africaine	XL	3 escales sans nuitée
<i>Fred. Olsen Cruises Lines</i>	Boudicca	Anglaise	M	5 escales dont : 3 avec 1 nuitées 2 sans nuitée
<i>Aida Cruises</i>	Aidaaura	Allemande	L	9 escales dont : 3 avec 2 nuitées 5 avec 1 nuitée 1 sans nuitée
<i>Phoenix Reisen</i>	Albatros	Allemande	M	2 escales dont : 1 avec 1 nuitée 1 sans nuitée
<i>Crystal Cruises</i>	Crystal Symphony	Américaine	M	3 escales sans nuitée
<i>Noble Caledonia</i>	Serenissima	Anglaise	S	3 escales sans nuitée
<i>Cunard</i>	Queen Mary Queen Elizabeth	Anglaise	XL	1 escale sans nuitée 1 escale sans nuitée
<i>Hapag Lloyd</i>	Europa 2	Allemande	M	1 escale sans nuitée
<i>Seabourn</i>	Seabourn Sojourn	Anglaise	S	1 escale sans nuitée
<i>Cruise Maritime Voyages</i>	Astor	Australienne	M	1 escale sans nuitée
<i>Holland America line</i>	Amsterdam	Américaine	XL	1 escale sans nuitée
<i>Regent seven seas cruises</i>	Seven Seas Navigator	Américaine	M	1 escale sans nuitée
<i>Totaux</i>				42 escales dont 26 nuitées

Figure 63 : Répartition du nombre de croisiéristes par compagnies (2017 – 2018)



La compagnie Sud-Africaine MSC croisières est la troisième. Avec un navire XL, elle transporte 10 200 croisiéristes sans nuitée. Les compagnies anglaises Cunard et Fred Olsen Cruises Lines ainsi que le groupe américain Crystal Cruises transportent, quant à elles, 27% de l'ensemble des croisiéristes.

Source : FRT, « Accueil croisières : Bilan de la saison 2017-2018 (p.7) »

Afin de permettre aux croisiéristes de visiter l'île, la Fédération Régionale du Tourisme (FRT) propose un service de navettes payantes pour les bateaux de type L et XL³⁶⁸. Grâce à ce système, 9 171 personnes ont été transportées sur la saison dernière. Un service de taxi et de location de voiture est également mis à disposition des croisiéristes souhaitant être plus autonomes. Organisées à la demi-journée ou au taximètre, les principaux sites desservis par les taxis sont le « tour de l'île », les plages, le volcan et les cascades³⁶⁹. Ainsi, l'activité de croisière prend de l'ampleur au cours de la dernière saison et permet à l'économie touristique locale de fonctionner grâce à la mise en place de services de transports et d'animations à destination des croisiéristes. Souhaitant faire connaître La Réunion à l'international à travers ses croisières, la Fédération Régionale du Tourisme (FRT) intègre l'activité dans les axes stratégiques des îles Vanille et met en place un plan d'action lui permettant d'être fédérée.

Néanmoins, l'activité est infime par rapport à l'activité de croisière des Antilles, qui comptabilise un total de 467 021 croisiéristes en Martinique et de 319 596 en Guadeloupe sur l'année 2017. Ce qui correspond à un accueil cinq à sept fois plus important de personnes. Ce constat illustre à nouveau que l'île de La Réunion n'est pas une destination qui attire pour ses plages et ses côtes. Il lui faut donc redoubler d'efforts pour poursuivre le développement du flux de visiteurs drainé par les croisières.

³⁶⁸ Type de bateau : dispositifs mis en place adaptés au nombre de passagers : S < 500 passagers ; M < 800 passagers ; L < 1500 passagers ; XL > 1500 passagers

³⁶⁹ « Accueil croisières : Bilan de la saison 2017-2018 », *op. cit.*, pp. 9- 10.

✚ Un réseau routier limité

Figure 64 : Cartographie des réseaux routiers et compagnies de transports réunionnais en 2018



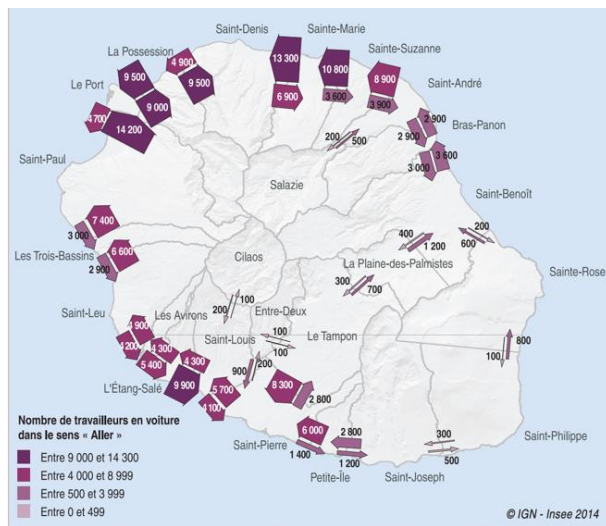
Source : <https://habiter-la-reunion.re/transport-a-la-reunion/>

Trois principales routes nationales permettent à l'ensemble des véhicules de se déplacer sur le tour de l'île (Nationale 1 et 2) ou de la traverser (Nationale 3). La Nationale 5 rejoint pour sa part le cirque de Cilaos. La Nationale 1 qui relie le Nord au Sud emprunte depuis 1963 la route du littoral. Construite à flanc de falaise, entre Saint-Denis et La Possession, elle est souvent partiellement ou totalement fermée à cause de travaux pour limiter les risques d'éboulements dus à l'érosion. Afin d'éradiquer le problème de chutes de pierres sur cette portion, des travaux de construction de la Nouvelle Route du Littoral sont entrepris depuis 2014. Composée de deux digues et d'un viaduc en pleine mer, elle est l'une des routes les plus chères de France³⁷⁰.

³⁷⁰ REGION REUNION, « Les Grands Chantiers Régionaux : point financier - Nouvelle Route du Littoral », *Nouvelle Route du Littoral*, 2 juin 2016, [En ligne]. <<http://www.nouvelroutedulittoral.re/financement/article/les-grands-chantiers-re%CC%81gionaux>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

La construction s'arrête au cours du mois de Mars 2019 et la fin des travaux, initialement prévue en fin d'année 2020 est, au mieux, reportée vers 2025³⁷¹. En 2009, la route des Tamarins, qui relie Saint-Paul à L'Étang-Salé, afin de fluidifier le trafic dans l'Ouest, est construite sur le même axe. La RN2 traverse l'Est et permet l'accès au Sud Sauvage par le Nord. Elle comprend la « Routes des laves », depuis laquelle chacun peut observer les traces des anciennes coulées et les situer dans le temps, grâce à un balisage informatif. Au départ large de deux fois deux voies, elle devient sinueuse à partir de Saint-Benoît et les conditions de circulation se compliquent rapidement dès lors qu'un incident se produit. Enfin, la départementale 48 permet de relier Saint-André à Salazie.

Figure 65 : Nombre de travailleurs passant chaque limite de commune en voiture chaque jour pour aller travailler en 2011



Sources : Insee, Recensement de la population.

Depuis la fermeture de sa dernière ligne ferroviaire en 1976, le « tout-automobile » règne à La Réunion³⁷². Son parc automobile comptabilise 341 476 véhicules en 2016, alors qu'il était deux fois moins important en 1982³⁷³. La pression démographique, la concentration des pôles économiques et le peu d'axes les reliant aux « cités dortoirs » engendrent des embouteillages quotidiens aux heures de pointe. La figure 65 illustre la concentration automobile sur les routes les plus fréquentées. Ainsi, plus de 50 000 véhicules par jour empruntent ceux qui mènent à St-Denis, Le Port et St-Pierre, qui sont les pôles économiques de l'île³⁷⁴. Alors qu'en 1982, 22% des Réunionnais travaillent en dehors de leur commune de résidence, ils sont un tiers en 2011³⁷⁵. Cet engorgement suscite l'intérêt

³⁷¹ LE MONITEUR, « La Réunion : le chantier de la nouvelle route du littoral à l'arrêt », octobre 2019, [En ligne]. <<https://www.lemoniteur.fr/article/la-reunion-le-chantier-de-la-nouvelle-route-du-littoral-a-l-arret.2057664>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

³⁷² M.-A. LAMY-GINER, « Les transports à la Réunion, « sur la voie » du développement durable ? », dans F. TAGLIONI (éd.), *Insularité et développement durable*, Marseille, IRD Éditions, 2 décembre 2013, p. 7.

³⁷³ « “Se déplacer” : quelle place pour la voiture à La Réunion ? », *Linfo.re*, s.d., [En ligne]. <<https://www.linfo.re/la-reunion/societe/se-deplacer-quelle-place-pour-la-voiture-a-la-reunion>>. (Consulté le 1 mars 2021).

³⁷⁴ M.-A. LAMY-GINER, « Les transports à la Réunion, « sur la voie » du développement durable ? », *art. cit.*, p. 8.

³⁷⁵ V. DAUDIN, S. LIEUTIER et A. BESNARD, « Déplacements domicile-travail. La périurbanisation défie le transport durable », *Insee Analyses Réunion* 4, St Denis, INSEE, DEAL, 2011, p. 2

des responsables politiques locaux, qui souhaitent fluidifier le trafic et réduire son impact écologique sans pour autant empiéter sur d'autres domaines tel que les terroirs agricoles ou les espaces naturels³⁷⁶. Ainsi, les déplacements entrent dans les priorités régionales et intègrent l'Agenda 21 local en 2002. Un projet de tram-train est proposé en 2006. Reliant Sainte-Marie à Saint-Paul, il propose une alternative écologique à l'automobile mais est écarté en 2010 par Didier Robert, président du conseil régional de La Réunion, au profit de la nouvelle route du littoral. La géographe Marie-Annick Lamy-Giner relève plusieurs raisons à ce report : les désaccords politiques et la nécessaire sensibilisation des populations, attachées à leurs véhicules, à ce nouveau mode de transport³⁷⁷. Ainsi, en préférant la construction d'une nouvelle route au tram-train, La Réunion fait à nouveau le choix du « tout-automobile », même si elle envisage la construction d'un projet de tramway reliant St-Denis à Ste Marie aux environs de 2022³⁷⁸.

Il ne reste à l'île qu'une solution de transport en commun, le réseau interurbain de bus « Car Jaunes », qui propose 17 lignes. Il est complété par les réseaux de bus urbains nommés « Cirest » dans l'Est, « Cinord » dans le Nord, « Karouest » dans l'Ouest et « CIVIS » dans le Sud. Ce « réseau de transport en commun répond très peu à la demande touristique » et ne « représente que 7% de la part des déplacements sur le territoire »³⁷⁹. Les autres options pour les touristes sont le taxi et la location de voiture. Le taxi étant peu économique (entre 1,7€ et 2,7€ le km) et rare sur l'île, il constitue une option peu utilisée. En revanche, la location de voiture est favorisée par la présence des prestataires à proximité des aéroports³⁸⁰. Ainsi, face à la mauvaise organisation du réseau de transport en commun, les touristes souhaitant des déplacements aisés sont contraints de louer un véhicule. Or, ces déplacements se complexifient lors de la saturation des axes principaux ; il est donc nécessaire pour le développement de

³⁷⁶ M.-A. LAMY-GINER, « Les transports à la Réunion, « sur la voie » du développement durable ? », *art. cit.*, p. 11.

³⁷⁷ M.-A. LAMY-GINER, « Les transports à la Réunion, « sur la voie » du développement durable ? », *art. cit.*, p. 15.

³⁷⁸ « La Réunion: un tramway pour 2022 », *Linfo.re*, s.d., [En ligne]. <<https://www.linfo.re/la-reunion/societe/la-reunion-un-tramway-pour-2022>>. (Consulté le 1 mars 2021).

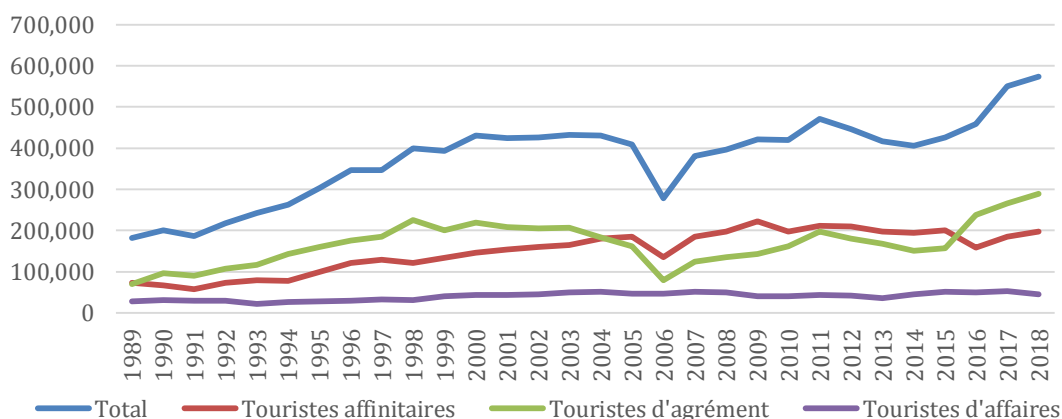
³⁷⁹ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 25.

³⁸⁰ *Ibid.*

l'activité touristique et le bien-être de ses habitants que l'île résolve ses problèmes de circulation en proposant, par exemple, un réseau de transport en commun plus efficace.

2. La diversité de la demande

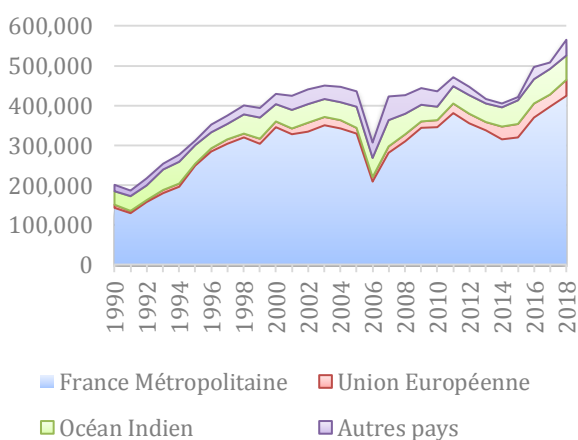
Figure 66 : Évolution du nombre de touristes de 1989 à 2018



Source : INSEE, IRT

La comparaison des flux de fréquentation touristique des départements d'Outre-mer français permet de constater que le nombre de visiteurs à La Réunion varie en fonction des crises et des événements qui l'entourent. La chute de 2006, due à la crise du Chikungunya, apparaît clairement sur la courbe d'évolution des fréquentations, tout comme celle de la « crise requin » aux alentours de 2011. L'on s'aperçoit, en revanche, que depuis 2014, le nombre de visiteurs augmente progressivement avec un pic de 2016 à 2017, mentionné en amont. Ce pic étant lié à la publication de la nouvelle campagne de communication de l'île, il est permis de supposer que cette dernière a porté ses fruits.

Figure 67 : Évolution du nombre de touristes en fonction du pays de résidence de 1990 à 2018

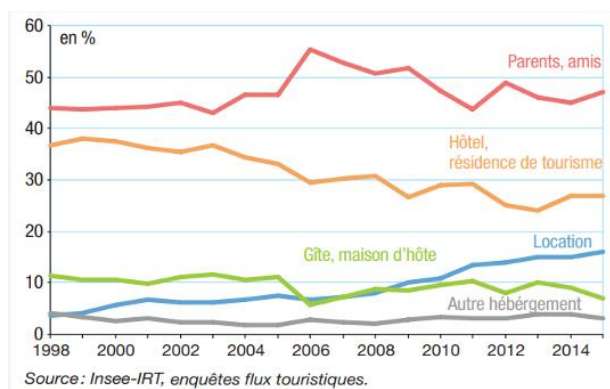


Source : INSEE, IRT

La particularité de la fréquentation touristique de La Réunion réside dans son important nombre de touristes affinitaires. De 2004 à 2015, il est d'ailleurs plus important que celui des touristes d'agrément. Le tourisme d'affaires tend à stagner et est la catégorie de tourisme la moins importante. La deuxième particularité de l'île est son nombre élevé de touristes originaires de France métropolitaine. Comme le montre le graphique ci-contre, il prend une place considérable. Le tourisme en

provenance des pays de la zone océan Indien, qui est le deuxième bassin émetteur, prend de l'ampleur. Celui des pays de l'Union Européenne également.

Figure 68 : Répartition des touristes par mode d'hébergement principal depuis 1998 à La Réunion



Les touristes affinitaires favorisent l'hébergement chez leurs proches, qui par conséquent, possèdent la part la plus importante des modes d'hébergements choisis par l'ensemble des touristes externes de 1998 à 2014. Bien qu'elle ait diminué au profit de la location, la part des hôtels et résidences de tourisme est le deuxième mode d'hébergement préféré.

a) Le tourisme externe

✚ Le tourisme affinitaire

Les touristes affinitaires sont, par définition, les visiteurs dont « la motivation principale du séjour est la visite à des parents ou amis »³⁸¹. Il s'agit donc d'un touriste qui voyage pour son agrément en séjournant essentiellement chez ses proches. Cependant, Isabelle Musso reconnaît qu'il existe des différences de logiques dans le tourisme affinitaire. Dans le cadre de sa thèse en géographie³⁸², elle travaille en 2004 sur le tourisme à La Réunion et observe les pratiques affinitaires ainsi que les pratiques d'agrément. Par le biais d'une enquête de terrain encouragée par le manque d'informations disponibles sur les pratiques affinitaires, elle offre une description typologique des clientèles touristiques. Trois motivations distinctes se détachent : « la logique familiale », « la logique amicale », « la logique associative »³⁸³.

La première catégorie, répondant à la logique familiale, représente à la fois le flux de Réunionnais quittant leur île pour des raisons professionnelles et y revenant en vacances, mais

³⁸¹ « Tableau économique de La Réunion 2014 », Saint-Denis (Réunion), INSEE Réunion-Mayotte, avril 2014, p. 162.

³⁸² I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, Thèse de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 1 janvier 2004, [En ligne]. <<https://www.theses.fr/2004LARE0016>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

³⁸³ I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, Thèse de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), *op. cit.*, pp. 85- 91.

également le flux des familles de métropolitains installés à La Réunion. L'auteure précise, en s'appuyant sur les résultats de ses enquêtes, que les pratiques touristiques des Réunionnais de retour pour les vacances sont équivalentes à celles des proches à qui ils rendent visite. Elle ajoute qu'il s'agit de personnes principalement issues de familles aux revenus modestes, qui séjournent essentiellement chez leurs proches, qui fréquentent très peu les établissements hôteliers mais peuvent, néanmoins, séjourner occasionnellement dans des gîtes meublés de tourisme ou locations saisonnières³⁸⁴. En revanche, toujours selon les résultats des enquêtes d'Isabelle Musso, les touristes rendant visite à leurs proches métropolitains ont « entraîné une diffusion de certaines pratiques de loisirs à caractère touristiques tels que le parapente, le surf, la plongée et la randonnée ». Elle précise que « ces métropolitains issus des classes moyennes utilisent plus fréquemment hébergements touristiques et services de restauration du fait de leur pouvoir d'achat, mais aussi de leur "culture touristique" »³⁸⁵. Cette expression de « culture touristique » retient toute notre attention puisqu'elle met en exergue l'existence d'un apprentissage du tourisme (comme le présente Dumazedier) chez le public métropolitain, apprentissage qui semble au contraire absent chez le public réunionnais.

La logique amicale, quant à elle, correspond aux visiteurs qui profitent de la présence de l'un de leurs proches sur le territoire pour venir lui rendre visite. Le dernier type, associé à la logique associative, dépend des réseaux de loisirs. Il concerne les touristes présents sur l'île pour des événements sportifs ou culturels tels que le Grand raid et les divers festivals organisés sur l'île, mais aussi pour des échanges linguistiques, par exemple. Se confondant avec la vie locale et passant inaperçues dans l'espace, ces pratiques ont longtemps été ignorées. En 2004, « on ne donne pas toujours à ce visiteur le titre de touriste et on mesure rarement les retombées économiques de cette migration saisonnière »³⁸⁶. Considéré aujourd'hui comme un type de tourisme à part entière, il est désormais plus facile de définir les types de pratiques et les retombées économiques qu'il engendre. Ainsi, il est à noter que la durée moyenne de séjour des touristes affinitaires sur l'année 2018 est de 19 jours. Le montant des dépenses moyennes avant leur séjour s'élève à 1 726€, alors que celles réalisées au cours du séjour est de 1 045€. Au total,

³⁸⁴ I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, These de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), *op. cit.*, p. 88.

³⁸⁵ I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, These de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), *op. cit.*, p. 90.

³⁸⁶ I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, These de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), *op. cit.*, p. 86.

les touristes affinitaires dépensent en moyenne 2 871€ pour l'ensemble de leur séjour à La Réunion³⁸⁷.

🚩 Le tourisme d'agrément

Les touristes d'agrément sont les visiteurs dont « la motivation de séjour est la découverte de La Réunion, les vacances »³⁸⁸. Ces clientèles sont en partie le résultat des campagnes de communication produites par l'Ile Réunion Tourisme. Isabelle Musso les décrit comme « des clients d'hôtels ou de gîtes parfois liés à l'île depuis longtemps ou qui la découvrent pour la première fois. Les premiers sont dans la mouvance du tourisme affinitaire, ils viennent dans l'île pour y rencontrer amis et familles, mais préfèrent pour différentes raisons loger dans un village de vacances ou un hôtel. Quant à ceux qui découvrent l'île en une seule fois, ce sont généralement des habitués des destinations lointaines et il est rare qu'ils choisissent de revenir une seconde fois étant donné la concurrence très forte avec d'autres îles ou d'autres pays »³⁸⁹.

En 2004, en plus de se différencier par la fréquence de leurs séjours, les touristes d'agrément se distinguent par la manière d'organiser leur voyage. Les plus âgés font appel aux Tours opérateurs et agences de voyages alors que les plus jeunes « bricolent » leur itinéraire en achetant des « vols secs » et en réservant leur hébergement eux-mêmes. Les adeptes de randonnée séjournent en partie dans des gîtes, des chambres d'hôtes mais également dans des hôtels de moyenne gamme voire des villages de vacances lorsqu'ils se retrouvent sur les côtes. Enfin, la destination étant onéreuse du fait du prix du billet d'avion et du coût des prestations sur place, elle « sélectionne » ainsi ses clientèles et favorise les arrivées de touristes aisés³⁹⁰. Le dernier élément emprunté à la thèse d'Isabelle Musso explique que la clientèle qui se rend sur l'île pour y pratiquer un sport tel que la plongée ou la randonnée a une moyenne d'âge comprise entre 15 ans et 39 ans. En tant que jeune adulte entrant dans l'objet d'étude, il nous semble essentiel de conserver ces observations afin de les comparer ultérieurement avec l'analyse des pratiques juvéniles locales.

³⁸⁷ « 2018 Fréquentation touristique », *op. cit.*, p.4.

³⁸⁸ « Tableau économique de La Réunion 2014 », *op. cit.*, p. 162.

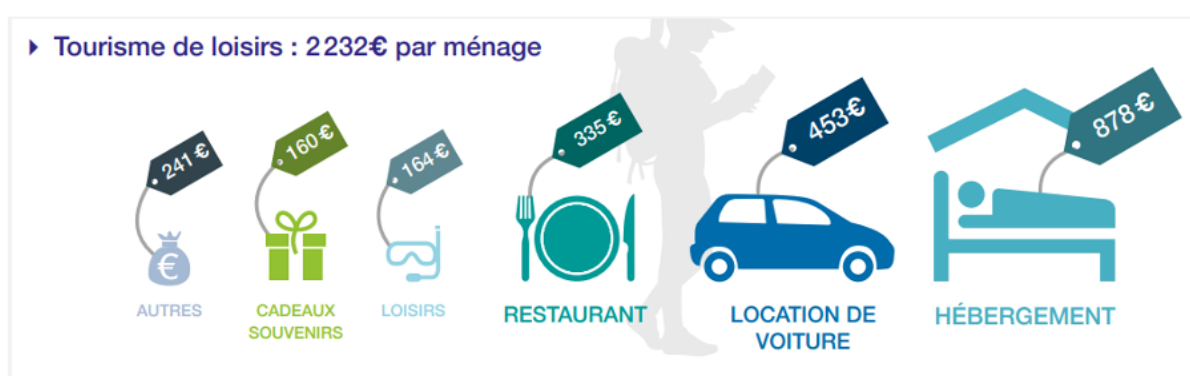
³⁸⁹ I. MUSSO, *Tourismes à La Réunion*, *op. cit.*, p. 92.

³⁹⁰ *Ibid.*, p. 93.

Ces jeunes touristes majoritairement originaires de France métropolitaine voyagent le plus souvent en couple, parfois entre amis et, plus rarement, en famille³⁹¹. La moyenne de la durée du séjour des touristes d'agrément est de 15 jours. Ils dépensent en moyenne 2 211€ avant leur séjour et 1 493€ pendant, ce qui représente un total de 3 704€, soit 833€ de plus que les dépenses des touristes affinitaires. Enfin, 18,2% des touristes d'agrément choisissent l'hôtel classé comme mode d'hébergement principal³⁹².

Afin de gagner en précision, l'analyse du schéma de l'ORT sur les pôles de dépenses touristiques de l'ensemble des touristes de loisir permet de recenser les différentes dépenses réalisées.

Figure 69 : Répartition du budget des touristes de loisir par pôle de dépenses en 2018



Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT (p.15)

Il est ainsi mis en évidence que les dépenses les plus importantes sont consacrées à l'hébergement, la location de voiture et la restauration. Ces touristes vont également octroyer une somme quasi identique à l'achat de cadeaux souvenirs qu'à la pratique des loisirs.

🚩 Le tourisme d'affaires

Les touristes d'affaires sont les visiteurs qui se déplacent pour des « séjours liés au travail, aux activités professionnelles, aux séminaires »³⁹³. La Réunion dispose d'équipements destinés à l'organisation d'événements importants et de quelques hôtels orientés « Meetings, incentives, conferencing, exhibitions » (MICE : catégorie de tourisme d'affaires) concentrés essentiellement dans le Nord, l'Ouest et quelques rares dans le Sud. Parmi les structures

³⁹¹ *Ibid.*

³⁹² « 2018 Fréquentation touristique », *op. cit.*, p.10.

³⁹³ « Tableau économique de La Réunion 2014 », *op. cit.*, p. 162.

susceptibles d'accueillir d'importants évènements, citons le Parc des Expositions et des Congrès (NORDEV) disposant de 300 à 600 places, la Halle des Manifestations au Port (2 650 places), le Théâtre de Champ-Fleuri (600 places) à Saint-Denis, le Théâtre Luc-Donat (600 places) au Tampon et le Conservatoire de Saint-Benoît (600 places). Concernant les hôtels orientés MICE, l'Hôtel Bellepierre à proximité de Saint-Denis, le Relais de l'Hermitage dans l'Ouest et l'Hôtel Austral sur Saint-Denis figurent sur la liste.

En dépit de cette substantielle capacité d'accueil, la part du tourisme d'affaires dans l'économie touristique ne décolle pas. Le président de Région Didier Robert explique dans un rapport en 2012 que « deux freins s'opposent à l'existence du tourisme d'affaire de l'île : le manque d'hôtel de niveau moyen haut de gamme et celui de salle de congrès ou amphithéâtres suffisamment vastes pour accueillir des évènements professionnels importants »³⁹⁴. Peuvent également s'ajouter la distance importante entre la Réunion et la France métropolitaine, ainsi qu'un coût du billet d'avion élevé malgré une forte tendance à la baisse. En 2018, les touristes d'affaires séjournent en moyenne 15 jours et dépensent un budget total de 2 920€, soit 784€ de moins que les touristes d'agrément. Ce sont les importants consommateurs de nuitées en hôtels classés : 48,7% d'entre eux les choisissent comme mode d'hébergement principal³⁹⁵.

Figure 70 : Répartition du budget des touristes d'affaires par pôle de dépenses en 2018



Source : Suivi de la demande touristique locale 2018, ORT (p.15)

Le schéma ci-dessus montre une dépense en hébergement des touristes d'affaires inférieure de 240€ par rapport aux touristes de loisir, alors qu'ils fréquentent plus largement les hôtels classés. Par déduction, il en ressort que les séjours en hôtels classés sont plus courts que les séjours

³⁹⁴ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 43.

³⁹⁵ « 2018 Fréquentation touristique », *op. cit.*, p.11.

passés dans d'autres types d'établissements. La restauration est le deuxième pôle de dépense des touristes d'affaires, tandis qu'il s'agit du troisième pour les touristes de loisirs. Enfin, les dépenses allouées aux loisirs et aux cadeaux sont inférieures, respectivement de 58€ et 70€, à celles des touristes d'agrément.

b) *Le tourisme interne dynamique*

« Le tourisme interne représente le tourisme des visiteurs résidents à l'intérieur du territoire économique du pays de référence. »³⁹⁶ Concernant la Réunion, et malgré sa volonté actuelle de favoriser le tourisme interne, les Réunionnais sont longtemps restés absents des analyses de fréquentation touristique de l'île. Il est cependant possible de trouver une publication, datant de Mai 2019 et réalisée par l'Observatoire Régional du Tourisme, présentant les résultats d'une enquête sur les pratiques excursionnistes et touristiques des résidents majeurs. Ainsi, par voie téléphonique, un total de 6 438 Réunionnais sont interrogés afin d'évaluer la quantité de séjours et d'excursions. Une autre enquête, diffusée en ligne, permet d'obtenir les descriptions des séjours de 901 Réunionnais ainsi que celles des excursions de 1 104 résidents³⁹⁷.

« 33% des Réunionnais ayant effectué au moins un séjour à La Réunion entre janvier et décembre 2018 sont âgés entre 15 et 29 ans. »

Source : Suivi de la demande touristique locale 2018, ORT

✚ Séjours avec nuitées

De janvier à décembre 2018, 4 734 000 séjours sont réalisés par les résidents comptabilisant un total de 4 575 000 nuitées consommées. Avec une majorité de séjours très courts (75%), leur durée de moyenne est estimée à 2,5 jours. Ces séjours rapportent 337 millions d'euros de recettes. La motivation principale des séjours est l'agrément (49%), puis la visite de proches (38%) et les évènements religieux (6%), alors que les séjours des loisirs culturels ou sportifs ainsi que les séjours professionnels concernent chacun 3% de l'échantillon choisi. Les séjours de cure et de remise en forme sont les dernières raisons de séjour et ne représentent que 1% des

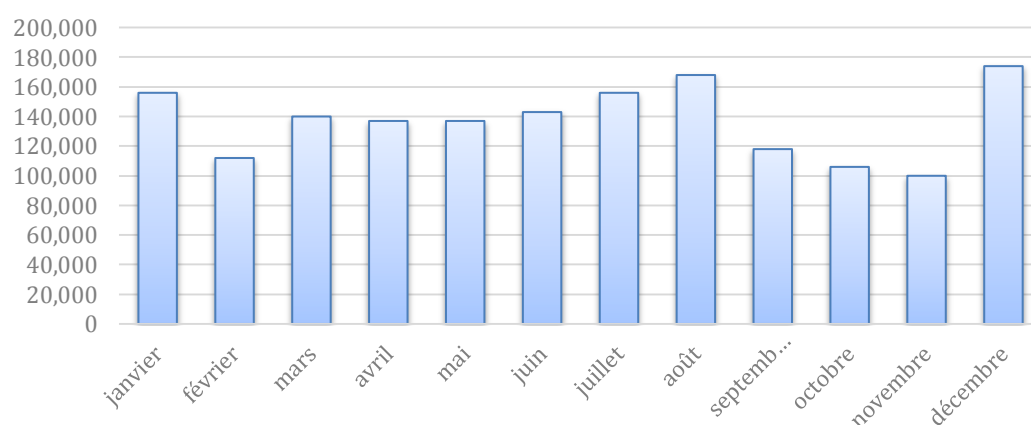
³⁹⁶ « Mise à jour des recommandations sur les Statistiques du Tourisme », ONU-WTO – Série M No. 83 (1994) », Série M n°83, Paris, ONU - WTO, 1994, [En ligne]. <<https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-f.pdf>>. (Consulté le 6 juillet 2020).

³⁹⁷ N. DE BLEECKERE et A. GARNIER, « Suivi de la demande touristique locale à La Réunion - janvier à décembre 2018 », *op. cit.*, p.3.

réponses. Les résidents préfèrent s'accorder un séjour sur l'île durant un week-end simple ou prolongé (66%), la semaine (39%) ou les vacances scolaires (38%). Ils se déplacent majoritairement à plusieurs (84%) avec une majorité de séjours en famille (56%). Parmi eux, 45% favorisent les très grand groupes (4 personnes ou plus), les autres en petits groupes (1 à 3 personnes). Les Région Sud (43%) et Ouest (41%) sont celles qui sont les plus fréquentées par les visiteurs séjournant dans un établissement marchand, au même titre que les cirques (26%). L'Est et le Nord demeurent en marge et accueillent chacun 8% de l'échantillon de l'enquête IPSOS. En comparaison avec les chiffres des séjours en établissements non-marchand lors desquels l'Est est fréquenté par 13%, il est permis de penser que le faible taux de fréquentation des séjours en établissement marchand est causé par le manque de structures d'accueil dans la région³⁹⁸.

Sur l'année, une saisonnalité identique à celles des touristes extérieurs s'observe, montrant également des pics de fréquentation lors des vacances scolaires d'été locales (décembre-janvier) et des vacances scolaires débutant en juillet et se terminant en août. Les séjours affinitaires

Figure 71 : Nombre de séjours avec nuitées des résidents de janvier à décembre 2018

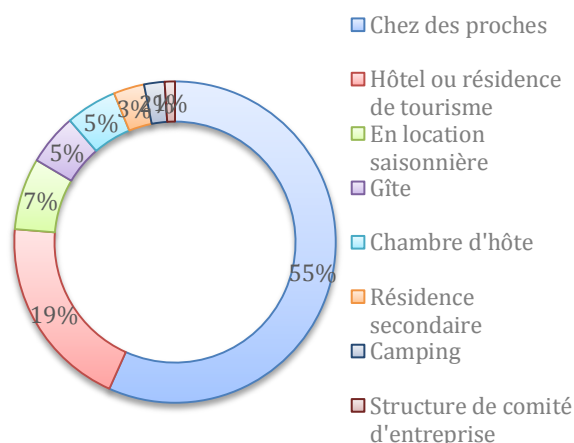


Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

dominant également chez les résidents (55%).

³⁹⁸ Cf. partie C (a) sur l'offre d'hébergement locale.

Figure 72 : Typologie des hébergements des touristes locaux



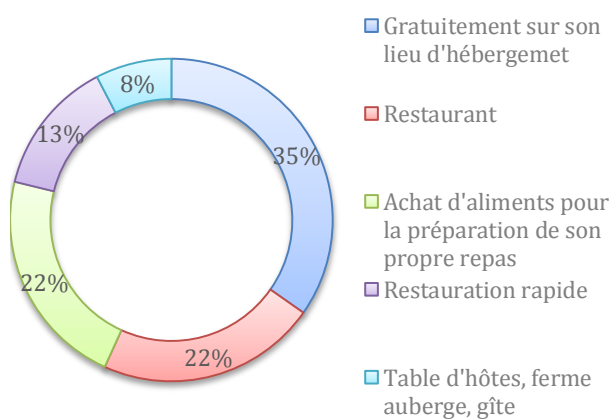
Sources : Suivit de la fréquentation touristique locale 2018, ORT

Concernant les séjours se déroulant dans des hébergements marchands, une grande majorité se déroule dans des hôtels ou résidences de tourisme. La location saisonnière concerne 7% de l'échantillon interrogé et les gîtes et chambres d'hôte 5% chacun. Ainsi, les motivations du type d'hébergement principal sont similaires à celles de l'ensemble des touristes externes. Le coût moyen de l'hébergement sur l'ensemble du séjour pour ceux qui fréquentent des établissements marchands est de 83€ par personne.

« 23% des Réunionnais ayant effectué un séjour avec hébergement payant entre janvier et décembre 2018 sont âgés entre 15 et 29 ans. »

Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

Figure 73 : Typologie des lieux de restauration des touristes locaux

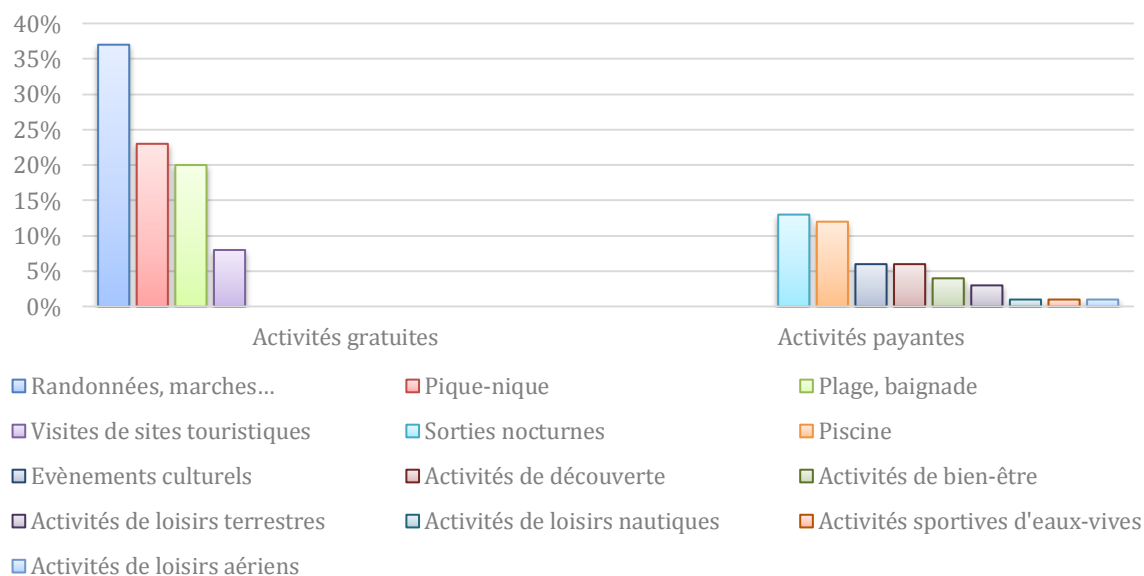


Sources : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

Une majorité des visiteurs préfère se restaurer de façon gratuite sur son lieu d'hébergement. Il s'agit essentiellement des personnes en séjour affinitaires logés par leurs proches. Les restaurants et l'achat d'ingrédients pour cuisiner ses propres repas sont des options choisies par les visiteurs séjournant en établissement marchand (22% chacun). La restauration rapide, pour sa part, représente 13% du choix de ces touristes. Enfin, les repas en tables d'hôtes, les fermes-auberges et les gîtes présentent le pouvoir d'attraction le plus faible (8%).

Le coût moyen de l'ensemble des repas du séjour (exceptée la catégorie : « gratuitement sur lieu d'hébergement ») est de 37€ par personne.

Figure 74 : Typologie des activités pratiquées par les résidents durant leurs séjours



Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

Pour ce qui est des activités, 60% choisissent de s'adonner au minimum à une activité gratuite. Parmi eux, 37% choisissent la randonnée, la marche ou la promenade et 23% la participation à des piques niques ou à des évènements familiaux. La plage et la baignade concernent 20% de l'échantillon et la visite de sites touristiques tel que le Volcan ou le Maïdo, 8%. Les activités payantes sont, quant à elles, pratiquées au moins une fois par 39% de l'échantillon. Celles qui dominent sont les sorties nocturnes (13%), la fréquentation de piscines ou de parcs aquatiques (12%) et la participation à des évènements culturels (festivals, concerts, etc.) ou à des activités de découverte (musées, jardin, aquarium, etc.). À l'inverse, les activités sportives de pleine nature liées à la mer ou à l'air sont minoritaires.

« 31% des Réunionnais ayant pratiqué des loisirs payants durant leurs séjours entre janvier et décembre 2018 sont âgés entre 15 et 29 ans. »

Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

Le coût moyen des loisirs et activités payantes s'élève à 41€ par personne sur l'ensemble du séjour. À première vue, les dépenses liées à l'hébergement et à la restauration sont inférieures à celles des touristes externes. Pour être en mesure de comparer les dépenses d'hébergement et de restauration des touristes internes, il nous faut rationaliser les résultats par rapport aux durées de séjour moyennes. Ainsi, les dépenses des touristes internes sont inférieures, avec un coût moyen d'hébergement de 531€ et celui de la restauration de 237€, soit respectivement -227€ et -55€ par rapport à l'ensemble des touristes externes.

Excursions

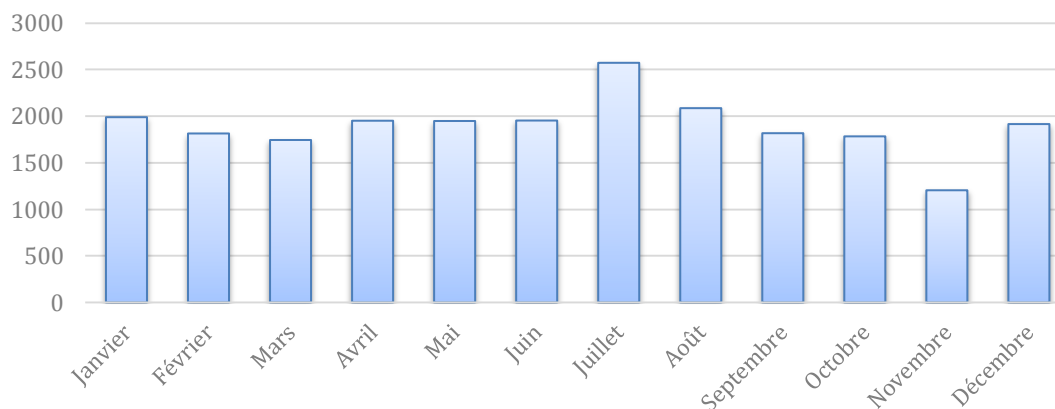
De janvier à décembre 2018, 22 777 000 excursions sont réalisées par les résidents et génèrent 306 millions d'euros de recettes.

« 24% des Réunionnais ayant effectué au moins une excursion à La Réunion entre janvier et décembre 2018 sont âgés entre 16 et 29 ans »

Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

La pratique d'activités de loisirs est la principale motivation des excursions qui se réalisent en dehors de la commune de résidence (68%). La deuxième est la visite des proches ou la participation à des événements exceptionnels, tels qu'un mariage ou un baptême (21%). La participation à des événements culturels, sportifs (6%) ou religieux (5%) sont des motivations qui concernent un groupe moins important d'excursionnistes. Les excursions se réalisent majoritairement en famille (55%), en couple (22%) ou entre amis (20%). Mais également pendant la semaine (53%) ou pendant les vacances scolaires (36%). Les lieux d'excursion sont mieux répartis que ceux des séjours : 38% se réalisent dans le Sud, 28% dans l'Ouest, 23% dans le Nord et 11% dans l'Est.

Figure 75 : Nombre d'excursions réalisées sur l'année 2018

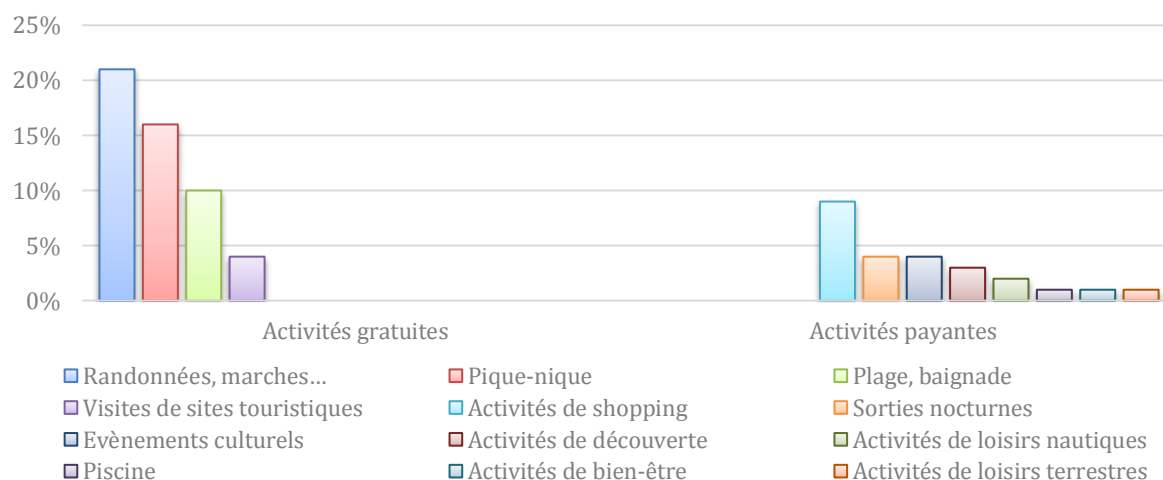


Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

La saisonnalité observée dans les séjours des touristes intérieurs et extérieurs n'est pas aussi marquée au sujet des excursions. En effet, l'activité montre une certaine constance sur l'ensemble de l'année, mis à part le mois de juillet, connaissant un fort pic de fréquentation, et le mois de novembre, où l'activité s'effondre par rapport au reste de l'année. Même si l'enquête ne définit pas la typologie des lieux de restauration, il en ressort que 55% des excursions sont accompagnées d'une restauration payante s'élevant en moyenne à 19€. Il est également observé

que 40% des excursionnistes préfèrent la pratique d'une ou plusieurs activités gratuites, alors que 26% d'entre eux favorisent les payantes.

Figure 76 : Typologie des activités pratiquées par les excursionnistes en 2018



Source : Suivit de la demande touristique locale 2018, ORT

Dans les activités gratuites, la randonnée, les balades et les marches sont les activités de loisir dominantes avec 21% des pratiques excursionnistes. Les piques-niques, avec 16% de pratique, les talonnent et sont suivis des activités de baignade et de plage (10%). La découverte de sites touristiques est la dernière activité gratuite pratiquée (4%). Dans les activités payantes, le shopping (9%) est le plus populaire, les sorties nocturnes (4%) et la participation à des évènements culturels (4%) complètent le trio de tête. Les activités de loisirs terrestres (1%) ou de bien-être (1%) sont très peu pratiquées et les activités de loisirs nautiques ou aériens sont, quant à eux, inexistantes. Le coût moyen de la pratique d'activités payantes s'élève à 22€ par excursionniste. L'ensemble des recettes liées aux séjours et aux excursions des Réunionnais sur leur île s'élève à 643 millions d'euros sur l'année 2018, soit 211 millions de plus que les recettes du tourisme externe. Ces chiffres démontrent l'importance de l'activité touristique et excursionniste des habitants de l'île, qui profitent de leurs week-end et de leur temps libre pour partager des moments en famille, entre amis ou en couple en dehors de leur lieu de résidence.

Cet état des lieux permet de prendre connaissance de l'ensemble des éléments nécessaires à la compréhension de l'évolution touristique de l'île depuis son « décollage » et les raisons de son supposé retard. Il est vrai que si l'on compare l'évolution de l'économie touristique de La Réunion avec celle de sa voisine, l'Île Maurice, un retard persiste. Néanmoins, en la confrontant à celle des autres Départements Français d'Outre-Mer, il apparaît que le nombre de visiteurs annuels de chaque île tend à s'uniformiser depuis 2008. En tant qu'îles françaises implantées dans des zones tropicales, elles font face à une concurrence accrue en termes de

compétitivité-prix, tout en pâtissant d'un manque de diversification des clientèles. Elles doivent par ailleurs lutter contre les crises conjoncturelles qui les frappent. En effet, comme le montre l'exemple de La Réunion dans l'analyse de fréquentation, leurs visiteurs proviennent essentiellement de France métropolitaine, avec une proportion importante d'affinitaires. De plus, les crises identifiées stoppent la croissance de l'activité en provoquant des chutes de fréquentation en 2006 et en 2011.

Néanmoins, depuis 2016, la courbe d'évolution des fréquentations touristiques progresse et il est possible d'observer un taux annuel croissant de 25% entre 2016 et 2018. Ajoutons que depuis la même année, le nombre de touristes affinitaires³⁹⁹ est moins important que celui des touristes d'agrément⁴⁰⁰. L'année 2016 correspondant au démarrage de la nouvelle campagne de promotion de l'île Réunion Tourisme, avec une reprise du positionnement « d'île intense ». Sans doute ces chiffres sont-ils en partie le résultat de cette dernière. Concernant sa diversification de marchés, la part des touristes originaires de la zone océan Indien⁴⁰¹ prend de l'ampleur, mais reste loin des chiffres produits par le marché métropolitain⁴⁰². De même pour le marché en provenance des pays de l'Union Européenne (7%). Ainsi, la stratégie de promotion touristique actuelle qui consiste à mettre en avant ses atouts naturels, ses activités de pleine nature et sa culture créole semble efficace. Ici, les « Hauts » comme les « Bas » ont leur place et sont complémentaires. Les « Hauts », pour leur côté spectaculaire grâce à ses cirques, pitons et remparts avec des hébergements de type gîtes et chambres d'hôtes dominants ainsi que la randonnée, le canyoning, le parapente et les sports d'eau vive comme activités principales de pleine nature. Les « Bas », pour les moments de détente balnéaire possibles grâce aux lagons, avec des hôtels, des résidences de tourisme et des meublés comme structures d'hébergement majeures, ainsi que la plongée sous-marine, l'observation des cétacés et la pêche au gros comme activités principales. Le surf, qui est une activité phare de l'Ouest de l'île, souffre de la « crise requin » depuis 2011 et sa pratique est interdite en dehors des zones aménagées. Les activités de détente qui constituent l'élément essentiel de l'activité touristique du temps des curistes est aujourd'hui minoritaire et concentrée à Cilaos et dans les hôtels de luxe. L'essentiel des activités culturelles sont concentrées autour des musées, qui bénéficient depuis 2010 d'un plan de

³⁹⁹ 158 718 en 2016 ; 197 471 en 2018

⁴⁰⁰ 238 342 en 2016 ; 288 865 en 2018

⁴⁰¹ 11% en 2018

⁴⁰² 74% en 2018

restauration. Néanmoins, l'ensemble des savoir-faire locaux tels que la production de rhum, de bière, de vanille ou de café, ainsi que la composition de son patrimoine naturel, méritent une meilleure valorisation pour constituer de réels atouts territoriaux. L'île dispose d'une clientèle interne aussi importante que sa clientèle externe. Les recettes dégagées par les séjours et les excursions sur l'année 2018 sont plus importantes que celles générées par l'ensemble des clientèles externes. Favorisant les déplacements en groupes, ils apprécient profiter de l'île durant leur temps libre et consomment des prestations touristiques tout au long de l'année. Les hôtels et les résidences de tourisme sont les établissements qui accueillent le plus de touristes, qu'ils soient internes ou externes et l'activité phare de l'ensemble est la randonnée.

Les jeunes touristes externes, originaires de France métropolitaine, sont présentés par Audrey Musso comme les plus nombreux à consommer des activités sportives de pleine nature dans les années 1990. L'étude sur le suivi de la demande touristique locale à La Réunion en 2018 révèle que les personnes âgées entre 15 et 29 ans constituent le tiers des Réunionnais ayant effectué au moins un séjour sur l'île et presque le quart des excursionnistes. Ils représentent également 31% de ceux qui consomment des activités de loisir payantes durant leurs séjours et 21% de ceux qui le font pendant leurs excursions. Enfin, ils concentrent 23% de ceux qui ont séjourné dans un établissement marchand durant la même année. Ainsi, grâce à l'ensemble de ces données, il est possible d'établir que les jeunes présents sur l'île font du tourisme et consomment des prestations payantes au cours de leurs séjours et de leurs excursions. Il est sans doute permis de supposer, grâce au constat établi par Audrey Musso sur les consommations d'activités sportives de pleine nature, que les jeunes touristes externes et originaires de France métropolitaine en font de même. Les résultats de l'enquête quantitative permettent de vérifier l'ensemble de ces hypothèses. Mais qu'en est-il de l'acculturation au tourisme et aux loisirs des jeunes Réunionnais ? La partie suivante permet d'analyser la question à travers les mouvements de jeunesse mis en place sur l'île.

D. Le tourisme des jeunes : un voyage initiatique

L'instauration des mouvements de jeunesse à La Réunion présente une temporalité différente de celle de la France métropolitaine. Ainsi, leurs fonctions diffèrent de celles des organisations présentes en France métropolitaine. La première tâche des œuvres religieuses est avant tout d'ordre sanitaire. À la fin de la Seconde Guerre mondiale, l'île se trouve ruinée et les aides de la France s'établissent lentement du fait de la priorisation de sa propre reconstruction. Ainsi, à partir des années 1950, les taux de natalité et de mortalité élevés incitent les œuvres religieuses

à s'intéresser à l'enfance pour lui apporter un soutien médical. Après la construction d'hôpitaux, d'orphelinats et d'écoles, l'objectif des œuvres est d'éduquer les jeunes aux bienfaits du « grand air » et aux bonnes pratiques d'hygiène. De plus, la notion de plaisir étant inconnue pour l'ensemble des jeunes indigents, les œuvres l'utilisent pour leur inculquer les règles de bien-être et d'hygiène de façon ludique. Leur histoire comporte trois étapes : celle de la colonie, avec un monopole des œuvres de patronages ; la post-départementale, ensuite (1946-1981), avec l'instauration de la militance et de la dynamique associative, et celle que le Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE) qualifie de « régionalisation à altermondialiste » (1982 – 2009)⁴⁰³. « Cette institution consultative spécifique de Guadeloupe, Guyane, La Réunion, Martinique et de Mayotte, est consacré par la juridiction française dans le cadre de la loi n° 82-1171 du 31 décembre 1982 portant organisation des Régions d'outre-mer. Elle joue un rôle consultatif auprès de la Région à travers des avis formulés sur les plans et budgets régionaux, singulièrement sur tout ce qui concerne l'éducation, la culture, la protection des sites, la faune, la flore et le tourisme. L'institution s'interroge également sur les traces et l'histoire du champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion, depuis sa départementalisation jusqu'à aujourd'hui, dans le but de mieux cerner ses spécificités et définir ses enjeux. »⁴⁰⁴

Il est important de dédier une partie de la réflexion aux mouvements de jeunesse à La Réunion. Ces institutions, présentées en début de thèse au niveau national, sont maintenant analysées au niveau local. Dans cette optique, les travaux de Jérôme Moutoucomorapoullé se révèlent des plus instructifs⁴⁰⁵. Dans son mémoire de maîtrise en Histoire contemporaine, traitant des vacances Réunionnaises, il fait état de « l'éducation populaire et l'enjeu des vacances à travers la première association laïque de l'île, de la fin des années 1940 jusqu'au début des années 1970 »⁴⁰⁶. Ses analyses sont précieuses dans l'optique de la présentation des mouvements de jeunesse de l'île, de leur histoire et de leur impact. Souhaitant cibler plus particulièrement les

⁴⁰³ « Le champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion. Aspects historiques, problématiques actuelles et perspectives », Sainte-Marie (Réunion), Conseil de la Culture, de l'Éducation et de l'Environnement, novembre 2011, [En ligne]. <<http://www.ccee.re/IMG/pdf/-92.pdf>>. (Consulté le 6 juillet 2020).

⁴⁰⁴ 11/03/2022 10:00:00 de La Réunion », Conseil de la Culture, de l'Éducation et de l'Environnement, 30 mai 2013, [En ligne]. <<http://www.ccee.re/Presentation-du-CCEE-de-La-Reunion.html>>. (Consulté le 6 juillet 2020).

⁴⁰⁵ J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises: l'éducation populaire et l'enjeu des vacances à travers la première association laïque de l'île de la fin des années 1940 jusqu'au début des années 1970*, Mémoire de maîtrise en Histoire, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 2001.

⁴⁰⁶ *Ibid.*

associations liées aux activités touristiques, il semble opportun d'évoquer les objectifs, les perspectives ainsi que les évolutions des œuvres religieuses qui initient les notions de loisir, ainsi que celles des différents mouvements leur succédant.

1. Les structures accueillantes de 1935 à 2005

a) *Le scoutisme Réunionnais de 1935 à 2005 : épicurisme et éducation*

Denis Voituret établit grâce à ses recherches au sein des archives réunionnaises une ébauche chronologique du mouvement scout de l'île⁴⁰⁷. Il révèle ainsi que la première association scout, comptabilisant 155 scouts, est appelée « l'Association Réunionnaise des Scouts ». Elle est créée en 1935 grâce à l'appui du gouverneur Choteau et à l'initiative du jeune Malgache Georges Rajaomitraho. Ce dernier, « échouant à la deuxième partie du baccalauréat en 1933 et en continuant à préparer son examen en dehors du Lycée, groupa plusieurs de ses camarades d'école en une petite troupe scout. Il avait lui-même appartenu, à Madagascar, à une section d'Eclaireurs de France »⁴⁰⁸. À la fin de la même année, une scission résultant d'un conflit personnel entre le Commissaire Général de l'association, Alexis de Villeneuve et son commissaire, Georges Rajaomitraho, donne naissance à deux mouvements distincts. À l'association initiale (67 scouts en trois troupes situées à Saint-Denis, Saint-Benoît et Saint Pierre) s'ajoute « la section des Eclaireurs de France formée des éléments ayant suivi le commissaire Malgache »⁴⁰⁹ (88 scouts en trois troupes et une section féminine de 8 membres). Ainsi, l'Association Réunionnaise des Scouts affiliée aux Scouts de France est d'obédience catholique alors que celle des Eclaireurs de France est laïque. L'association catholique devient d'ailleurs, officiellement, Scout de France le 18 novembre 1952, avec Paul Verguin à sa présidence, puis Scouts de France à La Réunion en 1990.

Jérôme Moutoucomorappoullé situe la création de la première unité des Guides de France, mouvement féminin d'obédience catholique, en 1940⁴¹⁰. À partir de ce moment-là, tous les mouvements scouts établis en France métropolitaine trouvent leur homologue à La Réunion.

⁴⁰⁷ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, op. cit., pp. 121- 128.

⁴⁰⁸ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, op. cit., p. 123.

⁴⁰⁹ D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, op. cit., p. 123.

⁴¹⁰ J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises*, op. cit. p. 17.

Le mouvement laïc est celui qui se développe le mieux et compte une vingtaine de troupes en 1968. À l'instar de la première section des scouts de l'Ouest de l'île créée à Saint-Paul par Paul Verguin en 1936 (initialement nommée « Association Réunionnaise des Scouts »), l'esprit du scoutisme local repose avant tout sur deux éléments. Le premier est la familiarisation à la pratique excursionniste et aux plaisirs du contact avec la nature. Elle ressort dans le message transmis aux jeunes Réunionnais par Paul Verguin, qui reprend les enseignements du fondateur Baden-Powell : « Le camp, naturellement est la partie la plus gaie de la vie d'un Éclaireur. Vivre dans le plein-air (...) c'est-à-dire vivre avec la nature, avoir sa propre demeure de toile avec ses petites combines, faire sa propre cuisine et ses propres explorations – tout cela vous apporte une santé et un plaisir que vous ne trouverez jamais dans les briques, les pierres et la fumée de la vie. La marche aussi, qui vous fait aller plus loin, explorer de nouveaux endroits chaque jour est une aventure magnifique dès que vous savez vous y prendre convenablement. Et c'est cela que vous apprenez en étant éclaireur. »⁴¹¹ Le second élément est l'occupation du temps libre des individus des classes populaires : « On a démarré en 36, à Saint-Paul, petit à petit, avec des gens qui n'avaient rien, ne connaissaient rien. On a commencé à les faire marcher, à les faire sortir. On montait à Bellemène, à Petite France à pied, on redescendait dans la journée, on avait mangé des goyaviers, puis on redescendait. Les autres nous regardaient en nous disant, on n'a jamais vu ça, ça ne s'est jamais fait. »⁴¹²

Ainsi, à ses débuts, le scoutisme à La Réunion met en avant les bienfaits de la vie en communauté et offre aux jeunes un autre rapport à la nature. Le tourisme est, ici, saisi par l'éducation⁴¹³. Malgré quelques difficultés internes, l'ensemble des mouvements poursuivent leur développement et comptabilisent un total de treize groupes réunissant 600 jeunes sur toute l'île en 1991. L'année suivante, le premier Jamborée, ou rassemblement international de scouts de l'océan Indien est organisé à la Réunion, dans la ville de L'Étang-Salé. Diverses confessions sont ainsi présentes et se confondent au sein de l'ensemble de la foule. Le troisième de ces rassemblements a lieu en 2010 à l'occasion des Jeux des îles de l'océan Indien à Saint-Denis et accueille plus de 400 scouts et guides au CREPS de Saint-Denis⁴¹⁴. La fusion des Scouts et

⁴¹¹ R. BADEN-POWELL, *Pour devenir un homme*, Neûchatel, 1946.

⁴¹² D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*, op. cit., p. 127.

⁴¹³ C. BERTHO-LAVENIR, *La roue et le stylo: comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Editions Odile Jacob, 1999, p. 318 (Le champ médiologique).

⁴¹⁴ SCOUTOPEDIA, L'ENCYCLOPEDIE SCOUTE, « Effectif du scoutisme en France » p. 1

Guides de France de 2004 se répercute sur l'association réunionnaise, qui change aussi de statut. Elle gagne en importance dans la zone océan Indien en participant à partir de 2005 à une succession d'évènements, comme par exemple les conférences zonales organisées chaque année dans un pays différent ou encore des manifestations scouts locales ⁴¹⁵.

b) 1930 – 1980 : *Colonies de vacances, centres aérés et centres de vacances*

La première colonie de vacances résulte des œuvres religieuses. Créée en 1930 à la Plaine des Cafres, par le Père Rognard, elle se stabilise en 1940 grâce à la nouvelle proximité de l'orphelinat initialement situé à Saint-Denis. Elle devient un foyer des Pupilles de l'État à partir de 1951. En 1955, elle est associée à l'Union des Œuvres Sociales Réunionnaises. Dix ans plus tard, elle se transforme en Association Réunionnaise d'Éducation Populaire (AREP) et a pour principale mission d'aider les familles déshéritées de l'île⁴¹⁶. La première colonie de vacances laïque, sous l'égide de la Fédération des Œuvres Laïques (FOL) est, quant à elle, mise en place à Trois Bassins en 1949. Son premier objectif est d'éduquer les jeunes Réunionnais des milieux défavorisés à une meilleure hygiène en leur inculquant les règles élémentaires et en rétablissant leur équilibre alimentaire⁴¹⁷. Ces objectifs sont semblables à ceux des colonies de vacances localisées en France métropolitaine, à savoir, la recherche du bien-être et de la salubrité loin des villes et au contact du grand air.

En 1955, trois camps sous tentes réunissent une centaine d'enfants à Étang-Salé-les-Bains et Saint-Gilles. Ils sont organisés par l'Union Française des Œuvres de Vacances Laïques (UFOVAL), qui a pour rôle la mise en place de colonies de vacances à l'échelle nationale, de les fédérer et d'étudier les questions qui s'y rapportent. Un peu moins de dix ans plus tard, une colonie du même type naît à Madagascar et des projets similaires sont élaborés avec l'île Maurice pour permettre aux jeunes Réunionnais de mieux connaître leur environnement régional ⁴¹⁸.

En 1956, la Fédération des Œuvres Laïques Réunionnaises acquiert un immeuble à la Plaine de Palmiste grâce à une trésorerie issue des fêtes, kermesses et donations de nombreux militants

⁴¹⁵ *Ibid.*

⁴¹⁶ J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises, op. cit.*, p. 16.

⁴¹⁷ J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises, op. cit.*, p. 45.

⁴¹⁸ J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises, op. cit.*, p. 53.

de l'époque, nommé par la suite « La maison de nos enfants »⁴¹⁹. Elle peut, grâce à cette acquisition, organiser des colonies de vacances, comme la conception traditionnelle l'entend, avec l'accueil de groupes de jeunes dans une structure établie et dédiée à l'activité. Cette structure sert également de lieu de formation à l'association de loi 1901 des Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Active (CEMEA), qui organise en 1963 les premiers stages de formation des directeurs et moniteurs des colonies de vacances à la « Maison de Nos enfants ». Ils viennent compléter l'offre de formation proposée à partir de novembre 1957 par l'Association Réunionnaise des Centres de Vacances et de loisirs (ARCV catholique) et le concours de l'Union Française des Centres de Vacances (UFCV). La retranscription d'un entretien de 1965 entre l'administrateur et un enfant de la colonie présente la manière dont le temps des vacances des jeunes Réunionnais est encadré par l'institution :

- « Peux-tu nous dire ce que tu fais dans la journée ?
- Nous nous levons à 7 heures et demie, et nous allons au petit déjeuner. Après nous nous lavons et nous nettoions le dortoir et nous partons en promenade jusqu'à 11 heures et demie. Au retour nous nous lavons et nous nous couchons jusqu'à midi. Après avoir mangé, nous faisons la sieste pendant deux heures.
- Aimes-tu la sieste ?
- Pas trop. Heureusement après on se promène et on joue.
- Et le soir que fais-tu ?
- Après avoir mangé, on fait une veillée tous ensemble jusqu'à 9 heures et demie.
- Où préfères-tu te trouver ? Ici ou à Saint-Denis ?
- Ici !
- Pour tout le temps ?
- Pas pour tout le temps mais pour les vacances ! »

Source : D. VOITURET, *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion*

Changement d'air, discipline et gestion du temps ressortent de ce discours. Chaque moment de la journée est rythmé pour que les jeunes intègrent les règles nécessaires à la vie en communauté, mais également dans leur vie personnelle. Les encadrants espèrent ainsi autonomiser les jeunes défavorisés et leur donner les clés nécessaires à leur épanouissement personnel et corporel. Le recrutement des enfants pour la participation aux colonies de vacances se réalise d'ailleurs auprès des jeunes boursiers qui n'ont pas la possibilité d'y accéder sans les

⁴¹⁹ « Le champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion. Aspects historiques, problématiques actuelles et perspectives », *op. cit.*, p. 17.

aides financières proposées par la Sécurité Sociale, la Jeunesse au Plein Air (JPA) ou les chèques vacances de la Caisse d'Allocation Familiale.

Les premiers centres aérés sans hébergement (CLSH) sont instaurés en 1973 en collaboration avec la ville du Tampon par l'association départementale des Francas, portée par l'enseignant Bernard Chelle⁴²⁰. L'ensemble de ces associations se développe à travers la Fédération des Œuvres Laïques de façon remarquable jusqu'à la fin des années 1950 durant laquelle elle doit faire face à des obstacles liés à ses positions idéologiques. L'association, décidant de s'opposer à l'ordonnance Debré⁴²¹, du nom du Premier Ministre de l'époque, Michel Debré, voit ses financements diminuer et ses bénévoles, majoritairement fonctionnaires, expulsés de l'île⁴²². Ce n'est qu'en 1972 que, grâce à l'UFOVAL, la Fédération des Œuvres Laïques reprend sa place dans l'organisation des colonies de vacances et peut à nouveau exercer son activité sans difficulté⁴²³. Les conséquences directes sont qu'une multitude de colonies de vacances se mettent en place : « Le 14 janvier 1976, 120 enfants de Saint-André sont en colonie de vacances à Saint-Leu. Le 8 avril 1976 la construction de la colonie de vacances de la Saline-les-Bains, destinée aux jeunes Dionysiens se poursuit (accueil prévu pour 216 enfants). Le 28 août 1978, Saint-Denis inaugure sa « colo » à la Saline... »⁴²⁴ Il en est de même pour les centres de vacances : « Le 7 décembre 1976, 12 000 jeunes Réunionnais profitent des centres de vacances de Saint-Gilles-les Bains. Le 4 janvier 1977, ouverture des centres de loisirs pour plus de 6 000 jeunes à Saint-Denis. Le 11 janvier 1979, un « centre de loisirs sans hébergement » mis en place à l'école de la gare par la municipalité de Saint-Louis... »⁴²⁵

2. Des données et des études quasi inexistantes sur le tourisme des jeunes à La Réunion

Le tourisme des jeunes à La Réunion est un sujet qui n'a jamais été traité. En effet, les réflexions autour de la jeunesse de l'île sont majoritairement concentrées sur l'insertion socio-professionnelle. Ainsi, des difficultés certaines apparaissent à l'heure de trouver des données

⁴²⁰ « Le champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion. Aspects historiques, problématiques actuelles et perspectives », *op. cit.*, p. 21.

⁴²¹ G. GAUVIN, *Michel Debré et l'Île de la Réunion (1959-1967)*, Paris, Harmattan, 1996, p. 83.

⁴²² J. MOUTOUCOMORAPOULLE, *Les vacances réunionnaises*, *op. cit.*, p. 72.

⁴²³ « Le champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion. Aspects historiques, problématiques actuelles et perspectives », *op. cit.*, p. 21.

⁴²⁴ *Ibid.*

⁴²⁵ *Ibid.*

sur le sujet, notamment d'ordre quantitatif. De même, alors que les informations fournies par les statistiques de l'aéroport à propos des arrivées et des départs à/vers La Réunion sont denses, il est impossible de connaître le nombre de touristes âgés entre 15 et 30 ans qui viennent sur l'île chaque année. L'ultime solution est de se rendre à Paris afin de consulter les bases de données des institutions chargées de la jeunesse et du tourisme au niveau national ainsi que celles de l'Institut national d'études démographiques (INED).

La consultation de cette base de données semble primordiale : si les informations sur les déplacements touristiques des jeunes sont rares, celles concernant la mobilité des jeunes sont plus importantes. Les recherches sur la jeunesse et son temps libre sont concentrées autour de l'Institut national de la jeunesse et des sports (INJEP), du Comité pour les relations nationales et internationales des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CNAJEP), des Directions de la jeunesse et des sports et de la cohésion sociale (DJSCS), du Centre d'information et de documentation jeunesse (CIDJ) et de l'Observatoire des vacances et des loisirs des enfants et de jeunes (OVLEJ). Les recherches visant le tourisme et les questions de mobilité sont réalisées auprès d'Atout France, du Ministère de l'outre-mer et de la Direction du tourisme (DGE).

Cette exploration quantitative se révèle peu fructueuse et démontre le faible intérêt que les différents organismes portent au tourisme des jeunes. Il paraît regrettable qu'Atout France, agence de développement touristique chargée de renforcer le positionnement de la destination France à l'international, n'ait produit qu'une seule publication succincte sur le marché du tourisme des jeunes au niveau international en 2013. Aucune donnée n'est disponible au niveau national avant 2019⁴²⁶, et encore moins au niveau régional. Les résultats de cette seule publication sont traités dans l'analyse finale.

La Direction Générale des Entreprises, qui remplace la Direction du Tourisme, est chargée de présenter l'ensemble des données et des informations produites ou collectées sur le thème du tourisme. Ces données et analyses s'appuient sur le dispositif statistique national du tourisme en partenariat avec l'INSEE et la Banque de France (pour la balance des paiements). Ainsi, le manque d'informations actualisées sur le tourisme des jeunes au niveau national et régional montre que les entreprises du secteur touristique (hébergement, prestataires de services) ne

⁴²⁶ *Image et attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans*, Paris, Atout France, mai 2019 (Marketing touristique 49).

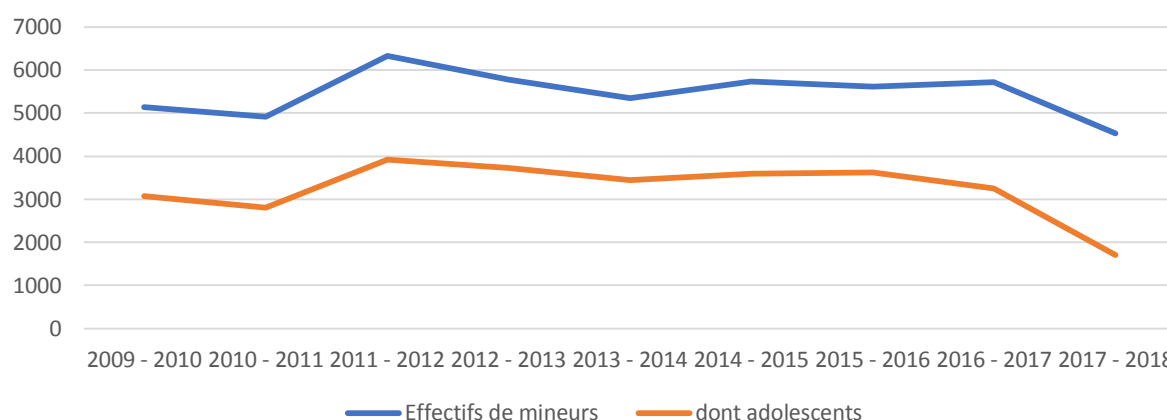
recensent pas la part des personnes âgées entre 15 et 30 ans. En résulte le fait qu'il nous est impossible de les quantifier. Pour faire face à ce manque d'informations, il serait intéressant que l'ensemble des prestataires du tourisme se mettent d'accord sur un système cohérent permettant, comme dans les pays anglo-saxons (tels que le Canada et l'Australie), d'identifier et de comptabiliser les populations qui fréquentent leurs structures par tranches d'âge. Aussi, l'un des objectifs de l'étude est de mettre en lumière la faiblesse et le manque de données fournies (aux niveaux national et régional) par les organismes spécialisés dans l'étude et la promotion du tourisme, sur un marché en pleine expansion au niveau international : celui des jeunes. Néanmoins, nous avons pu réunir quelques données et analyses sur le thème d'étude grâce à l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP) et le Conseil de la culture de l'éducation et de l'environnement (CCEE).

a) Des données sur les séjours collectifs de mineurs de 2019 à 2018

La direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA) recueille, chaque année, diverses données sur les accueils collectifs de mineurs en France. L'Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire (INJEP), rattaché au directeur de la DJEPVA, a pour mission de traiter ces données au travers de la mission des études de l'observation et des statistiques (MEOS). Les données sur la période 2009-2010 à 2017-2018 sont diffusées sous format Excel en neuf fichiers. Chaque fichier correspond à un type d'accueil (accueils collectifs sans hébergement, avec hébergement et accueils de scoutisme) et à un territoire (national, régional, départemental). Ainsi, nous exploitons les données concernant le nombre de mineurs partis en séjour collectif à La Réunion au cours des dix

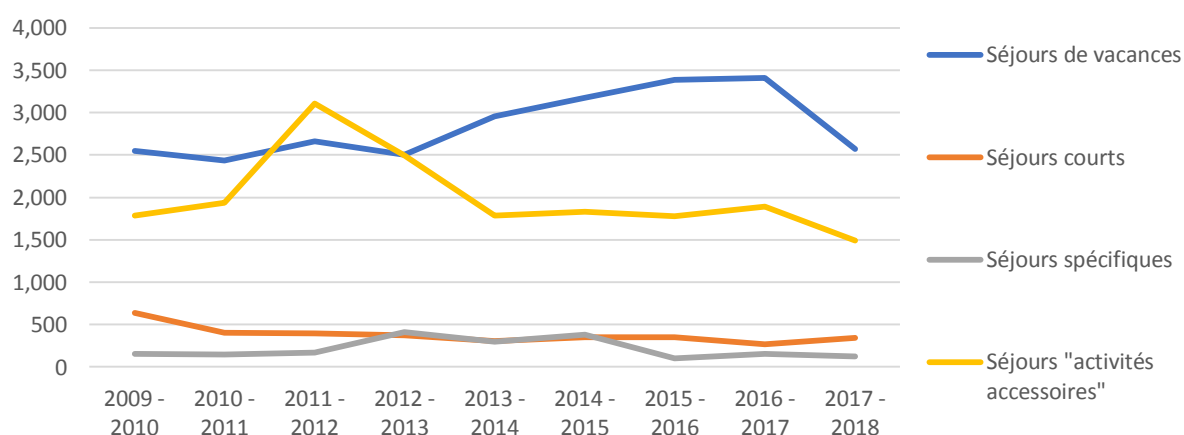
dernières années, mais également celles des pays de la zone océan Indien et des autres départements d’Outre-mer.

Figure 77 : Effectif de départ de mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion de 2009 à 2018



L’étude portant sur le tourisme des jeunes âgés de 15 à 30 ans, il s’agit de s’intéresser plus particulièrement à la part des séjours des adolescents. Nous nous concentrons également sur l’étude des séjours avec hébergements qui sont les séjours de vacances (séjours non spécifiques d’au moins cinq jours), les séjours courts (séjours non spécifiques de moins de cinq jours), les séjours spécifiques (séjours sportifs, linguistiques, artistiques ou culturels, rencontres européennes de jeunes, chantiers de jeunes bénévoles), les séjours « activité accessoire » aux accueils de loisirs et de jeunes, nommés aussi « mini camps ».

Figure 78 : Évolution du nombre de mineurs partis en séjour collectif avec hébergement à La Réunion



Source : d’après les données INJEP

L’évolution globale du nombre de mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion fait apparaître une diminution depuis la première période (-12%). Toutefois, il est possible d’observer un pic de fréquentation sur la période 2011-2012, pic qui s’explique par l’augmentation du nombre de mineurs ayant participé à un séjour « d’activités accessoires ».

Cette tendance générale cache de fortes disparités selon les types de séjours. En analysant les courbes représentatives de chaque séjour, l'on constate que celles des séjours spécifiques et courts tendent à diminuer progressivement avec des pics de fréquentation de 2012 à 2015 pour les séjours spécifiques. Les séjours de vacances connaissent une augmentation constante jusqu'à 2016, année durant laquelle la tendance est à la baisse.

Figure 79 : Évolution du nombre de séjours par type entre les années 2009-2010 et 2017-2018

	2009 - 2010	2017 - 2018	Evolution
Séjours de vacances	2550	2574	+ 0,9%
Séjours courts	641	341	-47%
Séjours spécifiques	158	128	-19%
Séjours « activité accessoire »	1786	1488	-16,7%
Ensemble des séjours	5135	4531	-12%

Source : d'après les données INJEP

En comparant les données de la dernière période avec celles de la première, il ressort que le nombre de jeunes partis en séjours courts chute presque de moitié et celui des séjours spécifiques d'un cinquième. Le nombre de départs en séjours de vacances augmente, quant à lui, très légèrement.

Figure 80 : Répartition des effectifs selon le type de séjour et l'année

	2009 - 2010	2017 - 2018
Séjours de vacances	49%	56%
Séjours courts	12%	7%
Séjours spécifiques	3%	2%
Séjours « activité accessoire »	34%	32%
Total	100%	100%

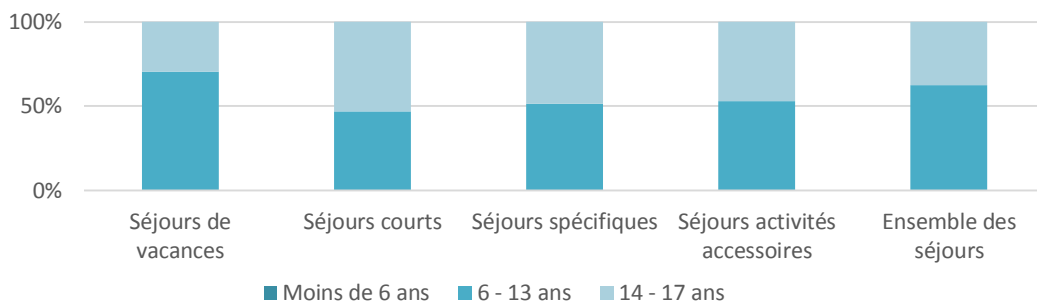
Source : d'après les données INJEP

La part des séjours de vacances à La Réunion augmente entre 2009 et 2018⁴²⁷, notamment au détriment de celle des séjours courts⁴²⁸. Une majorité de départs en séjours collectifs à La Réunion est réalisée par des adolescents (62%).

⁴²⁷ +7 points de pourcentage

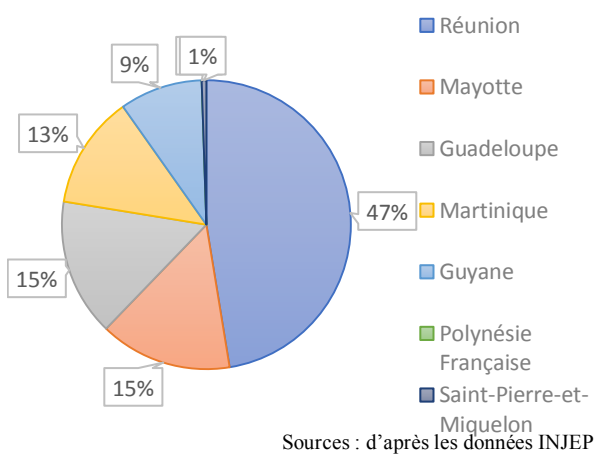
⁴²⁸ -7 points de pourcentage.

Figure 81 : Répartition par tranche d'âge des mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion sur l'année 2017-2018



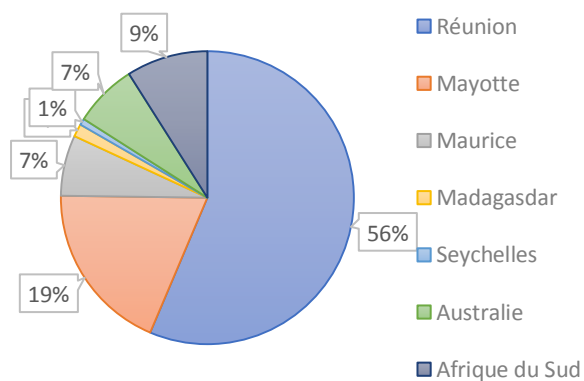
Sources : d'après les données INJEP

Figure 82 : Répartition des mineurs partis en séjours collectifs en 2017 – 2018, dans les Outre-Mer



Sources : d'après les données INJEP

Figure 83 : Répartition des mineurs partis en séjours collectifs en 2017-2018, dans la zone océan Indien



Sources : d'après les données INJEP

Cette tendance s'observe principalement sur les séjours de vacances, où ils sont 70% à partir. De plus, la part des effectifs partis en séjours collectifs dans les DOM et les TOM est infime (1%) et est même inférieure à celle des départs à l'étranger (11%). Néanmoins, La Réunion est la destination qui reçoit le plus de mineurs en séjours collectifs dans les DOM-TOM (47%) et dans la zone océan Indien (56%).

Pour conclure, en moyenne 5 458 mineurs partent en séjours collectifs à La Réunion, dont 3239 adolescents (59% du total). Il est clair que le nombre des jeunes mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion est infime par rapport à celui des départements et régions de France métropolitaine. La Corse, par exemple, accueille 16 032 mineurs sur l'année 2017-2018, soit trois fois plus de jeunes qu'à La Réunion, alors qu'elle est la région de France métropolitaine qui en reçoit le moins. À l'autre l'extrême, la région Auvergne Rhône-Alpes comptabilise 247 166

mineurs en séjours collectifs, ce qui représente environ 54 fois plus que sur La Réunion. En revanche, au niveau des départements et communautés d'Outre-Mer, La Réunion domine. Mayotte, et les Antilles se partagent ensuite le marché. À l'inverse, alors qu'il s'agit d'une

destination très touristique, aucun séjour de mineurs n'est recensé en Polynésie Française. Dans la zone océan Indien, dans laquelle sont intégrés l'Australie et l'Afrique du Sud en tant que destinations dans lesquelles le marché du tourisme des jeunes revêt de l'importance, La Réunion est la destination qui reçoit le plus de jeunes mineurs en séjours collectifs (56%). Elle est suivie de Mayotte (19%), qui est l'autre département Outre-mer de la zone.

Pour approfondir l'analyse, il aurait été intéressant de connaître le département d'origine des jeunes en séjours collectifs, afin de savoir si les jeunes en séjours collectifs à La Réunion viennent de La Réunion, de la France métropolitaine ou des pays issus de la zone océan Indien, ainsi que leurs parts respectives. Il en va de même pour Mayotte. Après une demande effectuée auprès de l'organisme d'études, il semble que ces données ne soient pas disponibles. Enfin, les séjours de vacances sont ceux qui dominent en séjours collectifs de mineurs à La Réunion. Là encore, il aurait été intéressant de savoir d'où viennent les jeunes afin de comptabiliser les touristes internes et ceux qui viennent de l'extérieur de l'île. Néanmoins, il est d'ores et déjà possible d'établir que les séjours collectifs à La Réunion qui séduisent la majorité des familles sont des séjours longs. Cette tendance se stabilise entre 2009 et 2010 (+0,9%), alors que le nombre de départs pour les courts séjours chute.

b) Tourisme et éducation populaire

Du 26 au 28 mai 2015, le Conseil de la Culture de l'Éducation et de l'Environnement (CCEE) organise un colloque sur le thème « refonder l'éducation populaire pour un nouveau contrat social ». L'atelier traitant du lien entre le tourisme pour tous et la transmission des valeurs de l'éducation populaire nous interpelle⁴²⁹. Les documents et les données sur le tourisme des jeunes à La Réunion ainsi que ceux sur les associations et les mouvements de jeunesse locaux étant rares, il nous semble intéressant de revenir sur les idées, arguments et débats émergeant de cette rencontre. Cet atelier réunit douze intervenants autour de la problématique avancée.

Le premier élément marquant de cette rencontre est le fait que trois unités ou groupes d'intervenants se sont interrogés sur leur place dans ce colloque. Après réflexion, Anne Cobelli, Cécile Nere-Marpiga et Françoise Wong Pin de l'Association du Développement Durable Rural

⁴²⁹ « Actes du colloque Inter-CCEE. Refonder l'éducation populaire pour un nouveau contrat social », Etang-Salé (Réunion), CCEE, novembre 2016, pp. 195- 208, [En ligne]. <<http://ccee.re/Les-actes-du-colloque-inter-CCEE.html?recher=oui>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

Réunionnais (AD2R), Camille Bonne du Comité de Gestion des Œuvres sociales et Hospitalières de La Réunion (COGHUR) et Daniel Cadet de la Jeunesse au Plein Air (JPA) reconnaissent finalement établir un discours rapportant leur action au champ du tourisme social. Cela signifie qu'ils sont acteurs du domaine sans le savoir, tout en soulevant la nécessaire sensibilisation de l'ensemble des acteurs politiques, associatifs et économiques territoriaux aux notions d'éducation populaire et tourisme jeunesse⁴³⁰. Le discours d'Aliette Prianon, de l'Association Réunionnaise de Vacances, de voyages, d'Échanges de Loisirs Réunionnaise (ARVEL), nous révèle l'importance de l'action des centres collectifs d'accueil de mineurs dans l'éducation au tourisme, notamment chez les jeunes les plus défavorisés. À travers l'opération ville, vie, vacances (OVVV) menée par l'ARVEL, ils offrent à certains enfants l'opportunité d'un premier séjour de vacances en dehors de chez eux. Le programme axe également ses apprentissages sur l'organisation des déplacements par l'utilisation des transports en commun⁴³¹.

Jacques Bougault, représentant de Jeunesse en action, structure appartenant au réseau international des Young Men's Christian Association (YMCA), souligne enfin le manque de structures d'accueil destinées aux groupes de jeunes et la vétusté de leur système économique. Il est selon lui essentiel que ces dernières, majoritairement de type associatif, ne dépendent plus des subventions de l'État mais puissent être rentables et économiquement viables pour survivre. Il apparaît ici une contrainte fondamentale au développement des associations et des actions de l'éducation populaire : le manque d'investissements et de fonds. Ainsi, à La Réunion, le développement du tourisme des jeunes s'appuie presque exclusivement sur des structures associatives relevant du système de la loi de 1901. La conséquence est que le secteur souffre de problèmes financiers dus aux diminutions progressives des aides de l'État. Or, la majorité souligne, le tourisme social est un outil indispensable et nécessaire à la transmission des valeurs d'éducation populaire, qui sont le partage et l'échange entre les touristes et la population. Il est également le support de transmission de la culture touristique aux jeunes qui n'y ont pas accès parce qu'ils appartiennent à une famille qui ne leur inculque pas.

⁴³⁰ « Actes du colloque Inter-CCEE. Refonder l'éducation populaire pour un nouveau contrat social », *op. cit.*, pp. 200.

⁴³¹ « Actes du colloque Inter-CCEE. Refonder l'éducation populaire pour un nouveau contrat social », *op. cit.*, p. 201.

Or, la totalité des structures réservées à l'éducation populaire sont associatives et, nous le remarquons grâce à l'exemple de la Fédération des Œuvres Laïques et ses difficultés financières, leur existence dépend de l'État et de ses volontés politiques. Chacune de ces associations jongle avec les subventions qui lui sont accordées et essaie de mener au mieux les fonctions pour lesquelles elle est mandatée. La situation est toujours d'actualité. L'État français réduisant progressivement les budgets qu'il dédie aux subventions nécessaires au fonctionnement des associations, l'action de ces dernières est nécessairement de plus en plus limitée. L'idée d'autonomiser financièrement les structures associatives par une gestion économique similaire à celle des entreprises semble intéressante. Elle permettrait à l'ensemble des mouvements de jeunesse d'agir pour la jeunesse et de pérenniser leurs actions grâce à leurs propres financements. Cela pallierait notamment les difficultés apparues au cours de nos recherches et liées au manque de données produites sur le secteur. En effet, si l'Observatoire des Vacances et des Loisirs des Enfants et de Jeunes (OVLEJ), par exemple, disposait de davantage de moyens financiers, il serait en mesure de produire plus d'enquêtes et de données sur les vacances des jeunes Français.

E. Synthèse

Département français d'Outre-mer niché au cœur de l'océan Indien, l'île de La Réunion est confrontée à plusieurs enjeux. Avec 40% de sa population vivant en dessous du seuil de pauvreté et un taux de chômage de 23% en 2018, l'emploi est au cœur des réflexions politiques. La migration est la première réponse envisagée au problème du chômage. Ainsi, l'île diminue sa pression démographique sur le marché de l'emploi en envoyant une partie des demandeurs d'emploi en France métropolitaine ou à l'étranger. La perception de cette mobilité évolue avec les années. Initialement réservée à une élite, elle est ensuite devenue subie puis choisie. Aujourd'hui, l'expérience de mobilité constitue un atout dans le parcours du demandeur d'emploi de retour sur son île. Or, certains ne souhaitent pas partir. Attachés à leur famille et n'ayant aucune expérience de mobilité, le départ constitue un déchirement et une expérience de mobilité forcée. Cette situation est donc vouée à l'échec. Les dirigeants locaux doivent donc trouver des solutions pour augmenter le nombre d'emplois sur l'île ou en trouver une pour susciter aux Réunionnais l'envie de se forger une expérience à l'étranger, quitte à revenir s'installer sur l'île plus tard. Pourquoi ne pas se servir du tourisme comme support de formation à la mobilité locale auprès des jeunes ?

Au niveau touristique, La Réunion attire ses premiers touristes vers les années 1850 grâce à son thermalisme. Elle s'ouvre ensuite sur son littoral et commence ses premiers investissements hôteliers à Cilaos et au bord des plages de l'Ouest et du Sud. À l'époque, sa clientèle est constituée de personnes locales aisées mais également d'individus en provenance des îles voisines, l'île Maurice et Madagascar.

L'organisation institutionnelle du tourisme, qui succède à la conscientisation du potentiel de l'île, débute à partir des années 1970. Un plan d'action est mis en place et les responsables politiques insistent sur l'importance de l'intégration des populations locales dans l'activité touristique. L'île éprouve quelques difficultés à définir un positionnement clair mais mobilise aujourd'hui l'ensemble de ses atouts naturels pour attirer de plus en plus de touristes. Ce positionnement se maintient et l'île se présente de nos jours comme « l'île intense »⁴³² un lieu d'accueil pour les personnes en recherche de sensations. Elle s'appuie sur sa culture, la beauté de ses paysages et ses multiples activités de pleine nature pour reprendre en 2016 le slogan de « La Réunion, île intense ». Au regard de l'inversion des tendances en ce qui concerne la clientèle de loisir, cette stratégie semble fonctionner. La Réunion accueille, en effet, plus de clients d'agrément que d'affinitaires sur la même année, ce qui est un record depuis 2004 et signifie que de plus en plus de touristes se rendent à la Réunion pour la visiter et non pour voir leurs proches. La clientèle issue de France métropolitaine reste majoritaire mais les clientèles européennes et en provenance de la zone océan Indien gagnent des parts de marché. Les Réunionnais font du tourisme sur leur île, que ce soit lors de séjours ou d'excursions. Consommant de l'hébergement marchand, des activités payantes et se restaurant hors de chez eux lors de ces sorties, leurs dépenses engendrent plus de recettes touristiques sur l'année 2018 que celles des touristes externes.

Les jeunes ne constituent actuellement pas une cible touristique pour La Réunion. Le fait que nous n'ayons pu exploiter que très peu de données sur le sujet le prouve et seules les associations de tourisme populaire s'en préoccupent. En effet, depuis les années 1950, ces associations ont pour but de permettre aux jeunes des classes populaires d'occuper leur temps libre et de vacances de façon constructive et amusante. Elles ont conscience de l'importance de leur travail et réfléchissent à des moyens de pérennisation car elles souffrent cruellement de l'insuffisance

⁴³² Slogan touristique de l'île de la Réunion

de moyens financiers liée à leur statut juridique et du manque d'intérêt de la part des professionnels et investisseurs du secteur. Ces associations sont essentielles à l'île afin de participer à la réduction des inégalités liées, en grande partie, au taux de pauvreté. Nous souhaitons à notre tour apporter des éléments d'étude concrets sur ce segment de marché méconnu. Les chapitres suivants sont consacrés aux résultats de l'ensemble de nos enquêtes.

III. Introduction des études quantitatives et analyse des pratiques internes

A. Introduction

L'objectif du travail de recherche est de caractériser les jeunes touristes à La Réunion et leurs attentes. Pour ce faire, nous menons, en amont de l'étude quantitative, une pré-enquête qualitative auprès des acteurs et des institutions du tourisme et des jeunes. En tant que « moyen privilégié, souvent le plus économique, pour produire des données discursives donnant accès aux représentations populaires, autochtones, indigènes, locales »⁴³³, l'entretien est commode pour rendre compte des représentations des acteurs locaux. Concept sociologique énoncé par le sociologue Émile Durkheim, la représentation sociale est « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social »⁴³⁴. Que pensent les acteurs politiques et sociaux, de la place qu'occupe ce groupe « jeunes » dans le tourisme ? L'analyse documentaire démontre qu'en France, les structures associatives sont celles qui agissent majoritairement dans le développement des pratiques juvéniles. L'État entre également en jeu lorsqu'il s'agit de tourisme social, en proposant des structures destinées à l'accueil des jeunes et des aides financières au départ. Ces deux institutions ont, par conséquent, une meilleure connaissance du secteur. Au niveau touristique, les entreprises privées commencent à investir, à l'image de Romain Viennois et de l'auberge *St Christopher's Inn*, mais restent minoritaires. La définition tardive de ce groupe social dans le tourisme et le manque d'informations produites par l'agence nationale de développement *Atout France*, démontrent le manque d'intérêt probant des investisseurs. Les jeunes souffrent, en effet, d'une représentation sociale souvent négative, encouragée par les médias⁴³⁵. Cela les prive de bénéficier d'investigations sérieuses, destinées à leur proposer des produits et des services répondant à leurs attentes. En est-il de même au

⁴³³ J.-P. OLIVIER DE SARDAN, *La rigueur du qualitatif: les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-La-Neuve, Academia-Bruylant, 2008, p. 54 (Anthropologie prospective).

⁴³⁴ E. DESWARTE, « Les représentations sociales », *Psychologie-sociale*, s.d., [En ligne]. <<http://www.psychologie-sociale.net/images/football.jpg>>. (Consulté le 17 mars 2021).

⁴³⁵ E. ARNOULT-BRILL, « Le tourisme des jeunes, un enjeu majeur », *Le tourisme des jeunes (16-25 ans)*, n° 77, 2013, pp. 126- 128.

niveau local ? Ayant ciblé, grâce à la recherche documentaire, les thématiques à éclaircir, nous produisons un guide d'entretien permettant d'aborder les problématiques de définition du public concerné et de l'offre touristique locale dont il dispose. Le panel d'interlocuteurs, représentatif du milieu touristique local, entend ainsi proposer une synoptique des questions susmentionnées à travers les regards institutionnels, associatif et privé.

Présentation des acteurs interrogés

Les rencontres avec les responsables du pôle tourisme à la Région et avec le directeur de l'observatoire du tourisme, à la tête de la gouvernance touristique locale, nous semblent incontournables. Leurs discours resituent les politiques touristiques régionales concernant le public jeune et permettent l'analyse de leur propre regard sur le marché et ses perspectives. Les échanges avec la cheffe de projet tourisme à l'office intercommunal de l'Ouest, nous renseignent sur les perspectives du tourisme social pour des touristes jeunes. Gérant les centres d'accueils touristiques qui leur sont destinés, elle nous informe sur la réfection du parc et son importance dans l'attractivité de l'offre en direction de ce public. Enfin, les offices de tourisme, en tant qu'acteurs de terrain, développent un regard technique sur l'offre touristique proposée au sein des communes et son impact sur les jeunes. Seuls ceux de l'Ouest et de l'Est figurent dans le panel, ceux du Nord et du Sud n'ayant pas donné suite à la requête.

Figure 84 : Présentation des acteurs touristiques publics interrogés

Identité de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Présentation
Région Réunion – M. Pascal Teyssedre, Direction du Tourisme – Pôle Mise en Tourisme du territoire À la direction des affaires économiques à St Denis, le 09/03/2018	La Direction Régionale du Tourisme a pour mission, au niveau régional, la mise en œuvre de la politique du tourisme.
Observatoire du Tourisme – M. Raoul Vincent – Directeur À l'Observatoire à St Paul, le 06/04/2017	Cet observatoire a pour objectif de disposer de données statistiques précises, d'études sectorielles et de prospective fiable pour agir de façon optimale, asseoir l'action promotionnelle sur les marchés et la structuration de l'offre touristique de l'île de La Réunion.
Office intercommunal de l'Ouest - Mme Nadira Maleck-Bertrand, Directrice Au siège de l'OTI Ouest à St Paul, le 27 juin 2017	Centre d'information dont la mission est « l'accueil, l'information et la promotion du tourisme » sur l'Ouest de l'île à destination du public ou des visiteurs, allant des habitants locaux aux excursionnistes, en passant par les touristes.

Office intercommunal de l'Est – Mme Séverine Virapin – Responsable de la Coordination des acteurs du territoire À l'OTI Est à St André, le 19/06/2017	Cet office exerce les mêmes missions que l'OTI Ouest, dans la région Est de l'île.
Communauté d'agglomération du Territoire de la Côte Ouest – Mme Carole Lallemand, Cheffe de projet tourisme Au siège du TCO au port, le 23/04/2018	Établissement public de coopération intercommunale (EPCI) qui répond à l'ensemble des caractéristiques fixées par l'article L 5216-1 du Code général des collectivités territoriales. Il regroupe les communes de La Possession, Le Port, Saint-Paul, Trois-Bassins et Saint Leu. Sa particularité, au vu du sujet, est qu'il a repris le dossier sur le tourisme social, initialement mené par le comité d'orientation stratégique du tourisme (COST).

En tant que décisionnaire pour les questions d'éducation populaire, Madame Tumoine précise les efforts institutionnels entrepris pour la démocratisation du tourisme à travers les pratiques culturelles et sportives des jeunes. Le conseil de la culture de l'éducation et de l'environnement, ayant une réflexion plus globale, propose une analyse transversale du tourisme des jeunes en s'attachant aux déterminants du contexte.

Figure 85 : Présentation des acteurs publics œuvrant pour l'éducation populaire

Identité de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Présentation
Direction Régionale de la Jeunesse et des Sports et de la Cohésion Sociale – Mme Sylvie Tumoine – Directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances A la DJSCS à St Denis, le 07/04/2017	Elle intervient et coordonne les actions des directions départementales interministérielles dans trois grands domaines : les politiques sociales, sportives et les politiques de jeunesse, de vie associative et d'éducation populaire.
Conseil de la Culture de l'Éducation et de l'Environnement de La Réunion – M. Mickaël Maillot – Directeur À la CCEE à St Denis, le 21/04/2017	La loi n°82-1171 du 31 décembre 1982 portant sur l'organisation des régions de Guadeloupe, Guyane, Martinique et de La Réunion, a institué auprès des conseils régionaux le C.C.E.E., reconnaissant un traitement particulier et spécifique des questions relatives à la culture, à l'éducation et à l'environnement en Outre-mer. Il s'agit d'une assemblée consultative chargée d'éclairer le conseil régional par des avis dans les domaines culturels, éducatifs et environnementaux.

L'entretien avec la direction des relations internationales à l'Université de La Réunion s'est déroulé dans des conditions particulières. Le regard s'attache essentiellement au public des étudiants en échange universitaire. A distance du guide d'entretien, nous focalisons les questionnements sur les conditions d'accueil et le nombre d'étudiants présents sur l'île au cours des cinq dernières années. Les observations aident à quantifier les arrivées et suscitent des préconisations concrètes.

Figure 86 : Rencontre avec la direction des relations internationales à l'Université de La Réunion

Identité de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Présentation
<p>Direction des relations internationales à l'Université de La Réunion – Monsieur Olivier Tartrat – Responsable administratif À la DRI à St-Denis, le 6 septembre 2017</p>	<p>Chargé de la gestion des dossiers et de l'accueil des étudiants Erasmus, le pôle des relations internationales à l'Université s'occupe également :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des accords de coopération universitaire - de la mobilité des usagers et personnels - de la politique linguistique : Maison des langues, Institut Confucius, langues orientales - de la recherche à l'international : projets européens - des formations à l'international

En tant qu'acteurs majeurs au sein du tourisme des jeunes, les associations représentent le groupe le plus important du panel de professionnels. Le centre régional information jeunesse, chargé de favoriser l'autonomisation de la jeunesse, est en contact direct avec ce public et dispose d'une manne d'informations considérable sur le sujet. Rencontrer son directeur permet de mieux comprendre ce que recouvre le mot « tourisme » pour les jeunes. Le chargé de mission Europe observe, de manière plus particulière, les conditions d'accueil des jeunes volontaires européens, ainsi que les impacts sociaux-culturels des mobilités des jeunes Réunionnais. La présidente de l'association Tang Koala nous propose un regard similaire au niveau international, à travers des échanges entre l'Australie et La Réunion. Enfin, le président de la Youth Men's Christian Association, en tant que représentant d'un organisme pionnier dans la mobilité des jeunes à travers le monde, partage sa vision ainsi que les difficultés d'accueil récurrentes sur le territoire. L'association Club Animation Prévention, très proche des jeunes des quartiers, développe une vision concrète et sociale de l'activité touristique.

Figure 87 : Présentation des acteurs associatifs de la jeunesse

Identité de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Présentation
<p>Centre Régional Information Jeunesse – M. Mickael Abelard, Directeur Au CRIJ à St Denis, le 14/04/2017</p>	<p>Association loi 1901 créée en 1990, elle a pour mission d'accompagner et informer tout public, en priorité les jeunes de 13 à 30 ans, sur tous les sujets de la vie quotidienne afin de favoriser leur autonomie et leur accès aux droits. C'est également un centre de ressources pour professionnels de la jeunesse et de l'information à La Réunion et dans la zone océan Indien.</p>
<p>Europe Direct – M. Ludovic Aimé, chargé de mission Europe – Antenne gérée par le CRIJ Au CRIJ à St Denis, le 09/04/2017</p>	<p>Le Corps Européen de Solidarité comprend 3 volets :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volontariat : possible entre 2 semaines et 12 mois, indemnisé, • Emplois et stages : stage de 2 à 6 mois hors cursus et indemnisé/emploi rémunéré de 3 à 12 mois à temps plein,

	<ul style="list-style-type: none"> Projets de solidarité : soutien aux jeunes qui veulent initier des actions d'entraide et apporter des changements positifs dans leur communauté locale en mettant en place leur propre projet de solidarité. Le CRIJ Réunion accompagne les jeunes avant, pendant et après le projet de mobilité.
Youth Men's Christian Association – Monsieur Jacques Bougault, Président, nous reçoit chez lui au Tampon (siège de l'association) Au Tampon, le 10/04/2018	Les YMCA, mouvement d'origine chrétienne, sont le plus ancien et le plus important mouvement associatif dédié à la jeunesse au monde. En France, l'Alliance nationale, association reconnue d'utilité publique depuis 1948, fédère 23 autres associations. Celles-ci interviennent principalement dans trois domaines dont le tourisme social et solidaire (hébergements touristiques à prix accessibles, classes de découverte, séjours scolaires, camps de vacances, etc.) et la jeunesse (organisation de séjours pour les jeunes, échanges internationaux, missions de volontariat en France et à l'international, participation à des programmes internationaux YMCA, formation BAFA, etc.).
Association Tang Koala – Mme Anne-Françoise Glad-Segalen – Présidente, nous reçoit chez elle au Tampon Au Tampon, le 14/02/2018	L'association TANG KOALA organise des séjours linguistiques sous forme d'échange entre jeunes de La Réunion et de l'Australie Occidentale depuis 1985. Les jeunes Réunionnais partent quatre semaines en Australie Occidentale fin décembre et accueillent les correspondants australiens en juillet (quatre semaines également).
Association Club Animation Prévention Mme Nathalie Olivette – Directrice Au CAP à St Denis, le 19/07/2018	Association loi de 1901, une partie de ses missions consiste à mettre en œuvre des actions favorisant la réinsertion sociale de publics en difficulté, mettre en œuvre en qualité de prestataire de services toutes actions relevant de ses domaines de compétences sur le département. Pour ce faire, elle accueille les jeunes des quartiers de Saint-Denis pendant leurs vacances dans ses centres d'accueil à la journée et organise des séjours d'immersion.

Les responsables des pensions de type *Backpackers*, seuls acteurs privés dans l'hébergement dédié à l'accueil des jeunes au moment de nos entretiens, entretiennent un rapport direct et constant à leur clientèle. Ils procurent un regard professionnel sur les pratiques de ce public, avec lequel ils travaillent au quotidien.

Figure 88 : Présentation des gérants des pensions de type *Backpackers* ou auberge de jeunesse

Identité de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Présentation
Elize O îles – Mme Elise Rollet – Gérante À l'auberge à St Leu, le 11/04/2018	Pension style « Backpackers » située dans les hauteurs de Saint-Leu, elle possède 4 chambres et un dortoir.
Les toits d'Imany – Julien et Tiphaine – Gérants À l'auberge à St Pierre, le 25/04/2018	Établissement de type auberge de jeunesse "Backpackers" situé à St Pierre, il dispose d'une chambre double, de 3 chambres partagées non mixtes (sauf réservation commune), d'un dortoir mixte de 5 places et de sanitaires communs. Toutes les chambres sont climatisées et sont dotées d'un accès Wifi. Les voyageurs partagent les espaces communs : cuisine équipée, salon TV, espace barbecue, piscine, salle de jeux.

Questions :

Thème 1 : Tourisme des jeunes

1. Selon vous, qu'est-ce que le tourisme des jeunes ?
2. Qu'en pensez-vous ?
3. Quelle est selon-vous la limite entre activités de loisir et pratiques touristiques ?

Thème 2 : Le tourisme des jeunes à La Réunion

4. « Le tourisme des jeunes à La Réunion » Qu'est-ce que cela évoque pour vous ?
5. Existe-t-il ? À travers quelles pratiques ?

Thème 3 : Caractéristiques des jeunes touristes à La Réunion

6. Quels sont, selon-vous, les profils des jeunes touristes à La Réunion ?
7. Que veulent-ils ? Et à quel prix ?

Thème 4 : Tourisme des jeunes à La Réunion : promotion et développement

8. Que pensez-vous de la promotion et des produits touristiques à destination de ce public ?
9. La Réunion est-elle, selon vous, un espace propice au développement de ce type de tourisme ? Justifiez.
10. Comment faire pour le développer au niveau local ?

Thème 5 : Les transports

11. Selon vous, les transports sont-ils adaptés à la pratique du tourisme pour les jeunes ?

Thème 6 : Les auberges de jeunesse

12. Pouvez-vous me définir ce qu'est une auberge de jeunesse ou un *backpackers hostel* ?
13. Selon vous, un réseau aurait-il sa place à La Réunion ? Justifiez.

Thème 7 : Suggestions

14. Avez-vous des questions ? Suggestions ? Idées ?

Pour l'ensemble des participants, les entretiens débutent par des questions ouvertes et générales s'intéressant, tout d'abord, à la définition qu'ils donnent du tourisme des jeunes mais également

au point de vue qu'ils portent sur le sujet. Considérant que l'amalgame entre tourisme et activités de loisirs est fréquent, que les activités de loisirs ne sont pas toutes liées au tourisme et que le tourisme ne se restreint pas uniquement aux activités de loisirs, une troisième question permet de clarifier certains points avant la poursuite de l'entretien. Les données ainsi récoltées permettent d'apprécier le degré de clarté de ces deux notions lors de l'enquête quantitative. La quatrième question recentre la problématique sur La Réunion et introduit la seconde thématique : le tourisme des jeunes à La Réunion. Avec une question large : « qu'est-ce que cela évoque pour vous ? », nous souhaitons libérer la parole des personnes interrogées. Le recours à la question ouverte autorise de développer des idées qui n'auraient pas été forcément abordées. La question suivante, plus fermée, souhaite savoir si les interviewés identifient la présence de ce type de tourisme sur l'île et à travers quelles activités. Ainsi, elle les invite à réfléchir sur la problématique au niveau local et sa situation actuelle.

Dans un troisième thème, nous abordons les caractéristiques des jeunes touristes à La Réunion. Dans un premier temps, les interlocuteurs définissent quels sont, selon eux, le(s) profil(s) des jeunes touristes à La Réunion. Puis, nous les interrogeons sur ce que ces jeunes touristes envisagent et le budget que, selon eux, les jeunes touristes accordent à ces activités. Le quatrième thème porte sur la promotion et le développement du tourisme des jeunes à La Réunion. Toujours à travers une question ouverte, nous espérons recueillir des points de vue au sujet de la promotion et des produits touristiques mis en place à La Réunion pour les jeunes. Ainsi, nous obtenons non seulement leur avis, mais nous analysons également s'ils identifient une communication et des produits à destination des jeunes touristes à La Réunion. La neuvième question est plus directe. Elle sollicite les acteurs pour savoir s'ils perçoivent La Réunion comme une destination pour les jeunes touristes et pour quelles raisons (qu'elles soient positives ou négatives). Nous jugeons ainsi l'impression des différents interlocuteurs sur le sujet au niveau local. Il s'agit de déterminer s'ils sont plutôt optimistes, pessimistes ou neutres par rapport au succès du développement de produits et de services en faveur de ce segment de marché.

Nous sollicitons ensuite l'imagination des interviewés en leur demandant comment développer la croissance du tourisme des jeunes au niveau local. Cette question ouvre un éventail de suggestions de la part des prestataires interrogés et des jeunes. Nous étudions également si les différentes parties se rejoignent dans les stratégies à mettre en place ou si, au contraire, leurs positions divergent. La thématique suivante est consacrée aux déplacements, avec une seule question, pour vérifier si l'offre de transport actuelle est adaptée à la pratique du tourisme pour

les jeunes. L'avant dernière thématique porte sur le réseau des auberges de jeunesse. Ses réponses sont traitées dans la dernière partie de la thèse, portant une attention particulière à l'hébergement des jeunes. La dernière partie du questionnaire engage une approche ouverte sur le sujet. Elle permet à la personne interrogée de soumettre des idées, des suggestions ou des remarques. Elle offre un autre angle de vue sur la question. En effet, nous oublions peut-être d'étudier des sujets ou des thématiques qui peuvent être suggérés par les personnes interrogées.

D'une durée moyenne d'une heure, les entretiens sont réalisés chez les interlocuteurs ou sur leur lieu de travail. La récolte des données s'effectue grâce à une prise de notes, qui favorise le tri des informations directement à la suite des rencontres.

Les jeunes touristes

Le premier fait marquant à relever concernant le sujet du tourisme des jeunes à La Réunion est lié à la perplexité qu'il suscite chez nos interlocuteurs. L'un d'entre eux l'énonce clairement : « c'est un terrain complètement nouveau à défricher » sur lequel « peu d'études existent ». Dans le cadre des politiques touristiques du territoire, « ce n'est pas une cible touristique sauf pour les jeunes trentenaires cadres qui commencent à avoir du pouvoir d'achat ». La plus grande part de nos interlocuteurs relève un manque d'infrastructures adaptées à l'accueil et à l'hébergement des groupes de mineurs sur l'île. Le représentant de l'association YMCA révèle que des demandes du réseau lui sont adressées pour des séjours de groupes de jeunes à La Réunion. Elles n'ont jamais abouti, par manque de structures d'accueil adéquates en terme de normes, de capacité d'hébergement et de coût. Plusieurs types de jeunes touristes sont évoqués par les personnes interrogées : les touristes affinitaires/les touristes d'agrément, les Réunionnais/les non-Réunionnais, les résidents/les non-résidents. Des distinctions et des similitudes en découlent dans leurs pratiques touristiques. Nous proposons donc une synthèse réalisée à partir de l'analyse des entretiens autour de quelques thèmes remarquables.

D'agrément

Concernant les jeunes touristes extérieurs d'agrément, les propriétaires des *Backpackers* sont ceux qui les décrivent avec le plus de facilité. Ils distinguent trois catégories de jeunes :

- Les « vacanciers longs séjours »⁴³⁶, qui viennent pour « visiter La Réunion de A à Z » et « vivent vraiment La Réunion »⁴³⁷. La durée de leurs séjours varie entre 3 semaines et 3 mois. Ces vacances représentent souvent une première expérience de voyage long-courrier pour lequel ils économisent pendant toute une année.
- Les jeunes qui se rendent sur l'île grâce à la proximité de l'Île Maurice, dans le cadre d'un « trip *Backpacker* »⁴³⁸ durant lequel ils se rendent en Asie, puis sur l'Île Maurice avant d'arriver à La Réunion pour un séjour de 3, 4 jours et terminer leur périple à Madagascar.
- Les « primo arrivants »⁴³⁹, qui séjournent en *Backpackers* à leur arrivée jusqu'à ce qu'ils trouvent une co-location à rejoindre ou un appartement à louer. Essentiellement en provenance de France métropolitaine et attirés par le cadre de vie insulaire, ce sont de jeunes actifs qui recherchent une première expérience professionnelle pour plusieurs mois, voire plusieurs années.

Dans l'ensemble, les propriétaires des *Backpackers* constatent que les jeunes qui fréquentent leurs structures proviennent à 95% de France métropolitaine, bien que depuis deux ans, ils observent une hausse du nombre de Québécois et d'Allemands. Ils ajoutent que ces jeunes majeurs voyagent souvent seuls, de façon autonome, et que par conséquent, ils apprécient de pouvoir rencontrer d'autres personnes grâce à leur style d'hébergement. La mutualisation, le partage, le covoiturage et les activités de groupe caractérisent les pratiques des jeunes touristes à La Réunion. Ils se réunissent pour se rendre sur les lieux à visiter, pour pratiquer des activités ou partager des repas afin de réduire les frais. C'est une clientèle définie également comme « hyper dynamique », en recherche d'activités à sensation mais qui ne dispose pas forcément le budget nécessaire. Néanmoins, les jeunes voyageurs qui économisent pour séjourner à La Réunion durant leurs vacances préfèrent réduire le budget alloué à l'hébergement en faveur de celui destiné à la pratique d'activités.

Les interlocuteurs associent les jeunes touristes d'agrément à de jeunes actifs voyageurs « sac à dos »⁴⁴⁰, plutôt sportifs, majoritairement en provenance de la Métropole et qui souhaitent

⁴³⁶ Julien et Tiphaine, gérants des Toits d'Imany, le 25/04/2018.

⁴³⁷ Julien et Tiphaine, gérants des Toits d'Imany, le 25/04/2018.

⁴³⁸ Julien et Tiphaine, gérants des Toits d'Imany, le 25/04/2018.

⁴³⁹ Julien et Tiphaine, gérants des Toits d'Imany, le 25/04/2018.

⁴⁴⁰ Sylvie Tumoine, directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances, le 07/04/2018.

découvrir l'île. Ils y ajoutent les jeunes mineurs qui voyagent avec leurs familles : « enfants de parents appartenant aux catégories socio-professionnelles moyennes voire supérieures », mais également les groupes de jeunes sportifs de compétition de la zone océan Indien qui se rendent sur l'île pour participer à des stages de formation ou des compétitions sportives (ex : tournois inter-îles). Les étudiants étrangers en échanges universitaires sur place dans le cadre des programmes ERASMUS ou CREPUQ et ceux présents pour y étudier hors de ces cadres ne sont pas mentionnés. Or, ils occupent une place non négligeable sur le marché des jeunes touristes à La Réunion. En interrogeant la direction des relations internationales à l'Université, les responsables nous expliquent qu'ils ont reçu un total de 4 143 jeunes étrangers au cours des cinq dernières années.

🚩 Affinitaires

Les jeunes touristes affinitaires correspondent aux jeunes qui viennent dans un cadre familial ou amical. Leur arrivée est motivée par la présence d'un de leurs proches. Ce sont des jeunes Réunionnais installés en Métropole ou à l'étranger qui reviennent pendant leurs vacances. Il s'agit également des jeunes métropolitains ou étrangers qui profitent de la présence d'un de leurs proches, installé sur l'île pour la visiter. Leur principale particularité est qu'ils logent durant la majeure partie de leur séjour chez leurs proches, qui se transforment en hôtes et guides touristiques. Les activités qu'ils réalisent sont, de cette façon, similaires à celles des jeunes touristes qui résident sur l'île.

Madame Olivette, directrice de l'association CAP prévention, relève une spécificité de la perception du temps libre par les îliens. Après avoir vécu plusieurs années en France métropolitaine, elle avance que : « comparé à La Métropole, l'enjeu des vacances est différent à La Réunion. Ici, on prend le temps de vivre. Pour les métropolitains ce n'est pas le même rythme, il faut donner un sens au travail ("je travaille pour pouvoir m'offrir des vacances") »⁴⁴¹. Il est ici sous-entendu que l'organisation des vacances des résidents de l'île se distingue de celle des métropolitains.

🚩 Résidents

Les responsables des structures touristiques dégagent des différences notables, au sujet des jeunes qui résident sur l'île. Dans un premier temps, ils distinguent les pratiques des jeunes

⁴⁴¹ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018.

Réunionnais de celles des jeunes métropolitains ou étrangers installés sur l'île pour y travailler ou y étudier : « les Métropolitains et les étrangers pratiquent des activités touristiques de façon autonome alors que les Réunionnais les réalisent dans un cadre familial »⁴⁴², « les jeunes Réunionnais ont pour beaucoup une méconnaissance de leur île, ils ne sortent pas, à part pour les pique-niques »⁴⁴³, « ils vont découvrir leur île, lors de la venue de cousins ou de famille installés en métropole »⁴⁴⁴, « les Métropolitains qui s'installent sur l'île la découvrent au début », « depuis peu, on voit des jeunes locaux visiter leur île »⁴⁴⁵.

Pour ce qui est des plus jeunes, ils ajoutent que le milieu familial joue pour beaucoup dans l'assimilation des pratiques touristiques et des habitudes de voyages : « les jeunes prennent l'habitude de voyager, de partir en vacances ou en excursion grâce à leurs parents »⁴⁴⁶. Ainsi, un jeune qui, durant son enfance, prend l'habitude de pratiquer des activités touristiques, a plus de facilité à réitérer l'expérience de façon autonome, par rapport à celui qui ne l'a jamais fait avec ses parents. De cette façon, le départ des plus jeunes en vacances constitue un enjeu important pour le futur du tourisme local. Les séjours scolaires, les classes vertes, les centres de vacances forment d'autres cadres encourageant les jeunes à visiter l'île. Ces expériences les sensibilisent à l'activité touristique. Les personnes interviewées saluent leur action malgré le manque d'infrastructures d'accueil. Les écoles, collèges, lycées et associations de jeunes favorisent les déplacements et la découverte de l'île pour les locaux, mais également pour ceux qui viennent de l'extérieur grâce aux échanges qu'ils réalisent (échanges scolaires, culturels, sportifs, etc.). Le pouvoir d'achat s'avère être un autre facteur de distinction. En effet, selon les personnes interrogées, ceux qui travaillent et perçoivent des revenus fixes sortent régulièrement les week-ends, partent en vacances en dehors de l'île et pratiquent des activités touristiques telles que la plongée sous-marine, le parapente, le tour de l'île en hélicoptère, voire des sorties en bateau. Les jeunes sans emploi ou les étudiants dont les revenus sont moins importants se dirigent vers des activités moins coûteuses comme le vélo, la randonnée et les feux de camp sur

⁴⁴² Elise Rollet, gérante d'Elize O îles, le 11/04/2018.

⁴⁴³ Mickaël Abelard, directeur du CRIJ Réunion, le 14/04/2017.

⁴⁴⁴ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018.

⁴⁴⁵ Nadira Maleck-Bertrand, directrice OTI ouest, le 27 juin 2017.

⁴⁴⁶ Séverine Virapin - Responsable de la Coordination des acteurs du territoire à l'OTI Est, le 19/06/2017.

la plage. Une première conclusion se dégage dès lors : « les inégalités financières entre les jeunes créent des inégalités face à la pratique touristique »⁴⁴⁷.

Dans l'ensemble, les prestataires interrogés présumant que les jeunes touristes à La Réunion sont à la recherche d'activités de plein air de proximité ou associées à des moyens de transport adaptés et fréquents. En ce qui concerne l'hébergement, ils sont en recherche de structures pratiques dont le prix de la nuit ne dépasse pas 50€ par personne. L'un d'entre eux ajoute que « les jeunes se rendent dans les petites structures dont les prix sont plus abordables ou se déplacent avec leur tente lorsqu'ils randonnent à Mafate »⁴⁴⁸. Les activités pratiquées sont : la randonnée, les sorties à la plage, le « palmes masque tuba », le parapente⁴⁴⁹, la visite du volcan, la plongée sous-marine, le rafting et le canyoning. Ils sortent également dans les bars et les discothèques et participent aux *Kabars* organisés dans les cirques ainsi qu'aux événements culturels tels que le *Sakifo*, les *Francofolies*, les *Electropicales* ou le *Kaloo Bang*. Enfin, les jeunes touristes, au sens large, privilégient les activités de groupe et organisent leurs sorties de façon autonome, contrairement à la génération précédente.

L'offre actuelle

✚ La communication

Les commentaires relatifs la promotion touristique à destination des jeunes à La Réunion convergent. « Elle serait quasi inexistante ». La promotion est qualifiée de « tout azimut »⁴⁵⁰ par Nadira Maleck-Bertrand, directrice de l'Office de tourisme intercommunal de l'ouest, qui pense que « c'est une bonne chose »⁴⁵¹, dans le sens où c'est aux jeunes de s'intéresser à l'activité touristique et d'aller à la recherche de l'information. A contrario, un autre interlocuteur pointe un manque de vulgarisation et d'accessibilité à l'information touristique. Il ajoute qu'elle est « réservée à des gens qui connaissent »⁴⁵². Ceci interroge sur les moyens que possèdent les novices du tourisme pour accéder aux informations. Sur ce thème, deux idées s'opposent. En effet, pour l'ensemble des personnes interrogées sur la promotion touristique de

⁴⁴⁷ Mickaël Maillot, directeur de la CCEE Réunion, le 21/04/2017.

⁴⁴⁸ Raoul Vincent – Directeur à l'observatoire du tourisme Réunion, le 06/04/2017.

⁴⁴⁹ Pour 90% de la clientèle d'Elize O île.

⁴⁵⁰ Nadira Maleck-Bertrand, directrice OTI ouest, le 27 juin 2017.

⁴⁵¹ Nadira Maleck-Bertrand, directrice OTI ouest, le 27 juin 2017.

⁴⁵² Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

l'île, la communication est essentiellement destinée à des personnes possédant un pouvoir d'achat suffisant pour fréquenter l'hôtellerie et le tourisme de luxe alors qu'en se connectant au site de l'Île Réunion Tourisme, structure chargée de la promotion du tourisme à l'international, nous constatons, avec Pascal Tesseydre, qu'un effort est effectué pour toucher un public de jeunes adultes⁴⁵³. Par la production de vidéos diffusées sur YouTube, par le recours aux bloggeurs ainsi que par la création d'une page Instagram, le site tente d'attirer cette population touristique en redynamisant sa communication. Sa stratégie est de mettre en scène des jeunes adultes visitant l'île et pratiquant des activités sportives ou culturelles afin que les jeunes touristes puissent s'y identifier⁴⁵⁴.

En se référant à l'étude d'Atout France au sujet de l'image et de l'attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans, des efforts en communication doivent être poursuivis voire accentués afin de toucher les jeunes voyageurs. La raison principale en est la suivante : sur les 5 512 jeunes voyageurs étrangers s'étant rendus en Europe, dont 50% en France, entre 2015 et 2017, seuls 9% connaissent La Réunion et Mayotte, parfois seulement de nom. Avec leur 15^{ème} place, elles figurent parmi les destinations les moins fréquentées⁴⁵⁵.

✚ Le produit proposé

Les produits touristiques ne semblent pas cibler de public en particulier et les interlocuteurs ne définissent pas de produits spécifiques aux jeunes : « ce sont des produits standards qui s'adressent à tous types de visiteurs »⁴⁵⁶. En se rendant à l'Office du Tourisme Intercommunal de l'Ouest, il est cependant possible de trouver des produits touristiques à destination des familles qui ciblent les enfants ainsi que leurs parents. L'offre familiale peut ainsi satisfaire la demande des touristes intérieurs. S'accordant sur le manque notoire d'offre spécifique et de communication adaptée au tourisme des jeunes, les répondants se rejoignent aussi sur le fait que La Réunion est un espace propice au développement de ce type de tourisme et qu'elle a le potentiel pour les intéresser. Les atouts de l'île demeurent ses plages, le climat, ses paysages, les activités proposées, les sites culturels et le multiculturalisme. L'île représente pour deux

⁴⁵³ Pascal Teysedre, directeur du pôle mise en Tourisme du territoire à La Région Réunion, le 09/03/2018

⁴⁵⁴ « Exploration de la rivière à la mer », 5 août 2019, [En ligne]. <<https://www.reunion.fr/nos-experiences/exploration-de-la-riviere-a-la-mer>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

⁴⁵⁵ *Image et attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans*, op. cit., pp. 48- 49.

⁴⁵⁶ Nadira Maleck-Bertrand, directrice OTI ouest, le 27 juin 2017

d'entre eux « un immense terrain de jeu »⁴⁵⁷ et est « attractive au niveau de la qualité de vie »⁴⁵⁸. Néanmoins, le responsable du Pôle Tourisme à la Région⁴⁵⁹ tient à rappeler que La Réunion est une destination éloignée de l'Europe et que le coût du billet ainsi que les frais sur place constituent des freins au développement du tourisme des jeunes, dont le budget est souvent limité. La problématique « requin » est également relevée par la représentante de l'association Ti-tangue Koala, qui nous révèle que « c'est une crise qui enlève l'espoir de pratiquer le surf pour beaucoup de jeunes Australiens que l'on reçoit. »⁴⁶⁰.

🚩 Idées et suggestions

Plusieurs axes sont suggérés pour favoriser le développement du tourisme des jeunes au niveau local. Un effort sur les tarifs, notamment au niveau du transport aérien, est fréquemment mis en avant. D'autres suggestions concernent la création de cartes de réduction jeunes, de « pass »⁴⁶¹ facilitant les déplacements, ou d'offres aériennes attractives pour les jeunes. Des propositions d'aménagements sont également formulées : « multiplier la création d'hébergements de type auberges de jeunesse »⁴⁶², « développer les transports publics au niveau local pour favoriser le déplacement autonome des jeunes »⁴⁶³. La première proposition fait écho à l'observation préalablement formulée sur le manque d'infrastructures d'accueil à destination des jeunes. La deuxième met en exergue la problématique des transports en commun à La Réunion. Enfin, une amélioration de la communication est conseillée : « plus de communication en faveur du public ciblé »⁴⁶⁴, « améliorer la communication à destination des jeunes locaux »⁴⁶⁵, « favoriser l'intermodalité et créer un parcours d'information »⁴⁶⁶, « se servir des influenceurs sur les réseaux sociaux »⁴⁶⁷. Sur la forme, le représentant du CCEE⁴⁶⁸ explique qu'il est nécessaire d'éduquer au déplacement, à la musique, au loisir, au sport et au tourisme avant 30 ans. Il ajoute que si les jeunes sont moteurs de transformations culturelles, il y aurait peut-être un intérêt à ce que les réseaux de jeunes touristes se développent sur l'île. Il propose que La Réunion soit un

⁴⁵⁷ Sylvie Tumoine, directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances, le 07/04/2018

⁴⁵⁸ Elise Rollet, gérante d'Elize O îles, le 11/04/2018

⁴⁵⁹ Pascal Teyssedre, directeur du pôle mise en Tourisme du territoire à La Région Réunion, le 09/03/2018

⁴⁶⁰ Anne-Françoise Glad-Segalen – présidente de l'association Tang Koala, le 14/02/2018

⁴⁶¹ Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

⁴⁶² Mickaël Abelard, directeur du CRIJ Réunion, le 14/04/2017

⁴⁶³ Julien et Tiphaine, gérants des Toïts d'Imany, le 25/04/2018

⁴⁶⁴ Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

⁴⁶⁵ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁴⁶⁶ Mickaël Abelard, directeur du CRIJ Réunion, le 14/04/2017

⁴⁶⁷ Julien et Tiphaine, gérants des Toïts d'Imany, le 25/04/2018

⁴⁶⁸ Mickaël Maillot, directeur de la CCEE à St Denis, le 21/04/2017

point d’ancrage pour le tourisme des jeunes dans l’océan Indien. Au sujet des prestations touristiques, la création de produits calibrés et de packaging pour les jeunes étudiants étrangers est formulée. Le développement des réseaux est aussi mis en avant, avec la création d’un plus grand nombre d’échanges scolaires entre La Réunion et La Métropole et entre La Réunion et l’étranger, notamment dans la zone océan Indien. La création d’une offre UCPA pour les groupes de mineurs est, elle aussi, conseillée.

Bilan des entretiens

L’enquête préliminaire auprès des responsables des structures touristiques montre que le tourisme des jeunes est un marché porteur en pleine expansion mais difficile à cerner. Le simple fait de définir les limites d’âge est compliqué. Ainsi, il apparaît que pour l’ensemble des acteurs du tourisme, il est difficile de proposer une offre à une clientèle dont les caractéristiques sont floues dès le départ. C’est pourquoi le travail de définition préalable est essentiel à la démarche. Il s’agit, à travers lui, de défricher le terrain d’un segment de clientèle complexe qui existe depuis des siècles, mais dont les caractéristiques sont méconnues à La Réunion.

À l’issue de ces entretiens, nous relevons des nuances entre les professionnels du tourisme et ceux des institutions œuvrant pour les jeunes dans leurs discours. Bien qu’ils ne soient pas spécialistes de l’activité touristique, les acteurs de la jeunesse formulent une analyse plus approfondie du tourisme des jeunes que les professionnels du secteur. Le sujet leur semble abstrait. Ils s’interrogent et sont curieux lors de nos entrevues. Se référant aux tendances générales du tourisme de l’île, ils calquent celles du marché juvénile sur celles des touristes plus âgés. Ils ignorent néanmoins les spécificités de ce marché en pleine expansion. En tant que bénévoles, salariés d’associations d’éducation populaire ou gérants de *Backpackers*, les interlocuteurs militent pour un meilleur accès aux activités culturelles et sportives des jeunes durant leur temps de vacances. Investis à temps plein dans cet objectif, ils rejoignent nos hypothèses et nous encouragent dans la poursuite de nos recherches. Sonder l’ensemble de ces acteurs nous semble indispensable à la réussite de la démarche de recherche-action. En proposant ce bilan, nous prenons conscience de l’intérêt de l’ensemble des institutions pour un marché en expansion, malgré sa complexité. À terme, nous espérons poursuivre ce travail en réunissant et coordonnant les collectivités locales, les établissements scolaires et les organismes œuvrant pour la jeunesse. L’objectif est de réfléchir à la mise en place d’actions permettant d’évaluer l’impact de l’éducation au tourisme sur des groupes tests de jeunes issus de la typologie définie précédemment.

La pré-enquête qualitative menée par entretiens auprès des acteurs et des institutions du tourisme et des jeunes dresse ainsi un tableau plus concret des représentations et des actions déjà réalisées par les acteurs des milieux touristique et de la jeunesse à la Réunion.

Quelques points-clés se dégagent clairement :

- Il existe bien un public de jeunes touristes à La Réunion. Majoritairement originaires de France métropolitaine, ils résident sur place ou viennent de l'extérieur pour des séjours d'agrément, affinitaires, d'études ou pour participer à des événements sportifs.
- L'île de La Réunion est un espace propice à l'accueil de jeunes touristes. Forte d'un panel étendu d'activités, qu'elles soient sportives ou culturelles, elle dispose d'arguments solides pour les attirer.
- Il apparaît néanmoins un déficit en ce qui concerne la communication qui est mise en place envers ce public. Le territoire offre des produits et des services répondant à leurs exigences mais les jeunes n'en ont pas connaissance.
- De plus, les politiques touristiques actuelles ne ciblent pas spécifiquement le public jeune.

Très utiles, ces premiers entretiens ne sont cependant pas suffisants pour cerner le tourisme des jeunes à La Réunion. Ils doivent être complétés par une enquête quantitative passée à plus grande échelle, auprès des principaux intéressés, les jeunes en déplacement à La Réunion.

L'enquête quantitative par administration de questionnaires

Afin de vérifier les représentations des acteurs interrogés dans la pré-enquête, nous retenons la méthodologie d'enquête quantitative par administration de questionnaires. Son intérêt principal est de rassembler une quantité importante d'informations factuelles et subjectives auprès d'un grand nombre d'individus⁴⁶⁹. Rappelons-le, une telle enquête auprès de ce public n'a encore jamais été menée. Les fondements sur lesquels s'appuyer sont à créer ex nihilo. Il est donc indispensable de recueillir un maximum d'informations auprès d'un échantillon suffisant pour incarner l'ensemble de la population d'étude. Avant de diffuser l'enquête à plus grande échelle,

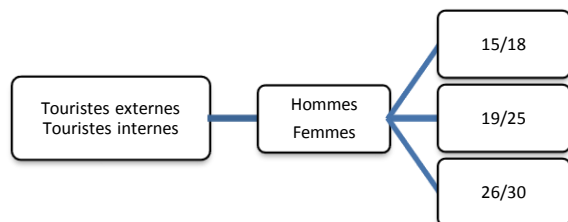
⁴⁶⁹ I. PARIZOT, « L'enquête par questionnaire », dans *L'enquête sociologique*, s.l., Presses Universitaires de France, 2012, p. 93, [En ligne]. <<http://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-93.htm>>. (Consulté le 13 mars 2021).

un test est effectué auprès de différents segments. L'opération permet d'amender le questionnaire afin qu'il soit le plus adapté possible aux exigences de la recherche. L'étude envisage de qualifier les pratiques touristiques des jeunes à La Réunion. Les pratiques sont analysées au sein de chaque typologie de jeunes qu'il en ressorte points communs et divergences. Pour gagner en précision, nous souhaitons évaluer les motifs de satisfaction et d'insatisfaction relatifs à la destination. Plus qu'une simple étude de marché, le but est de savoir si les habitudes de consommation touristique de cette clientèle diffèrent en fonction de la situation sociale, professionnelle, familiale ou de son lieu de résidence. Est-ce qu'un jeune étudiant réunionnais n'ayant jamais quitté son île s'adonne aux mêmes activités touristiques qu'un jeune étudiant présent sur l'île pour un séjour de mobilité ? Tel est le genre de questions auxquelles l'enquête souhaite répondre.

C'est pourquoi la composition de chaque échantillon doit être décrite de manière préalable très précisément. Il est en effet essentiel que le lecteur appréhende les caractéristiques des répondants pour comprendre l'interprétation donnée.

✚ L'échantillonnage

Figure 89 : Critères d'échantillonnage du public étudié



Nous retenons la méthode de l'échantillonnage non probabiliste par quotas croisés⁴⁷⁰. Elle permet une sélection des jeunes fondée sur des critères et sous-critères établis au préalable (Figure 88). Nous souhaitons distinguer et comparer les réponses des jeunes touristes externes de celles des jeunes touristes internes.

900 jeunes comprenant à nombre égal les touristes de chacun de ces groupes ont été interrogés. Ainsi, les tendances générales observées sont représentatives et comparables à l'échelle de la population d'étude. Les sous-critères établis permettent de s'assurer que la population de référence est bien composée d'une même proportion d'hommes et de femmes répartis entre les différentes tranches d'âges définies. Les questions liées à la situation sociale aident à différencier les pratiques. Initialement, un même

⁴⁷⁰ J.-M. FIRDION, « Construire un échantillon », dans *L'enquête sociologique*, s.l., Presses Universitaires de France, 2012, pp. 83- 84, [En ligne]. <<http://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-69.htm>>. (Consulté le 13 mars 2021).

questionnaire pour les deux catégories a été conçu, avec des questions réservées uniquement aux jeunes touristes externes. Cependant, cette méthode a induit des difficultés d'obtention de réponses des visiteurs. Après vingt et un mois de récolte, il a finalement été impossible de proposer une analyse représentative des pratiques touristiques de ces jeunes. Face à ces obstacles, nous avons conclu qu'il était nécessaire de modifier la stratégie d'approche en redéfinissant les méthodes d'enquête. Au regard de l'importance de la tâche et de l'échantillon, nous avons fait appel à un prestataire spécialisé⁴⁷¹. Le questionnaire initial a donc été adapté au nouveau public sans toutefois s'écarter des objectifs de départ. La seconde structure du questionnaire proposé étant similaire au premier, il est possible de comparer l'ensemble des réponses fournies par les deux grands publics interrogés. L'enquête dédiée aux jeunes touristes externes a pour objectif supplémentaire de définir les facteurs déclenchant le choix de la destination, de connaître les pays ou les régions qui ont pu susciter des hésitations et de recenser les principales motivations les ayant conduit à La Réunion. Les contenus de chaque questionnaire⁴⁷² sont respectivement précisés dans la première partie de ce chapitre pour celui à destination des jeunes résidents, puis dans la deuxième, concernant les touristes externes. Pour des raisons pratiques, la majorité des questions sont fermées ou à choix multiples.

Du fait du grand nombre de données traitées, nous avons opté pour une présentation illustrée des résultats qui repose sur des tableaux et des graphiques en couleur. L'utilisation de ces outils facilitent la lecture en permettant de visualiser les informations de façon synthétique avant de se focaliser sur les détails plus précis et de comprendre ce qui est développé dans le corps de texte de la thèse. L'usage des tableaux et des « diagrammes en bâtons » nous sert à croiser les données et à offrir une vue d'ensemble des résultats alors que les « camemberts » sont priorisés pour reproduire les parts des jeunes étudiés dans les items.

B. Les jeunes touristes internes

⁴⁷¹ Soutenue par notre laboratoire OIES dans le cadre du projet « tourisme et risque » piloté par le Professeur Brou

⁴⁷² Consultables en annexe

1. Structure du questionnaire

a) *Identité, résidence et profession*

La première partie du questionnaire concerne l'identité de l'interrogé, à savoir son âge, son sexe, sa nationalité, son département de naissance, son lieu de résidence, sa situation familiale, son lieu d'habitation, sa situation professionnelle, son niveau d'études le plus élevé, ainsi que la durée de son séjour dans le cas d'une mobilité. Les questions sur l'âge et le sexe montrent un panel de répondants de tranches d'âges différentes (15/18, 19/25, 26/30) mais également une répartition équitable d'hommes et de femmes. Grâce aux questions sur la nationalité et le département de naissance, il est possible de différencier les réponses des touristes internes en fonction de leur département ou pays de naissance. La question sur le lieu de résidence filtre les réponses de ceux qui ne vivent pas à La Réunion. La situation familiale, le lieu d'habitation et la situation professionnelle vérifient si ces critères impactent les comportements touristiques des jeunes. La question sur la durée de la mobilité, dans le cas où il s'agit d'un jeune en mobilité, aide à définir si ses réponses sont comptabilisées avec celles des touristes résidents ou externes⁴⁷³. Ici, la mobilité ne concerne pas uniquement les étudiants en échange universitaire. En effet, certains sont sur place pour un travail ponctuel, un stage ou une période de volontariat.

b) *Affinité territoriale*

La deuxième partie du questionnaire concerne le rapport de l'interrogé avec La Réunion. À savoir par quel biais il connaît l'île, les raisons pour lesquelles il préfère cette destination et s'il est satisfait de ce choix (en justifiant). Cette partie étudie, dans le cas où le jeune n'est pas né à La Réunion, les canaux de promotion les plus efficaces pour l'île en fonction de sa situation. Elle nous renseigne également sur la satisfaction du répondant par rapport à son choix de destination.

c) *Activités touristiques*

La troisième partie nous renseigne sur les activités pratiquées sur l'île. Ici, le terme « loisirs », et non l'expression « activités touristiques », est employé afin que les résidents répondent. En

⁴⁷³ Rappelons qu'au-delà d'un an de mobilité, le jeune est considéré comme « migrant ». Dans ce cas, il est considéré comme un résident.

effet, il convient de souligner que les Réunionnais ne se sentent pas concernés par les activités touristiques et assurent ne pas en exercer alors que la plongée sous-marine, la randonnée ou le parapente peuvent être considérés comme touristiques dans le cadre d'une pratique occasionnelle. Il s'agit ici d'excursionnisme. Ainsi, les questions se portent dans un premier temps sur la nature de l'activité, à savoir si elle est sportive ou culturelle, puis un panel, considéré comme touristique pour chaque type, est proposé en leur laissant la possibilité d'ajouter des propositions. D'autres questions viennent ensuite sur la fréquence des pratiques afin de déterminer si elles sont touristiques ou constituent un loisir régulier. La question suivante concerne le budget accordé. Les réponses permettent ainsi d'évaluer le montant que les jeunes de chaque catégorie accordent à la pratique de leurs activités touristiques et de loisirs. Cette partie se conclut par le degré de satisfaction de l'interrogé par rapport aux activités proposées par l'île. Une justification est demandée quelle que soit la réponse.

d) Hébergements

La quatrième partie concerne les hébergements touristiques. Les interlocuteurs déterminent s'il leur arrive de dormir en dehors de chez eux pour la pratique d'activités de loisirs. Cela permet de confirmer que leur pratique entre dans le cadre d'une activité touristique. En effet, « est considérée comme touriste, toute personne qui passe une nuit en dehors de son environnement habituel, notamment pour la pratique d'une activité ». Ensuite, le questionnement se réalise sur la fréquence d'utilisation des hébergements touristiques, afin de savoir s'ils réitèrent souvent ce genre d'expérience ou non. Comme pour la pré-enquête qualitative, le détail des questions sur les établissements fréquentés et les réponses formulées par les jeunes sont développés dans la dernière partie de la thèse, consacrée à l'hébergement des jeunes à La Réunion.

e) Transport

La cinquième partie traite du transport. Cette prestation est indispensable au bon développement de l'activité touristique d'un lieu, puisque la plupart des jeunes ne sont pas titulaires du permis de conduire. Il est donc important de connaître leurs habitudes en ce domaine : quels moyens ils utilisent pour se déplacer, le budget qu'ils y consacrent et s'ils sont satisfaits du système de transport en commun de l'île pour leurs loisirs et leurs vacances.

f) *Liens sociaux*

La sixième partie concerne les proches des jeunes en mobilité. L'intégration de ces données permet d'évaluer leur impact sur l'attractivité de l'île, soit en s'installant à La Réunion pour y travailler ou en s'y rendant pour un échange universitaire. En effet, le tourisme affinitaire représente 40% de la clientèle touristique de l'île en 2016⁴⁷⁴. Il semble logique de supposer, en observant notre entourage, que les jeunes présents à La Réunion en provenance de la Métropole ou de l'étranger attirent d'autres touristes de type affinitaire venant leur rendre visite pendant leurs vacances. C'est pourquoi le nombre de personnes leur rendant visite et la fréquence des visites annuelles sont des questions posées. Il s'agit également de les interroger sur la durée du séjour des visiteurs avec une question ouverte, le ou les moyens de transport(s) choisis pour se déplacer sur l'île, les lieux pour dormir, ceux où ils mangent ainsi que les budgets journaliers moyens accordés à ces trois prestations. Une question sur le volume d'activités touristiques réalisées durant leurs séjours clôture cette partie.

g) *Ressenti*

La dernière rubrique cible l'ensemble des personnes interrogées et concerne leur position sur « La Réunion, destination touristique pour les jeunes ». Recommandent-ils à leur entourage de visiter l'île lors d'un séjour touristique et pour quelles raisons ? Ont-ils rencontré des difficultés au cours de leur séjour ou dans le cadre de leurs pratiques excursionnistes ? Ce sont les premières interrogations qui animent cette section. Elle se termine par une question ouverte sur les idées et les suggestions quant à l'amélioration de la pratique des activités et des services touristiques pour les jeunes sur l'île.

2. **Passation**

Pour des raisons financières et de calendrier, l'enquête est auto-administrée via différents canaux. La plus grande partie des répondants le fait par internet grâce au lien suivant menant au questionnaire réalisé avec *Google formulaire* : <https://goo.gl/forms/rs6uzTMVRNPYZJh33>. Il est accessible du 10 mars 2016 au 20 décembre 2017. Pour toucher un plus grand nombre de

⁴⁷⁴ « La fréquentation touristique à La Réunion en 2016 », Saint-Paul (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, février 2017, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/frequentation/destination-et-ocean-indien/la-frequentation-touristique-la-reunion-en-2016>>. (Consulté le 15 juin 2018).

jeunes, le lien est publié sur notre page Facebook personnelle, sur celle des groupes ERASMUS, celle des étudiants de l'Université de La Réunion et celle des internes en Médecine. Le Centre Régional Information Jeunesse de La Réunion apporte également son aide en publiant le lien sur sa page. Les Missions Locales sont, elles aussi, mises à contribution. La Mission Locale Sud nous ouvre ses locaux au cours des mois de juillet et août 2017 pour rencontrer directement les jeunes afin de leur soumettre le questionnaire. Une centaine de jeunes, sur un total de huit journées entières, est ainsi interrogée. L'antenne Sud de Saint-Louis accueillant uniquement des jeunes du dispositif « garantie jeune » propose, quant à elle, de questionner directement son public. Elle réalise un total de 100 questionnaires supplémentaires au mois de septembre de la même année.

Après avoir testé le questionnaire dans la pré-enquête, nous estimons la durée de réponse moyenne à vingt minutes. Sur les 21 mois de mise en ligne, 1435 questionnaires sont remplis. 450 d'entre eux le sont par la suite validés afin de respecter la parité et de disposer d'un échantillon représentant les différentes tranches d'âges. La diffusion de ces questionnaires et leur contrôle se sont révélés longs et fastidieux. Étant seule à effectuer l'ensemble du travail, la durée de récolte est dix fois supérieure à celle de l'enquête à destination des touristes externes, qui nécessite seulement deux mois avec l'aide d'un prestataire extérieur. De plus, pour valider les 450 questionnaires de l'échantillon, il est essentiel de traiter 434 questionnaires de plus que pour la seconde enquête. Quoi qu'il en soit, l'objectif visé pour la récolte des réponses des jeunes touristes internes est atteint et leur traitement dure approximativement six mois (janvier à juin 2018). Ainsi, l'échantillon se compose de 224 hommes et de 226 femmes, avec une part majoritaire des 19-25 ans, ce qui s'explique par le fait qu'il s'agisse de la tranche la plus étendue.

Figure 90 : Échantillon de l'enquête auprès des jeunes touristes internes à La Réunion

Hommes			Femmes		
15-18	19-25	26-30	15-18	19-25	26-30
67	90	67	68	90	68
224			226		

3. Résultats

a) Des jeunes essentiellement Français

Figure 92 : Nationalités des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion

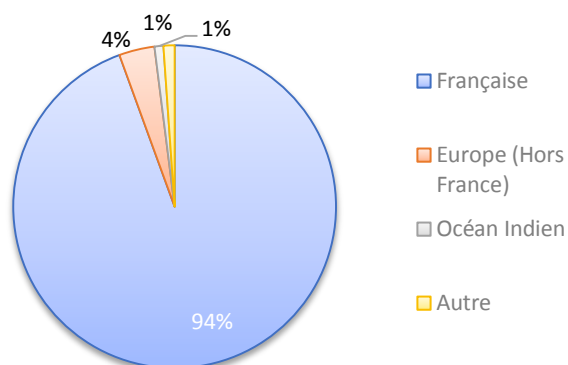
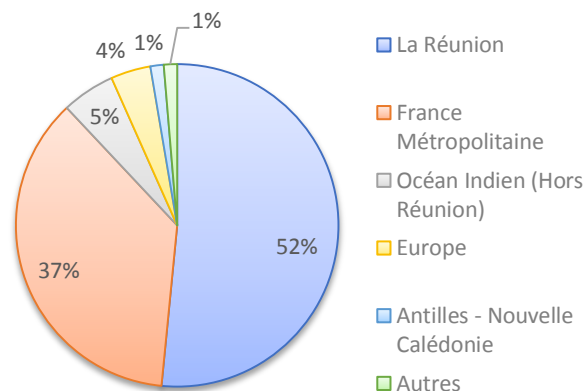


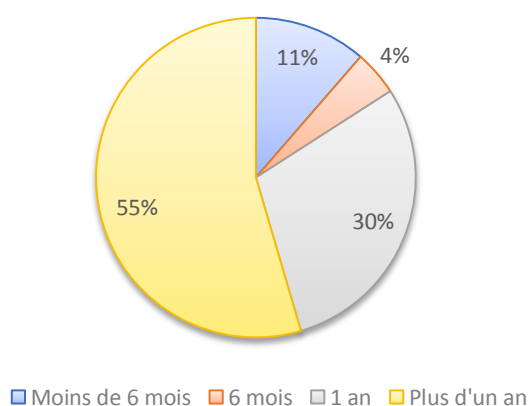
Figure 91 : Départements de naissance des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion



Une grande majorité des jeunes résidant à La Réunion interrogés est française (94% soit 425 jeunes sur 450). Les Européens (Hors France) sont allemands (5), britanniques (1), espagnols (3), suisse (1), belges (4) et italiens (2). Ceux des pays de l'océan Indien sont malgaches (2) et comoriens (2). Les autres sont canadiens (3) et japonais (2). Plus de la moitié sont nés à La Réunion et 37% en France métropolitaine. Les Mahorais sont ceux qui constituent le plus grand nombre de jeunes nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) (19 jeunes sur 24).

✚ Durée des séjours de mobilité

Figure 93 : Durée de mobilité des jeunes de l'échantillon de « résidents » de La Réunion



44 jeunes appartiennent à un dispositif de mobilité étudiante : 5 d'entre eux sont présents pour une durée inférieure à six mois, 2 pour six mois, 13 pour un an et 24 pour plus d'un an. Finalement, plus de la moitié des étudiants en mobilité, soit 55%, restent sur l'île pour une durée supérieure à un an, et au regard de la définition du tourisme préalablement citée, ils sont considérés comme des touristes internes au territoire. Les autres entrent dans les données des touristes externes.

Figure 94 : Intermédiaires de promotion de l'île auprès des jeunes en mobilité à La Réunion

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
Université	14	0	0	14
Bouche à oreille	16	5	0	21
Liens familiaux	7	3	1	11
Internet	5	2	0	7
Emploi	2	0	0	2
Total	44	10	1	55

La majorité des jeunes en mobilité connaissent l'île avant tout grâce au bouche à oreille (38%) puis par le biais des universités, qui sont les deuxièmes intermédiaires de promotion.

🏠 Cadre familial et profession

Figure 95 : Situation professionnelle des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion

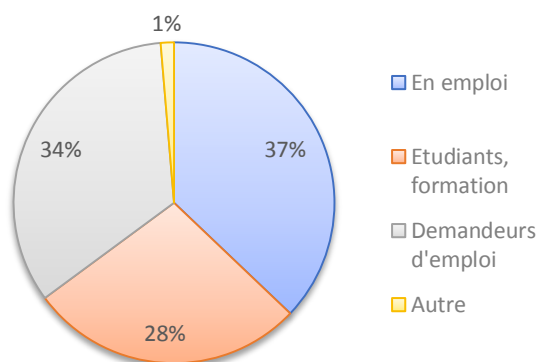
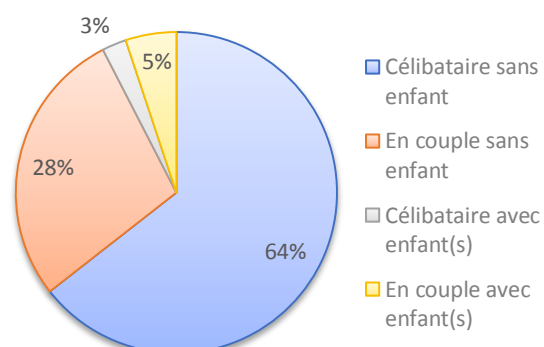


Figure 96 : Situation familiale des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion



La majorité de nos interlocuteurs n'ont pas d'enfant (415 jeunes), ce qui leur confère moins de responsabilités et de contraintes financières. Concernant la situation professionnelle, 152 sont demandeurs d'emploi, 125 sont étudiants ou en formation. 167 travaillent et les autres sont bénéficiaires de l'Allocation aux Adultes Handicapés (2), en Volontariat de Service Civique (3), ou en année de césure (1).

b) *Les jeunes nés à La Réunion*

Figure 97 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés à La Réunion

	15 – 18	19 – 25	26 – 30	Total
<i>Femmes</i>	55	39	6	100
<i>Hommes</i>	59	51	22	132
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	5	0	5
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	6	1	7
<i>En couple sans enfant</i>	19	10	9	38
<i>Célibataire sans enfant</i>	95	69	18	182
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	10	25	19	54
<i>Propriété</i>	2	3	1	6
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	102	62	8	172
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Étudiant</i>	54	19	2	75
<i>En emploi</i>	1	25	19	45
<i>Demandeur d'emploi</i>	59	42	6	107
<i>Autre</i>	0	4	1	5
<i>Totaux</i>	114	90	28	232

49% des jeunes nés à La Réunion qui composent l'échantillon ont entre 15 et 18 ans. C'est la catégorie qui concentre le plus grand nombre de cette tranche d'âge. La proportion des hommes (57%) et des femmes (43%) qui la composent est relativement équilibrée.

Figure 100 : Situation familiale des jeunes résidents nés à La Réunion

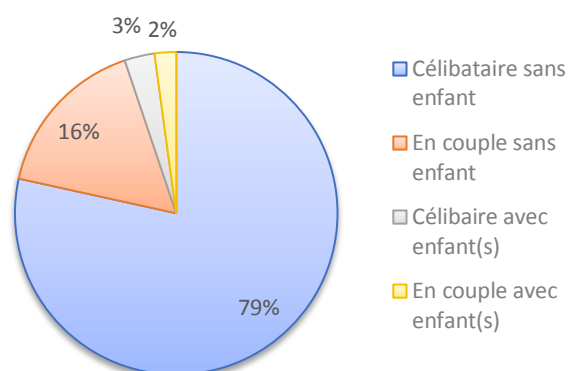
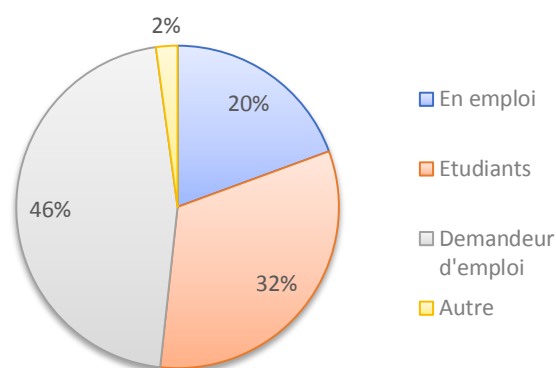
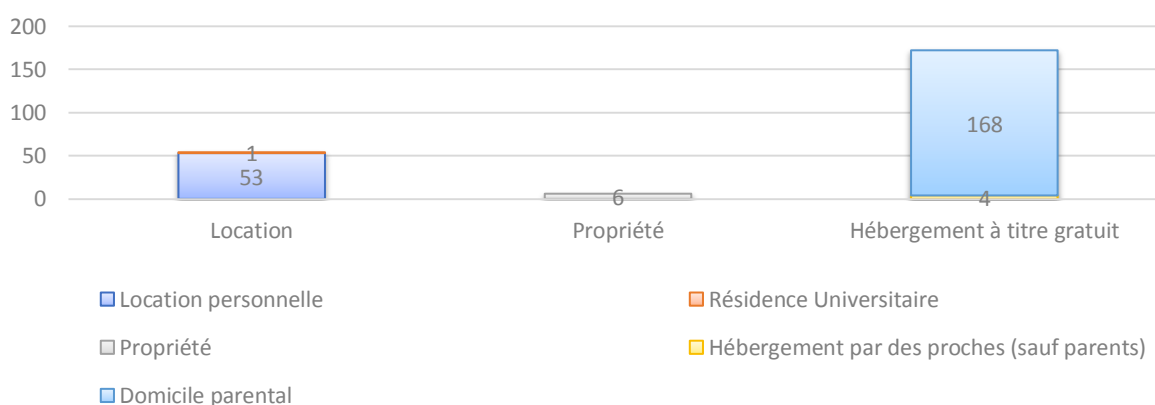


Figure 99 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés à La Réunion



46% des jeunes nés à La Réunion sont demandeurs d'emploi. Ce chiffre confirme les statistiques régionales concernant le taux de chômage chez les jeunes adultes⁴⁷⁵. Près d'un tiers sont étudiants (32%). Ils sont majoritairement âgés entre 15 et 25 ans : 31% pour les étudiants et 44% pour les demandeurs d'emploi. Il s'agit de la catégorie qui concentre le plus grand nombre d'étudiants de l'échantillon total. 20% travaillent et parmi les 2% restants, trois jeunes sont en Service Civique et deux sont bénéficiaires de l'Allocation Adultes Handicapés (1%). Ceux qui travaillent ont quant à eux principalement entre 19 et 30 ans (19%). Une large majorité des jeunes nés à La Réunion (95%) n'ont pas d'enfant et sont célibataires (82%). Les 5% de parents sont des hommes (50%) et des femmes (50%) âgés entre 19 et 30 ans.

Figure 98 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés à La Réunion



⁴⁷⁵ « La Réunion : Pôle Emploi cible les jeunes demandeurs d'emploi », *Les Echos*, 3 décembre 2020, [En ligne]. <<https://www.lesechos.fr/pme-regions/outre-mer/la-reunion-pole-emploi-cible-les-jeunes-demandeurs-demploi-1270923>>. (Consulté le 13 mars 2021).

74% des jeunes nés à La Réunion sont hébergés à titre gratuit au domicile parental (72%) ou chez des proches, autres que leurs parents (2%). Plus de la moitié d'entre eux ont 18 ans ou moins (59%). Un peu plus du quart (23%) sont en location et 3% sont propriétaires. Paradoxalement, les propriétaires ne font pas partie de la tranche d'âge la plus élevée : cinq ont 25 ans ou moins (83%) et seulement une appartient aux 26 / 30 ans. L'ensemble des femmes âgées entre 26 et 30 ans est en autonomie d'hébergement : 3 sont en location personnelle (2 sur 3 célibataires) et 3 sont propriétaires (2 sur 3 en couple). La moitié d'entre elles travaille, l'une d'entre elles est étudiante et les deux autres recherchent un emploi. En revanche, plus de la moitié des pères vit au domicile parental et est célibataire (66%). Les autres sont locataires (33%) et en couple. 5 sur 6 sont actifs en étant soit en situation d'emploi, soit bénévoles en Service Civique. Le 6^{ème} est demandeur d'emploi.

Dynamisme

Figure 102: Pratique d'activités des jeunes résidents nés à La Réunion

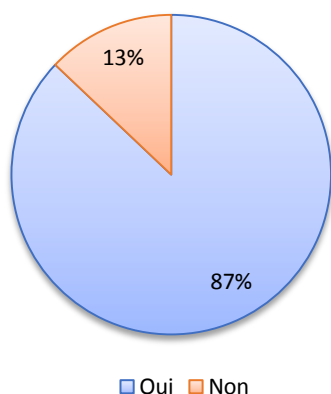
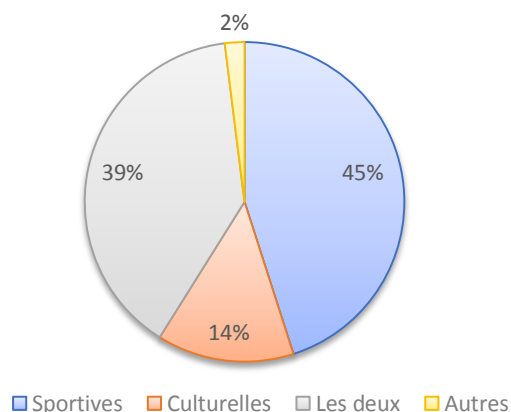


Figure 101 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion



Seuls 13% des jeunes nés à La Réunion ne pratiquent pas d'activité. Pour les autres, le sport domine, ils sont 45% à ne faire exclusivement que des activités sportives. 14% se tournent vers des activités culturelles et 39% réalisent les deux. 2% s'adonnent à d'autres activités, qui sont la plage (1), les jeux vidéo (2) et les sorties entre amis (1).

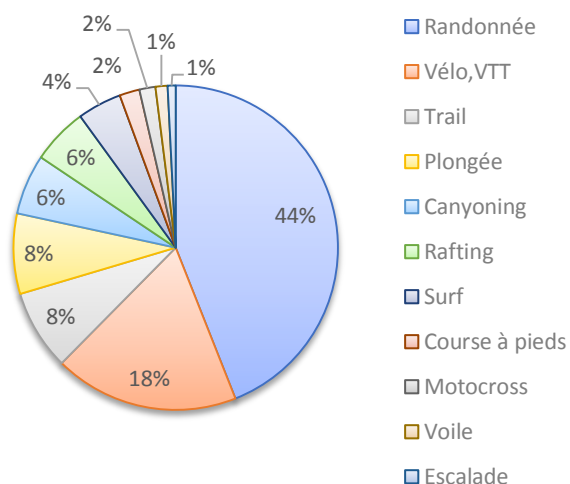
▪ *Activités sportives*

Figure 103 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Ch. 7</i>	<i>Total</i>
Activités Sportives								
<i>Randonnée</i>	110	0	0	0	0	0	0	110
<i>Trail</i>	7	13	0	0	0	0	0	20
<i>Course à pied, Cross</i>	2	0	3	2	0	0	0	7
<i>Vélo, VTT</i>	16	21	9	0	0	0	0	46
<i>Motocross</i>	2	0	2	0	0	0	0	4
<i>Escalade</i>	0	0	2	0	0	0	0	2
<i>Surf</i>	2	2	1	5	1	0	0	11
<i>Voile</i>	0	0	2	1	0	0	0	3
<i>Plongée</i>	1	12	6	2	0	0	0	21
<i>Canyoning</i>	0	4	4	2	4	1	0	15
<i>Rafting</i>	0	3	4	2	1	3	1	14
<i>Sous total</i>	140	55	33	14	6	4	1	253
<i>Sports collectif</i>	23	13	1	0	0	2	0	39
<i>Sports de combat</i>	2	0	1	0	0	0	0	3
<i>Sports de forme</i>	5	5	1	2	1	0	0	14
<i>Total</i>	170	73	36	16	7	6	1	309

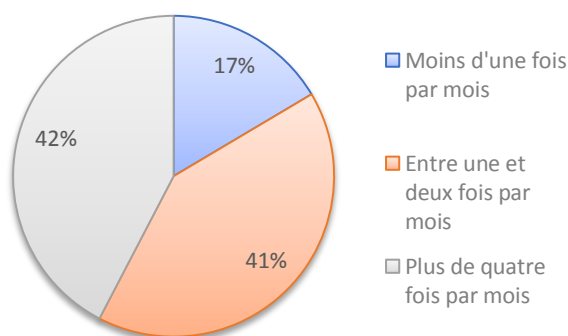
Les jeunes nés à La Réunion pratiquent généralement plusieurs activités sportives. Au regard du tableau précédent, ils sont 43% à pratiquer au moins deux activités, 21% à en faire au moins trois et 9% au minimum quatre. Pour le traitement de ces informations, seules les données concernant des activités touristiques sont prises en compte. Ainsi, sont exclus les sports collectifs, les sports de forme et les sports de combat. La randonnée est l'activité la plus pratiquée par les jeunes nés à La Réunion : 47% d'entre eux déclarent en faire et pour 65% des pratiquants d'activités sportives, il s'agit de la principale d'entre elles.

Figure 104 : Parts des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion



Si l'on s'intéresse uniquement aux activités sportives pouvant être touristiques, la randonnée est pratiquée par 44% de l'échantillon et constitue le choix numéro 1 pour 79% d'entre eux. Le vélo et le VTT sont les sports qui se positionnent juste derrière la randonnée et 18% déclarent s'adonner à l'un ou à l'autre. Ensuite, 8% sont adeptes du trail. Après le vélo et le VTT, c'est l'activité principale qui ressort en choix numéro 2. Enfin, 8% déclarent s'intéresser à la plongée, 6% au canyoning, 6% au rafting et 4% au surf.

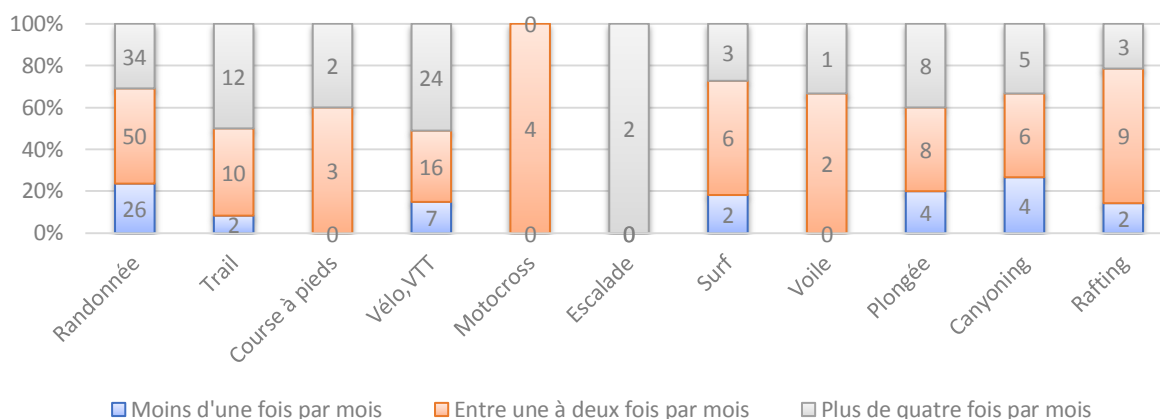
Figure 105 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés à La Réunion



Afin de déterminer si les sports pratiqués sont réalisés régulièrement, excluant ainsi la dimension touristique du loisir, les interlocuteurs doivent préciser leur fréquence de pratique. Ainsi, 58% des jeunes qui optent pour une activité sportive et qui sont nés à La Réunion le font occasionnellement. Aussi, ceux qui s'adonnent à leur passe-temps plus de quatre fois par mois, et qui apparaissent en

vert sur les graphiques ci-contre et ci-dessous, sont exclus de l'analyse sauf s'ils incluent au moins une nuitée pour leur(s) pratique(s). Le graphique ci-dessous permet de comparer les fréquences de pratiques en fonction des sports choisis.

Figure 108 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés à La Réunion



Sur les 255 activités citées, 161 (63%) sont réalisées deux fois par mois maximum alors que 94 (37%) le sont plus de quatre fois. Ainsi, 63% des sports pratiqués par les jeunes nés à La Réunion le sont dans le cadre d'une activité de type excursionniste ou touristique. La randonnée (70%), le motocross (100%), le surf (73%), la voile (67%), la plongée (60%), le canyoning (67%) et le rafting (79%) sont des activités pratiquées majoritairement de façon occasionnelle, alors que l'escalade (100%), le vélo et le VTT (50%) le sont plus régulièrement. Ces données ont pour objectif de déterminer la nature de ces activités, à savoir touristiques ou excursionnistes, mais nécessitent d'être corrélées à la consommation de nuitées pour y parvenir.

Figure 106 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à La Réunion

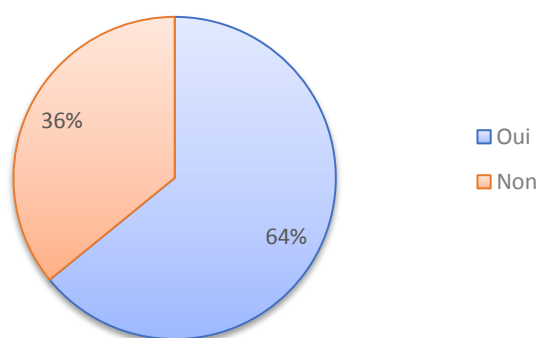
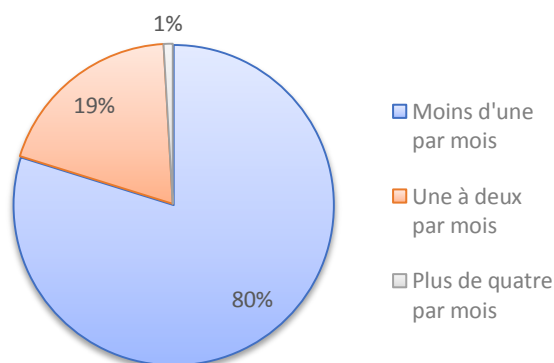


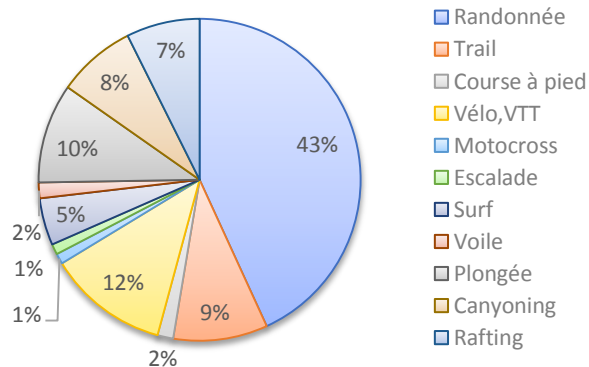
Figure 107 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à La Réunion



109 personnes déclarent passer une nuit par an en dehors de leur environnement habituel pour la pratique de leur(s) activité(s) sportive(s). Elles représentent 64% de l'ensemble des jeunes nés à La Réunion composant l'échantillon. Les durées de séjours sont très courtes : 80% consomment moins d'une nuitée par mois, 19% entre une et deux et seulement 1% plus de

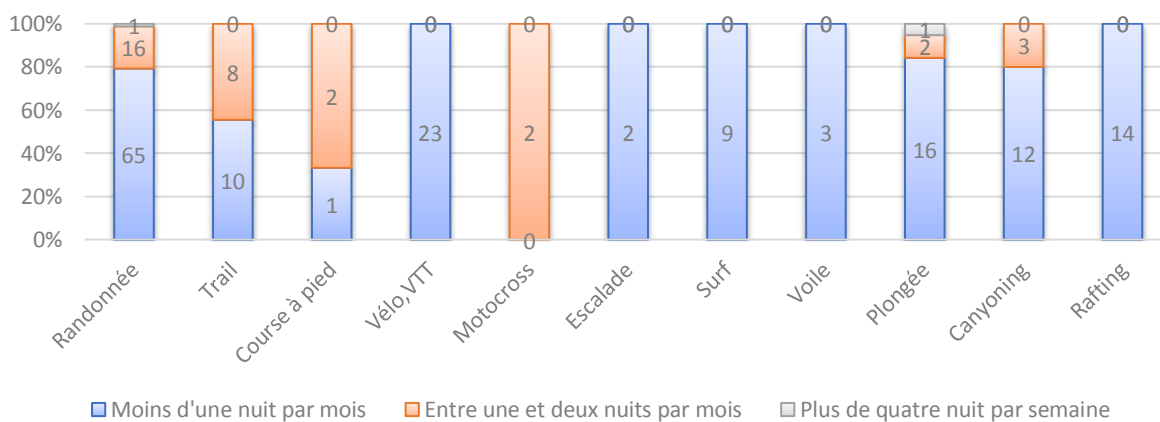
quatre par mois. La majorité de cette catégorie s'accorde donc occasionnellement quelques week-ends dans l'année pour s'adonner à une activité sportive.

Figure 109 : Part des jeunes résidents nés à La Réunion, déclarant consommer une nuitée pour la pratique de chaque sport



La randonnée représente 43% des activités pratiquées avec nuitées. Le vélo / VTT, 12%. Les sports nautiques en constituent respectivement 10% pour la plongée, 8% pour le canyoning et 7% pour le rafting. Ainsi, 84% des sports avec nuitées auxquels s'adonnent les jeunes nés à La Réunion se font sur moins d'un week-end par mois, alors que 15% se réalisent sur une à deux nuitées par mois et 1% sur plus de 4 nuitées par mois.

Figure 110 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés à La Réunion



Le vélo et le VTT, le surf, l'escalade, la voile et le rafting se pratiquent exclusivement sur des week-ends alors que la motocross (100%), la course à pied (67%), le trail (44%), la randonnée (20%), le canyoning (20%) et la plongée (11%) incluent une à deux nuitées par mois.

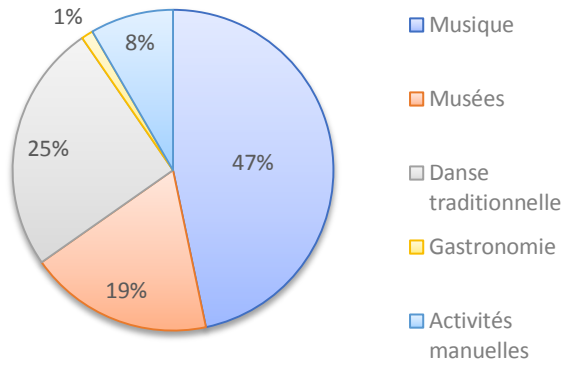
- *Activités culturelles*

Figure 111 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Total</i>
Activités Culturelles							
<i>Musique (festivals, concerts)</i>	78	0	0	0	0	0	78
<i>Musées</i>	11	7	13	0	0	0	31
<i>Danse traditionnelle (ex : Maloya, Moringue)</i>	9	30	2	0	1	0	42
<i>Gastronomie</i>	1	0	0	0	0	1	2
<i>Activités manuelles (ex : tissage vacoa)</i>	4	3	3	4	0	0	14
<i>Sous total</i>	103	40	18	4	1	1	167
<i>Théâtre</i>	0	0	1	2	0	0	3
<i>Lecture</i>	0	3	0	0	0	0	3
<i>Cinéma</i>	4	3	0	0	0	0	7
<i>Total</i>	107	46	19	6	1	1	180

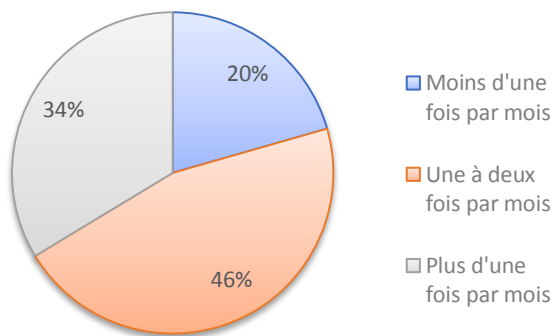
Le nombre de pratiquants d'activités culturelles est moins important que celui des activités sportives. Néanmoins, 45% de ces jeunes en choisissent au moins deux et ils sont 19% à en citer au moins trois. Dans l'analyse des données et au même titre que pour les activités sportives, seules les informations des activités culturelles pouvant être touristiques sont traitées et à ce titre, sont exclus la lecture et le cinéma.

Figure 112 : Parts des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion



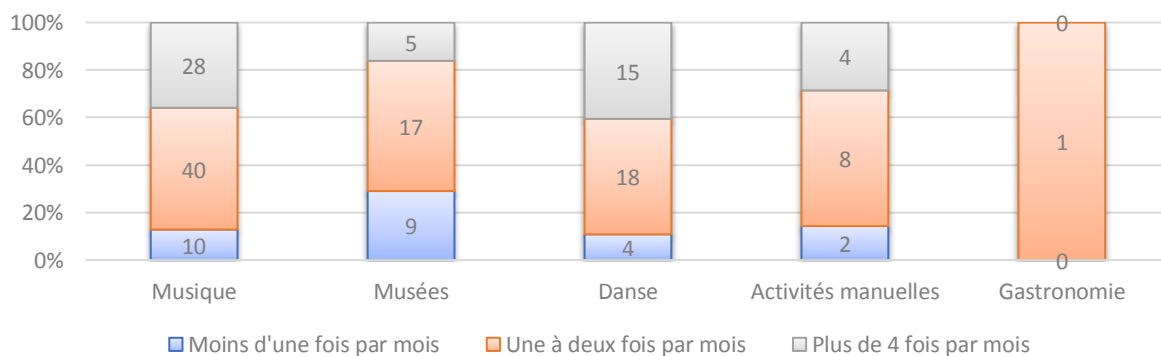
47% des jeunes de cette catégorie participant à des activités culturelles, se rendent à des concerts ou des festivals de musique et 73% en font leur premier choix. Ils représentent 34% de l'ensemble des jeunes nés à La Réunion. La réalisation de danses traditionnelles est la deuxième activité culturelle la plus citée (25%). Elle est suivie de la visite des musées (19%) puis des activités manuelles (8%) et de la gastronomie (1%).

Figure 113 : Fréquence de pratique par loisirs culturels pouvant être touristiques des jeunes résidents nés à La Réunion



66% des jeunes nés à La Réunion pratiquent des activités culturelles de façon occasionnelle. En revanche, ils sont 34% à en faire au moins une fois par semaine. Pour les mêmes raisons que celles évoquées pour les activités sportives, les pratiques régulières sont exclues sauf si elles incluent une nuitée. La plupart des activités culturelles se pratiquent généralement de façon ponctuelle.

Figure 114 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion



Seuls 28% de ceux qui participent à des festivals ou des concerts de musique le font fréquemment. De même, pour 15% de ceux qui s'adonnent aux danses traditionnelles, pour 5% de ceux qui se rendent au musée et enfin pour 4% de ceux qui pratiquent des activités manuelles.

Figure 116 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à La Réunion

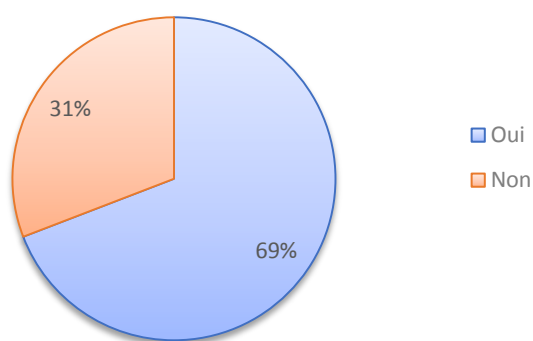
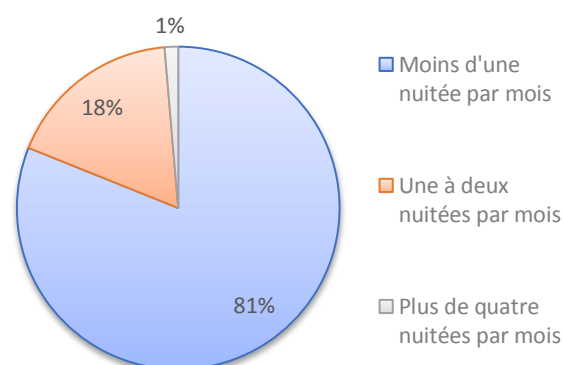
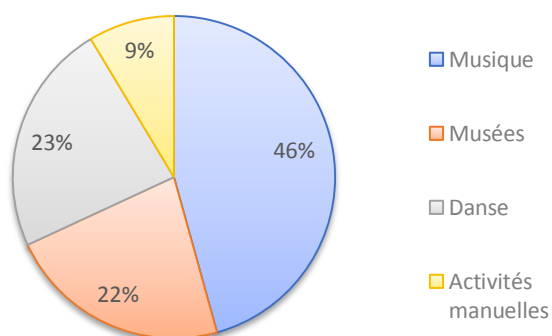


Figure 115 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à La Réunion



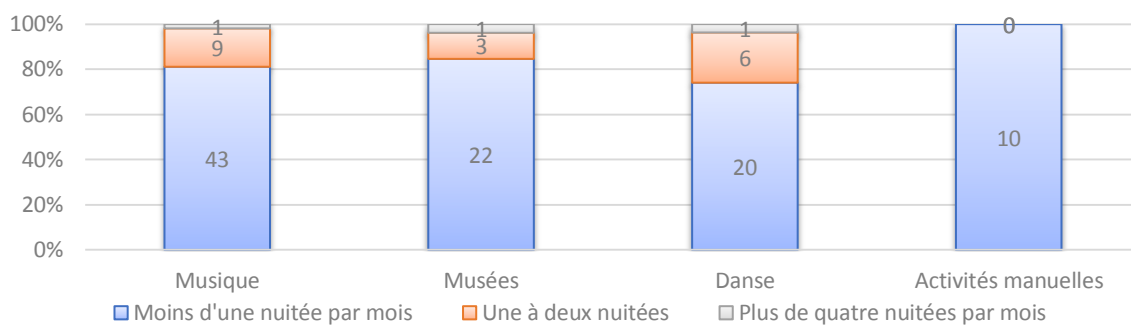
69% de ceux qui participent à des activités culturelles consomment des nuitées. Comme pour les activités sportives, les séjours liés à la culture sont courts : 81% y consacrent moins d'un week-end par mois et 18% entre une à deux nuitées par mois.

Figure 117 : Répartition des nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion



La participation à des concerts ou à des festivals musicaux inclut 46% des nuitées consommées pour la pratique d'activités culturelles. La danse traditionnelle et la visite de musées comportent respectivement 23% et 22% des nuitées. Les activités manuelles 9%. La gastronomie n'apparaît pas ici car aucune nuitée n'est consommée pour elle.

Figure 118 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion

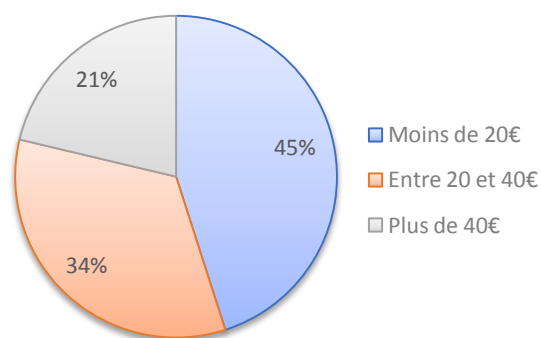


Les activités qui incluent la consommation de plus de nuitées sont la danse (26%), la musique (19%) et la visite de musées (15%). Cependant, la tendance observée voudrait que les jeunes ne passent pas plus d'une nuitée par mois en dehors de leur environnement habituel pour participer à des activités culturelles. Ces dernières restent donc très occasionnellement touristiques.

✚ Dépenses

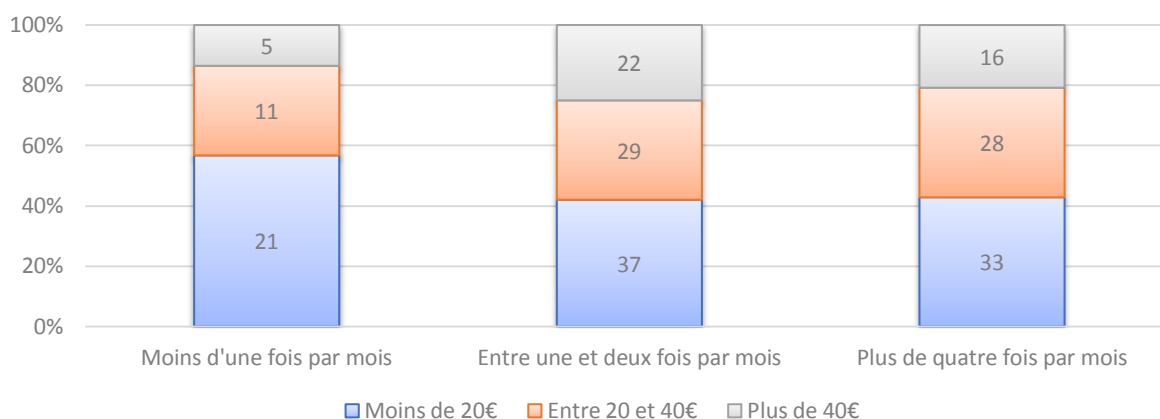
▪ Activités

Figure 119 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés à La Réunion



Presque la moitié (45%) des jeunes nés à La Réunion accordent moins de 20€ à leurs loisirs, 34% entre 20 et 40€ et 21% plus de 40€.

Figure 120 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés à La Réunion en fonction de la fréquence de pratique



Concernant les activités occasionnelles, c'est-à-dire moins d'une fois par semaine, ils sont 57% à dépenser moins de 20€ pour une pratique très occasionnelle (moins d'une fois par mois) et 42% pour une pratique occasionnelle (au moins un week-end par mois). Par conséquent, plus de la moitié de ceux qui s'adonnent occasionnellement à une activité dépensent 20€ et plus pour leurs loisirs : 33% entre 20€ et 40€, 25% plus de 40€.

- *Moyens de transport*

Connaître les moyens de déplacement des jeunes, leur niveau de satisfaction et les budgets accordés est intéressant car les transports constituent une prestation clé du tourisme. Ainsi, leur analyse aide les prestataires à s'adapter aux demandes afin d'y répondre du mieux possible.

Figure 121 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes résidents nés à La Réunion

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Totaux</i>
<i>Véhicule personnel</i>	84	47	0	131
<i>Transports en commun</i>	139	0	0	139
<i>Parents</i>	2	5	2	9
<i>Covoiturage</i>	5	18	11	34
<i>Piétons</i>	2	0	0	2
<i>Totaux</i>	232	70	13	315

Légèrement moins d'un tiers, soit 30% des jeunes nés à la Réunion, utilise au moins deux moyens de transport pour se déplacer.

Figure 123 : Part des moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés à La Réunion

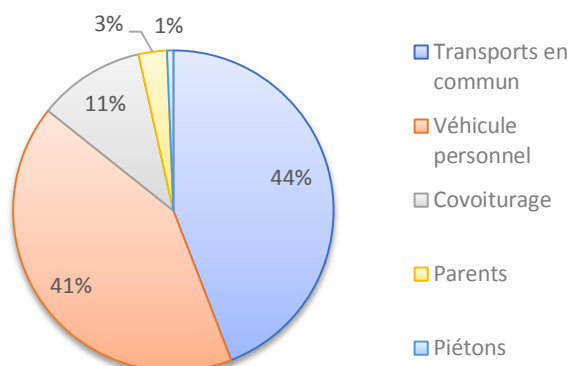
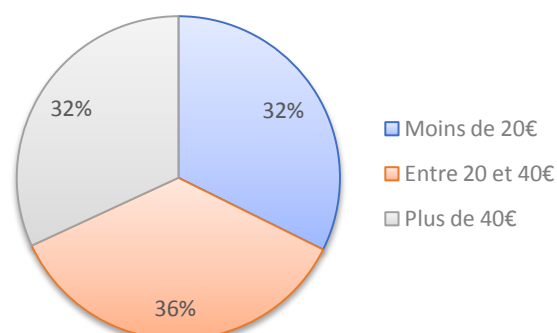


Figure 122 : Budgets mensuels accordés aux transports des jeunes résidents nés à La Réunion



Les moyens de déplacement principaux sont les transports en commun : 60% les choisissent comme première option et ils représentent 44% de l'ensemble des citations. Les véhicules personnels arrivent en deuxième position avec 67% des deuxièmes choix et 56% de l'ensemble. Les dépenses liées aux transports sont relativement équilibrées au niveau des tranches définies, 36% dépensent entre 20€ et 40€ par mois, 32% moins de 20€ et la même proportion plus de 40€.

c) *Les Métropolitains ou « Zoreils »*

Figure 124 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés en France métropolitaine

	15 – 18	19 – 25	26 – 30	Total
<i>Femmes</i>	8	43	56	107
<i>Hommes</i>	4	14	39	57
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	0	16	16
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	0	1	1
<i>En couple sans enfant</i>	1	28	47	76
<i>Célibataire sans enfant</i>	11	29	31	71

<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	5	43	75	123
<i>Colocation</i>	0	1	3	4
<i>Propriété</i>	0	1	14	15
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	7	12	2	21
<i>Autre</i>	0	0	1	1
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Étudiant</i>	6	11	12	29
<i>En emploi</i>	2	32	75	109
<i>Demandeur d'emploi</i>	4	13	8	25
<i>Autre</i>	0	1	0	1
<i>Totaux</i>	12	57	95	164

65% des jeunes nés en France métropolitaine qui composent l'échantillon sont des femmes et 93% d'entre elles ont entre 19 et 30 ans. Le même pourcentage dans cette tranche d'âge se retrouve pour les hommes.

Figure 126 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés en France métropolitaine

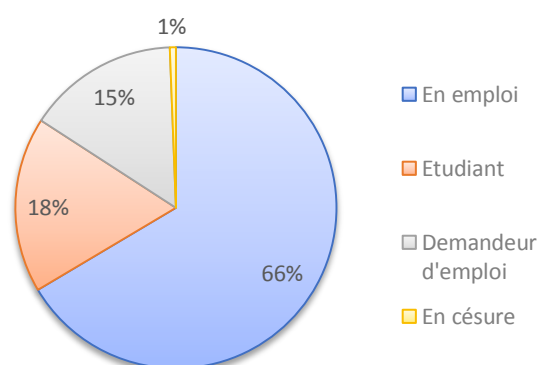
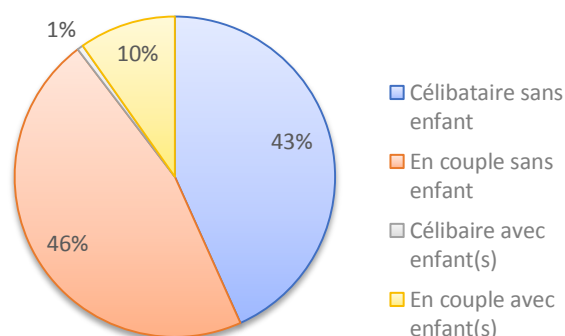


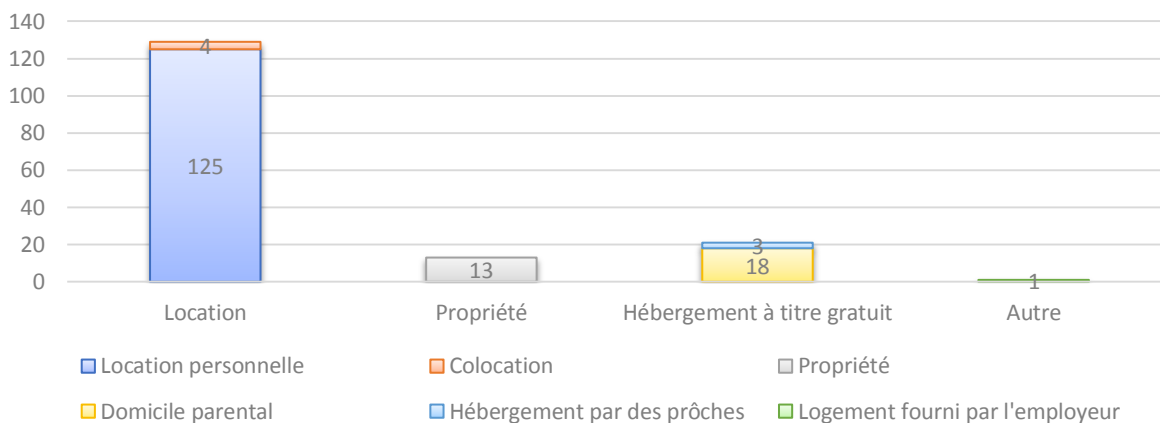
Figure 125 : Situation familiale des jeunes résidents nés en France métropolitaine



Plus de la moitié des jeunes travaillent (66%) et presque un cinquième étudiant. 15% sont au chômage et 1% est en année de césure. Il s'agit de la catégorie qui possède le plus grand nombre de jeunes travailleurs de l'échantillon. Ceci entre en corrélation avec le fait que ce dernier est

majoritairement composé de jeunes en âge de travailler. 93% a entre 19 et 30 ans, avec 58% de personnes âgées entre 26 et 30 ans et 35% ayant entre 19 et 25 ans. 50% des 15-18 ans sont étudiants. 33% demandeurs d'emploi et 17% travaillent. En ce qui concerne la situation familiale, 89% des jeunes nés en France métropolitaine n'ont pas d'enfant. 10% des parents sont en couple (8 femmes et 9 hommes) et 1% est célibataire (une femme). L'ensemble est en autonomie résidentielle, la plupart travaillent. Deux mères âgées entre 26 et 30 ans étudient. L'une est célibataire, l'autre est en couple.

Figure 127 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés en France métropolitaine



Ce sont des jeunes qui sont, pour la plupart, en autonomie résidentielle : 87% d'entre eux louent leur propre logement (76% location personnelle et 2% en colocation), en sont propriétaires (8%) ou sont logés en contrepartie de leur travail (1%). Le reste vit au domicile parental (11%) ou chez des proches (2%).

🚩 Dynamisme

Figure 129 : Pratique d'activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine

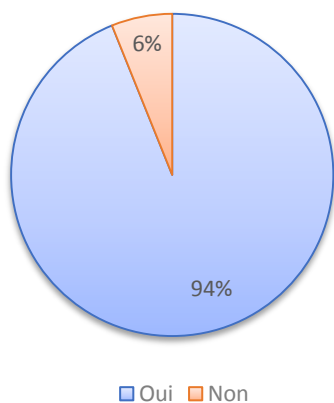
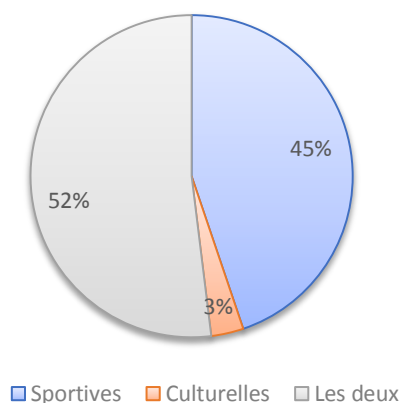


Figure 128 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



Seulement 6% des jeunes nés en France métropolitaine ne pratiquent aucune activité de loisirs. 45% se consacrent exclusivement à des activités sportives et seulement 3% à des activités purement culturelles. 52% s'adonnent aux deux types d'activité.

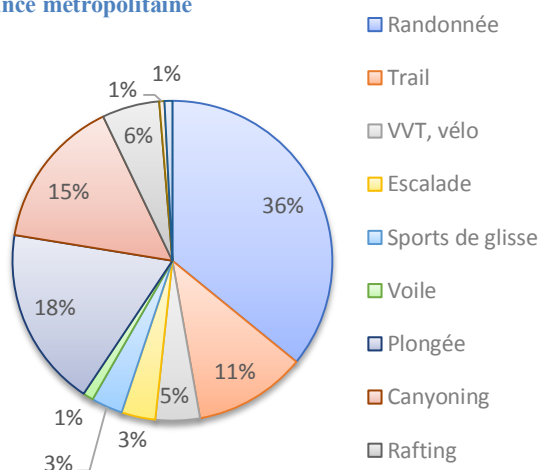
- *Activités sportives*

Figure 130 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à en France métropolitaine

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Ch. 7</i>	<i>Total</i>
Activités Sportives								
Randonnée	136	0	0	0	0	0	0	136
Trail	1	42	0	0	0	0	0	43
Vélo, VTT	5	3	9	0	0	0	0	17
Escalade	0	2	5	3	0	3	0	13
Sports de glisse	2	2	4	3	0	1	0	12
Voile	0	0	0	2	2	0	0	4
Plongée	1	42	23	3	0	0	0	69
Canyoning	0	17	18	20	2	1	0	58
Rafting	0	4	9	1	7	0	1	22
Sports de plage	0	1	1	0	0	0	0	2
Parapente, parachute	0	0	1	1	1	0	0	3
<i>Sous total</i>	145	113	70	33	12	5	1	379
<i>Sports collectifs</i>	2	0	1	1	0	1	0	5
<i>Sports de forme</i>	2	1	2	0	1	0	0	6
<i>Total</i>	149	114	73	34	13	6	1	390

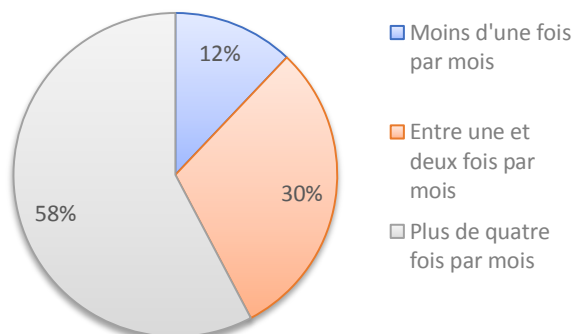
Comme les jeunes nés à La Réunion, ceux qui sont nés en France métropolitaine s'adonnent à plusieurs activités sportives. 77% déclarent pratiquer au moins deux sports, 49% en font au moins trois et 23% au moins quatre.

Figure 131 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



La randonnée est l'activité citée le plus grand nombre de fois et se retrouve citée à 88% par ceux qui pratiquent une activité, qu'elle soit culturelle ou sportive. L'observation de la part de l'activité randonnée dans l'ensemble des activités sportives pouvant être touristique montre qu'un peu plus du tiers ont déclaré la pratiquer (36%). À 18%, la plongée sous-marine est mentionnée et se retrouve deuxième sport favori de cette catégorie. Elle est suivie de très près par le canyoning avec 15%, le trail et ses 11%, puis vient le rafting avec 6%, le vélo et/ou le VTT avec 5% et l'escalade avec 3%. Les sports de glisse intéressent 3% de jeunes nés en France métropolitaine et comprennent les activités se réalisant sur l'eau telles que le surf, le kitesurf et le wakeboard. Les sports de plage concernent quant à eux le Beach tennis et le Beach volley.

Figure 132 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés en France métropolitaine

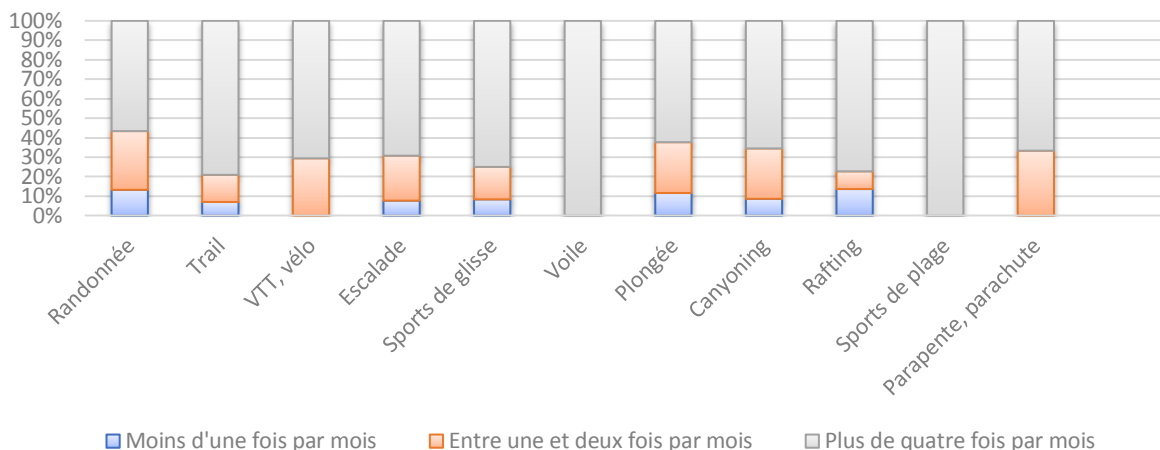


Les jeunes nés en France métropolitaine ont une pratique sportive plus régulière que ceux nés à La Réunion. Plus de la moitié d'entre eux (58%) pratique au moins une activité sportive par semaine. 30% le font occasionnellement, lors d'un week-end par mois, par exemple, et 12% très occasionnellement. Ainsi, 42% d'entre eux peuvent être considérés comme touristes ou excursionnistes dans le cadre de leur pratique sportive. Les 58% restants sont exclus, à l'exception d'une pratique nécessitant ou incluant une nuitée à l'extérieur.

La randonnée est l'activité citée le plus grand nombre de fois et se retrouve citée à 88% par ceux qui pratiquent une activité, qu'elle soit culturelle ou sportive. L'observation de la part de l'activité randonnée dans l'ensemble des activités sportives pouvant être touristique montre qu'un peu plus du tiers ont déclaré la pratiquer (36%). À 18%, la plongée sous-marine est mentionnée et se retrouve deuxième sport favori de cette catégorie. Elle est suivie de très près par le canyoning avec 15%, le trail et ses 11%, puis vient le rafting avec 6%, le vélo et/ou le VTT avec 5% et l'escalade avec 3%. Les sports de glisse intéressent 3% de jeunes nés en France métropolitaine et comprennent les activités se réalisant sur l'eau telles que le surf, le kitesurf et le wakeboard. Les sports de plage concernent quant à eux le Beach tennis et le Beach volley.

Les jeunes nés en France métropolitaine ont une pratique sportive plus régulière que ceux nés à La Réunion. Plus de la moitié d'entre eux (58%) pratique au moins une activité sportive par semaine. 30% le font occasionnellement, lors d'un week-end par mois, par exemple, et 12% très occasionnellement. Ainsi, 42% d'entre eux peuvent être considérés comme touristes ou excursionnistes dans le cadre de leur pratique sportive. Les 58% restants sont exclus, à l'exception d'une pratique nécessitant ou incluant une nuitée à l'extérieur.

Figure 135 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés en France métropolitaine



La randonnée (43%), la plongée sous-marine (38%), le canyoning (34), et le parapente (33%) sont les activités réalisées de façon plus occasionnelle que les autres. Néanmoins, nous observons que la tendance générale pour chacun des sports reste la pratique régulière.

Figure 133 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés en France métropolitaine

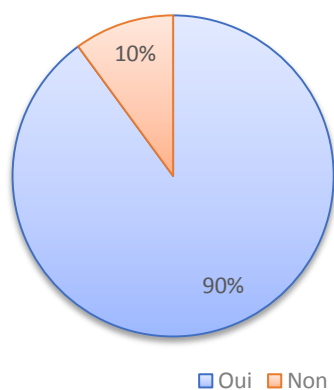
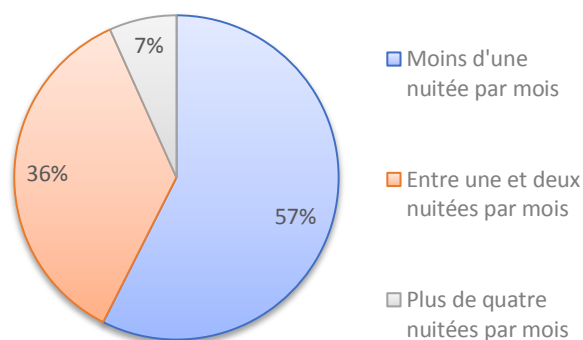
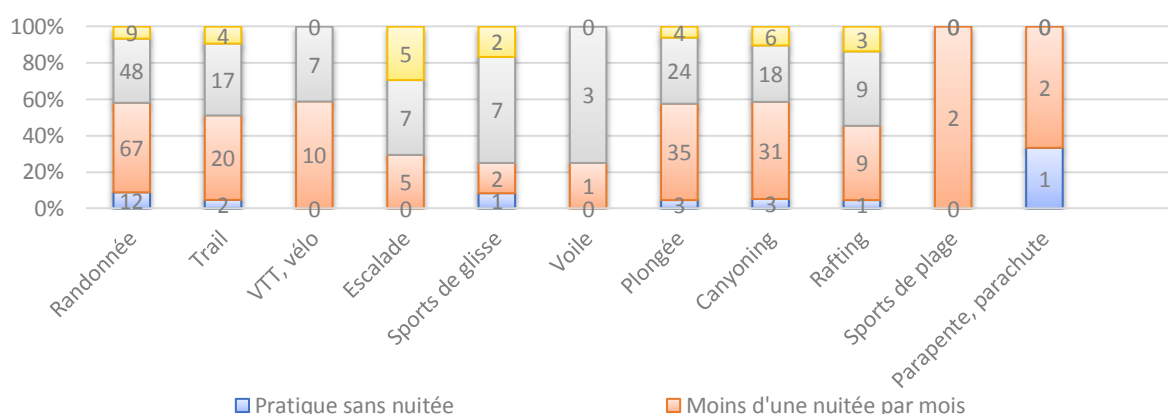


Figure 134 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés en France métropolitaine



Pas moins de 90% des jeunes sportifs nés en France métropolitaine dorment au moins une fois par an en dehors de chez eux pour leur loisir. La majorité d'entre eux le font occasionnellement puisqu'ils ne consomment pas plus d'une nuitée par mois. Les autres s'octroient au moins un week-end (36%) ou plus (7%) par mois dans le cadre de leur pratique. En comparant ces données avec celles des fréquences de pratique, l'on observe que sur les 15 sportifs qui ne consomment pas de nuitée, 10 s'adonnent à leurs activités régulièrement. Cela signifie que sur les 86 sportifs réguliers (représentant 58% des pratiquants), 76 (88%) consomment au moins une nuitée pour la réalisation de leur loisir. Ils sont à ce moment-là considérés comme des touristes internes.

Figure 136 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



Chez les randonneurs, 91% consomment au moins une nuitée par mois dans le cadre de leur pratique et 49% le font de façon très occasionnelle en ne dormant qu'une seule fois par mois hors de chez eux. Ils sont 35% à le faire au moins une fois par mois et 6% plus fréquemment ou plus longtemps. Les mêmes tendances s'observent pour le trail, les sports de glisse, la plongée sous-marine, le canyoning et le rafting. Ceux qui déclarent faire du VTT ou du vélo, de l'escalade, de la voile ou des sports de plage consomment au moins une nuitée dans l'année.

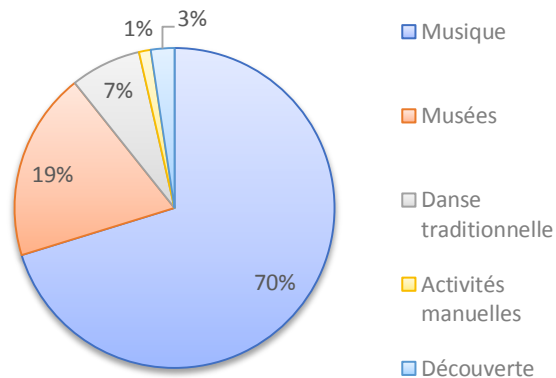
- *Activités culturelles*

Figure 137 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Total
Activités Culturelles					
<i>Musique (festivals, concerts)</i>	59	1	0	0	60
<i>Musées</i>	16	24	12	0	52
<i>Danse traditionnelle (ex : Maloya, Moringue)</i>	6	18	0	0	24
<i>Découverte</i>	2	0	0	0	2
<i>Activités manuelles (ex : tissage vacoa)</i>	1	8	4	4	17
<i>Sous total</i>	84	51	16	4	155
<i>Théâtre, Spectacles</i>	1	3	1	2	7
<i>Cinéma</i>	0	0	1	0	1
<i>Total</i>	85	54	18	6	63

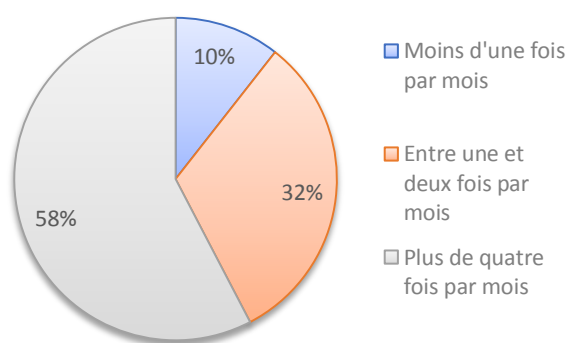
La part des pratiquants d'activités culturelles est moins importante que celle des sportifs puisqu'elle représente 55%, contre 96 %. Néanmoins, les jeunes nés en France métropolitaine s'initient également à plusieurs activités culturelles à la fois. Ils sont 64% à s'adonner à au moins deux activités et 21% à un minimum de trois activités.

Figure 139 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



La participation à des festivals de musique ou des concerts concerne 70% de ceux qui s'intéressent aux loisirs culturels et représente, comme pour les jeunes nés à La Réunion, la part la plus importante. 19% visitent des musées et 7% s'adonnent à des danses traditionnelles. 3% consacrent leur temps libre à la découverte des sites d'intérêts culturels de l'île et 1% à des activités manuelles du type tissage de vacoa.

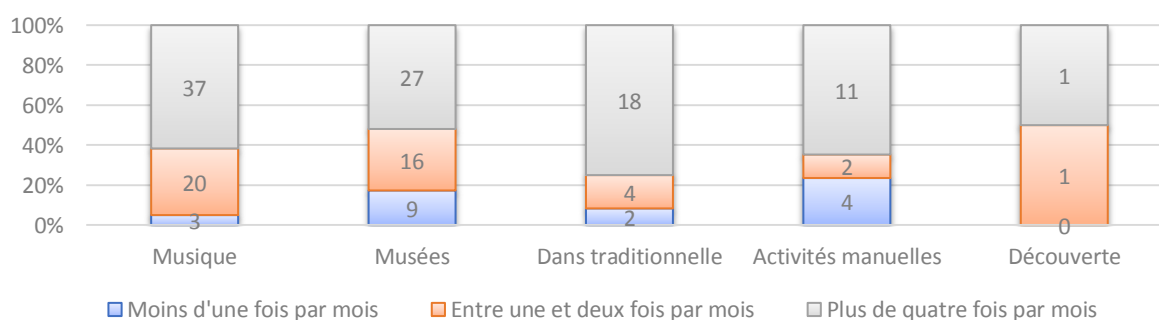
Figure 138 : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés en France métropolitaine



S'observent ici les mêmes tendances constatées au niveau des fréquences de pratique des sports. En effet, 58% s'adonnent régulièrement à des activités culturelles, 32% le font occasionnellement au cours d'un week-end par mois, par exemple, et 10% moins d'une fois par mois. Ainsi, plus de la moitié des activités culturelles sont pratiquées dans un cadre qui n'est ni touristique, ni de type excursionniste, à l'exception de celles

qui incluent la consommation d'une nuitée minimum.

Figure 140 : Répartitions des fréquences de pratiques en fonction des activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



La visite de musées (48%) et la découverte de sites (50%) sont celles qui sont les plus occasionnelles. Au même titre que pour les activités sportives, les jeunes nés en France métropolitaine ont des pratiques culturelles régulières.

Figure 143 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés en France métropolitaine

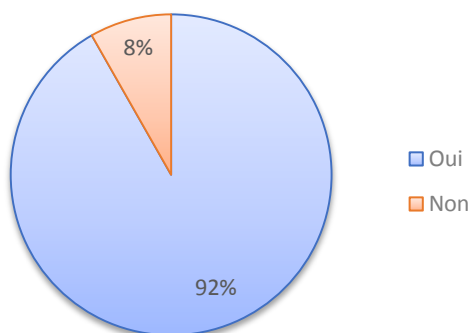
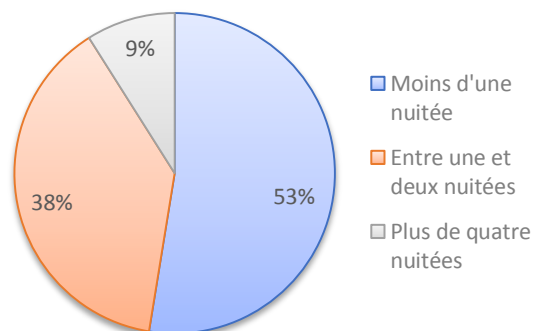
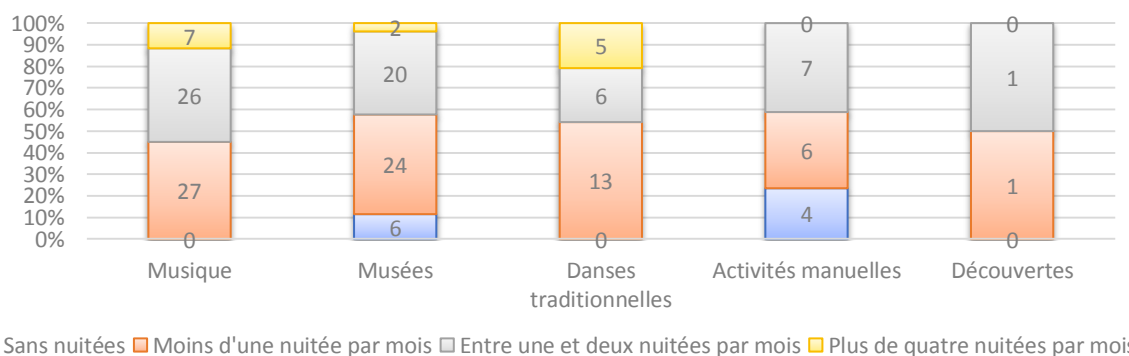


Figure 141 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés en France métropolitaine



Les 92% des jeunes nés en France métropolitaine qui s'intéressent aux activités culturelles de l'île consomment au moins une nuitée par an dans le cadre de leur pratique. Ceux qui ne consomment pas de nuitées sont au nombre de 7 : trois jeunes pratiquent régulièrement leur loisir culturel, un s'y adonne occasionnellement et trois très occasionnellement. Aussi, nous pouvons en déduire que parmi les 49 jeunes qui pratiquent régulièrement leur activité culturelle, sept n'entrent jamais dans le cadre touristique (14%). Une grande majorité consomme pour sa part un maximum de deux nuitées par mois (91%), montrant ainsi que les séjours réalisés pour les activités culturelles sont courts et occasionnels, voire très occasionnels.

Figure 142 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



La visite de musées et les activités manuelles sont les seules qui n'impliquent aucune nuitée dans l'année. Pour les autres, les jeunes dorment au moins une nuit par an en dehors de chez

eux et de même que pour les activités sportives, les pratiquants réguliers sont assimilés dans ces conditions précises aux touristes.

✚ Dépenses

▪ Activités

Figure 144 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine

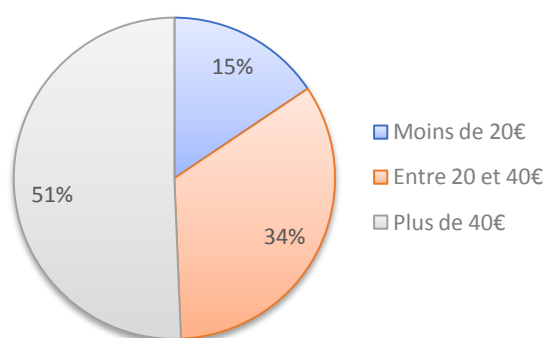
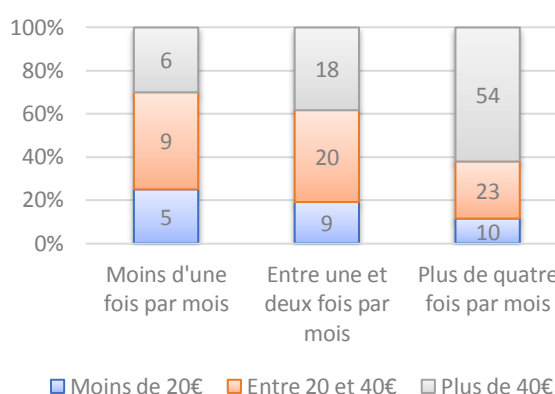


Figure 145 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine en fonction de la fréquence de pratique



Plus de la moitié (51%) des jeunes nés en France métropolitaine ont un budget supérieur à 20€. 34% y accordent entre 20 et 40€ et 15% moins de 20€. En corrélant les budgets aux fréquences de réalisation des activités, il ressort logiquement une croissance des dépenses en fonction de l'augmentation des pratiques. Néanmoins, 39% des pratiquants occasionnels dépensent entre 20€ et 40€ par mois pour leurs loisirs et 35% plus de 40€.

▪ Moyens de transport

Figure 146 : Moyens de déplacements choisis par les jeunes résidents nés en France métropolitaine

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Totaux
Véhicule personnel	112	22	0	134
Transports en commun	47	0	0	47
Location d'un véhicule chez un professionnel	3	0	0	3
Covoiturage	1	28	5	34
Prêt d'un véhicule	1	0	0	1
Parents	0	1	0	1

<i>Vélo</i>	0	1	0	1
<i>Piétons, auto-stop</i>	0	1	4	5
<i>Totaux</i>	164	53	9	226

Presque un tiers, soit 32% des jeunes nés en France métropolitaine, utilisent principalement deux moyens de locomotion distincts. Leur préférence va aux véhicules personnels et représente 68% des premiers choix. Les transports en commun arrivent en deuxième position avec 28% des premiers choix. Avec 53% des deuxièmes choix, le covoiturage est également l'un des transports les plus utilisés.

Figure 148 : Moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés en France métropolitaine

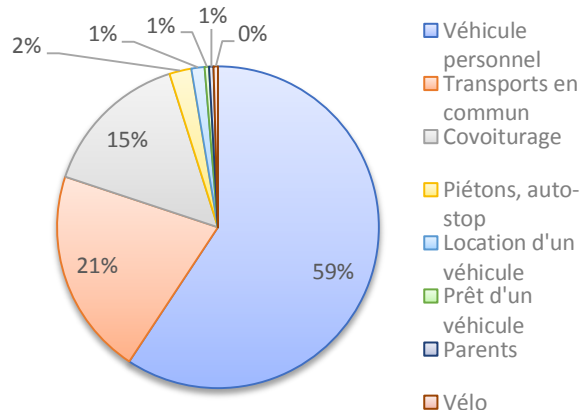
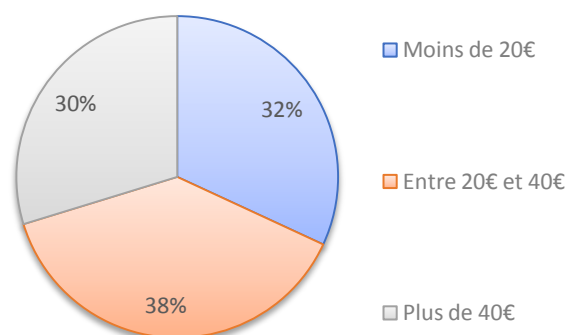


Figure 147 : Budget accordé aux transports par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



Finalement, plus de la moitié des jeunes nés en France métropolitaine se déplacent grâce à leur propre véhicule, 21% se déplacent en transports en commun et 15% ont recours au covoiturage. En outre, très peu font appel à leurs parents. Les budgets dédiés aux moyens de transport dépendent directement du moyen utilisé et voient une répartition équivalente entre les trois tranches définies, soit à peu près 1/3 pour chacune.

d) Les natifs de l'océan Indien (hors Réunion)

Figure 149 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés dans une île de la zone océan Indien (hors Réunion)

	<i>15 - 18</i>	<i>19 - 25</i>	<i>Totaux</i>
<i>Femmes</i>	2	2	4

<i>Hommes</i>	4	16	20
<i>Situation familiale</i>			
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	1	2	3
<i>En couple sans enfant</i>	3	0	3
<i>Célibataire sans enfant</i>	2	16	18
<i>Lieu d'habitation</i>			
<i>Location personnelle</i>	4	1	5
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	2	17	19
<i>Situation professionnelle</i>			
<i>Etudiant</i>	2	1	3
<i>En emploi</i>	4	1	5
<i>Demandeur d'emploi</i>	0	16	16
<i>Île de naissance</i>			
<i>Mayotte</i>	4	15	19
<i>Madagascar</i>	2	1	3
<i>Comores</i>	0	2	2
<i>Totaux</i>	6	18	24

Contrairement aux jeunes nés en France métropolitaine, l'échantillon de ceux qui sont nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) est majoritairement composé d'hommes (83%) et aucun n'est âgé de plus de 26 ans.

Figure 151 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

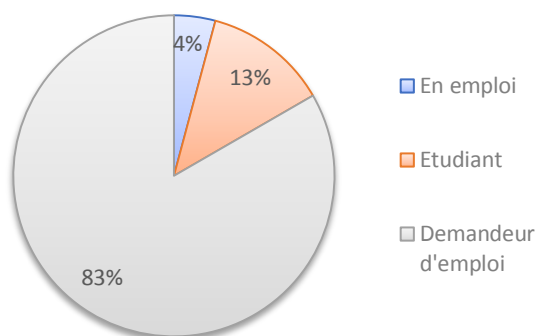
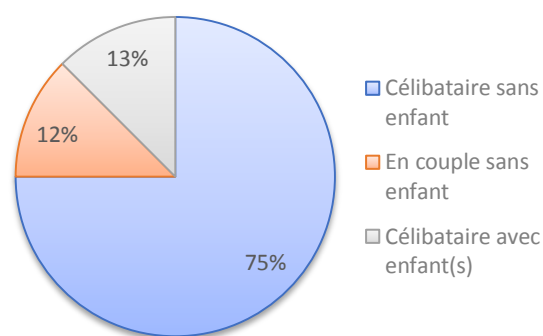


Figure 152 : Situation familiale des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



Sur les 24 jeunes originaires de la zone océan Indien (hors Réunion), 20 sont demandeurs d'emploi, 3 sont étudiants et 1 travaille. Les jeunes âgés entre 15 et 18 ans sont soit étudiants (33%), soit actifs (67%). L'ensemble des demandeurs d'emploi a entre 19 et 25 ans. 87% des jeunes nés dans la zone océan Indien n'ont pas d'enfant et 88% sont célibataires. Parmi eux, 13% ont des enfants : trois hommes en recherche d'emploi âgés entre 18 et 25 ans. L'un est originaire de Madagascar et vit en location, les deux autres sont Comoriens et hébergés à titre gratuit.

Figure 150 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



La majorité des jeunes nés dans un pays de la zone océan Indien (hors Réunion) vit au domicile parental (58%) et 21% sont hébergés à titre gratuit par des proches autres que les parents. Au total, 79% d'entre eux sont donc hébergés à titre gratuit. Le reste (21%) est en autonomie résidentielle.

Figure 154 : Pratique d'activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

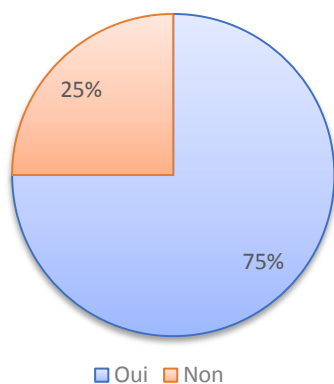
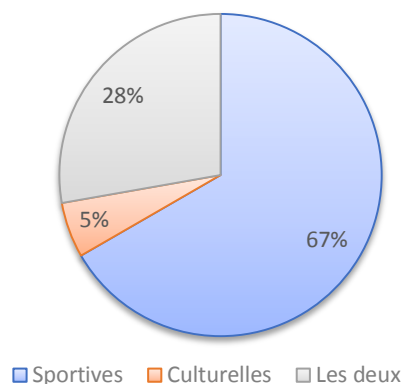


Figure 153 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



Les trois quarts des jeunes nés dans les pays de la zone océan Indien pratiquent des activités de loisirs. Ici aussi se dégage une majorité de sportifs : 67% s'adonnent exclusivement à ce type de loisirs, contre 5% qui se consacrent uniquement aux activités culturelles.

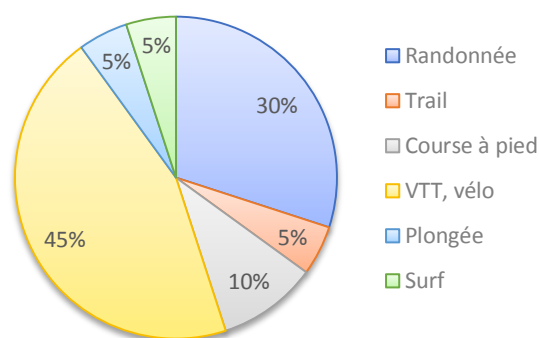
- *Activités sportives*

Figure 155 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Total
Activités Sportives						
<i>Randonnée</i>	6	0	0	0	0	6
<i>Trail</i>	0	1	0	0	0	1
<i>Course à pied</i>	2	0	0	0	0	2
<i>Vélo, VTT</i>	4	4	1	0	0	9
<i>Surf</i>	0	0	0	0	1	1
<i>Plongée</i>	0	0	0	1	0	1
<i>Sous total</i>	12	5	1	1	1	20
<i>Sports collectifs</i>	5	0	2	0	0	7
<i>Sports de forme</i>	0	2	0	0	0	2
<i>Total</i>	17	7	3	1	1	29

Cette catégorie de jeunes pratique, elle aussi, plusieurs sports en même temps : 41% en choisissent deux et 41% trois. Néanmoins, le panel d'activités est beaucoup moins conséquent que celui des deux catégories précédentes.

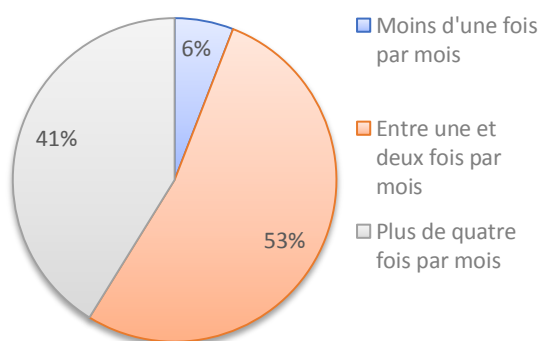
Figure 156 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



Nous remarquons que les jeunes nés dans la zone océan Indien sont aussi beaucoup moins nombreux. La randonnée représente 50% des sports cités en premier choix, le vélo et/ou le VTT constituent 57% de ceux cités en deuxième. Pour la première fois depuis le début de l'analyse, la randonnée n'est pas le sport le plus mentionné. En effet, il s'agit du vélo et/ou du VTT (45%). La randonnée est le deuxième loisir sportif mentionné (30%).

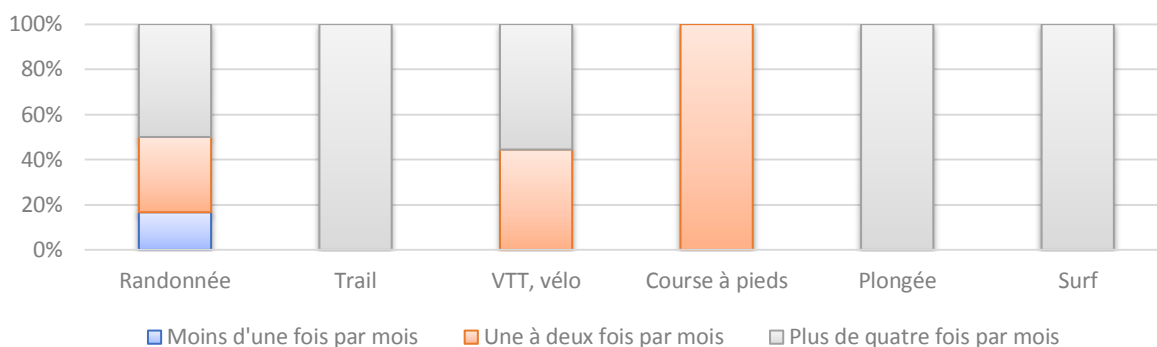
La course à pied est le troisième (10%) et à parts égales apparaissent ensuite la plongée sous-marine, le surf et le trail.

Figure 157 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



La majorité (59%) des jeunes nés dans l'un des pays de la zone océan Indien (hors Réunion) a une pratique sportive occasionnelle (53%) ou très occasionnelle (6%). Ils sont 41% à en avoir une régulière. Nous observerons par la suite si ces derniers sont occasionnellement considérés comme des touristes en consommant des nuitées dans le cadre de leurs pratiques ou non.

Figure 160 : Fréquence de pratique en fonction des activités sportives pour les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



Le trail, la plongée et le surf sont des activités qui sont pratiquées de façon régulière alors que le vélo et/ou le VTT, la randonnée et la course à pied le sont de façon occasionnelle, voire très

Figure 159 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

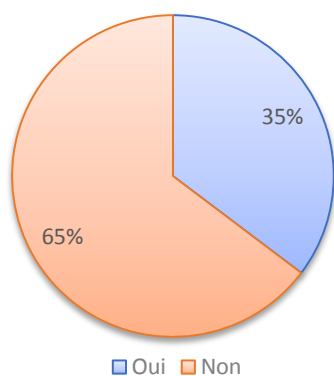
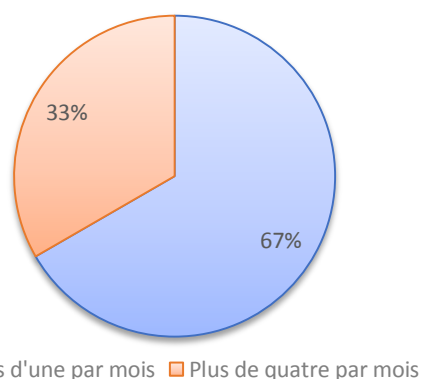


Figure 158 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



occasionnelle.

Une minorité (35%) dort en dehors de chez soi pour les activités sportives. Sur les 6 qui consomment des nuitées, 3 ont une pratique régulière. Cela signifie que sur les 7 jeunes (41%) qui accordent un temps régulier au sport, la moitié sont touristes au moins une fois par an.

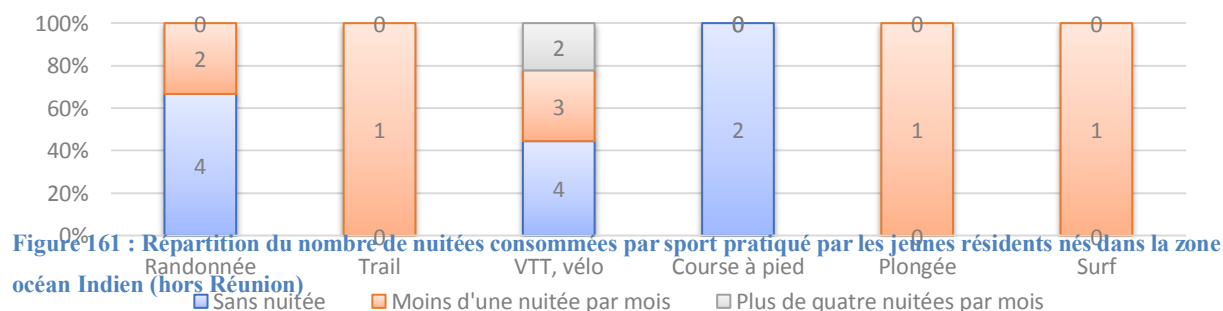


Figure 161 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

Les jeunes coureurs ne consomment aucune nuitée pour la pratique de leur loisir. Aussi, ils sont exclus du cadre d'analyse. En revanche, ceux qui s'exercent au trail, à la plongée et au surf consomment au moins une nuitée par an. Le vélo (44%) et la randonnée (66%) sont, quant à eux, majoritairement réalisés sans nuitées. Toutefois, un quart des cyclistes ou vététistes dorment fréquemment en dehors de chez eux pour leur loisir.

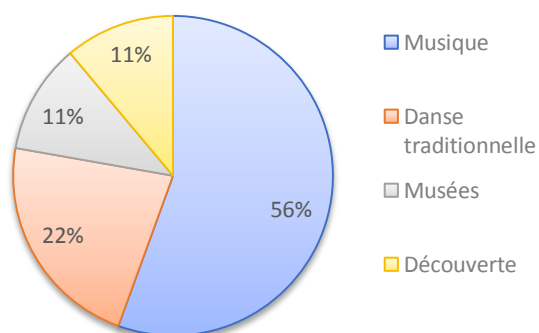
▪ *Activités culturelles*

Figure 162 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Total
Activités Culturelles					
<i>Musique (festivals, concerts)</i>	5	0	0	0	5
<i>Danse traditionnelle (ex : Maloya, Moringue)</i>	1	1	0	0	2
<i>Musées</i>	0	0	1	0	1
<i>Découverte</i>	0	0	0	1	1
<i>Total</i>	6	1	1	1	9

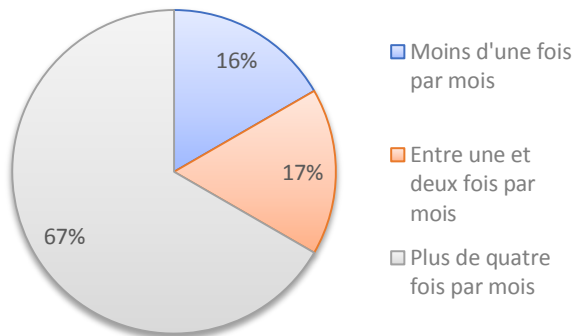
Sur les 17 jeunes nés dans les pays de la zone océan Indien (hors Réunion), 6 s'adonnent à des activités culturelles pouvant être touristiques (35%). Seulement une reconnaît pratiquer plusieurs activités.

Figure 163 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



Il s'agit d'une Malgache âgée entre 19 et 25 ans, étudiante en tourisme. Les autres participent à des concerts ou des festivals musicaux. La participation à des concerts ou des festivals musicaux est l'activité culturelle la plus citée (56%). La danse est pratiquée par deux personnes.

Figure 165 : : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



La visite de musées et la découverte de sites culturels sont le fait d'une même personne. Sa fréquence de pratique est très occasionnelle. C'est elle qui correspond aux 16% de la figure 88. Les 17% qui ont une fréquence occasionnelle correspondent à la jeune danseuse qui pratique la danse traditionnelle. Il s'agit d'une Mahoraise en recherche d'emploi, âgée entre 18 et 25 ans. Les 67% représentent ceux qui se rendent régulièrement à des festivals ou des concerts

de musique.

Figure 166 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

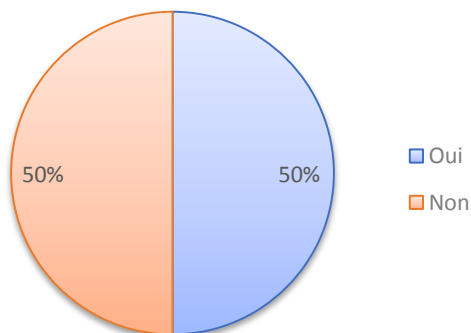
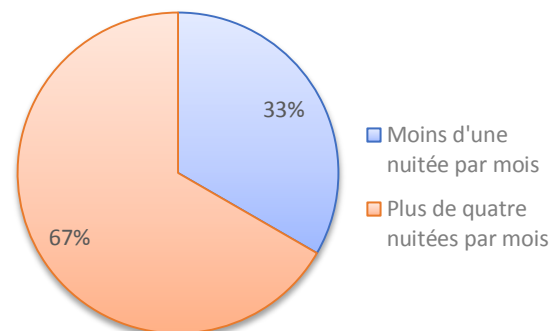


Figure 164 Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)



La moitié de ceux qui s'intéressent aux activités culturelles dorment en dehors de chez eux au moins une fois par an et 67% d'entre eux le font régulièrement. Ce sont des festivaliers réguliers, qui sont alors considérés comme touristes.

✚ Dépenses

▪ Activités

Figure 167 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)

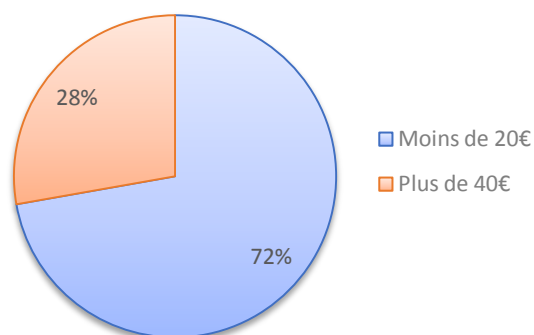
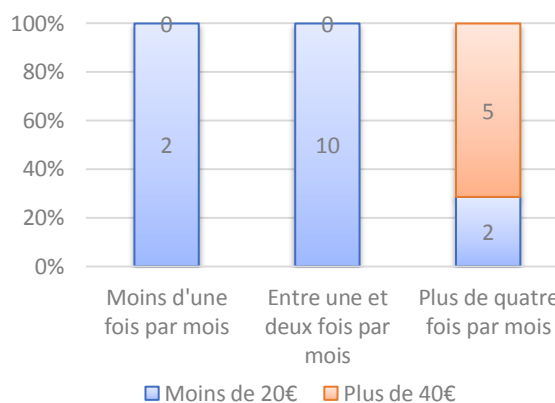


Figure 168 : Répartition des budgets accordés aux activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) en fonction de la fréquence de pratique



de 20€ par mois pour la pratique de leurs loisirs s'élève à 72%. A contrario, 28% d'entre eux dépensent plus de 40€ et ont une pratique régulière. Quant à ceux qui n'accordent pas plus de 20€ par mois, ils ont une pratique occasionnelle de leurs loisirs.

▪ Moyens de transports

Figure 169 : Moyens de déplacements choisis par les jeunes touristes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) pour la pratique d'activités

	Ch. 1	Ch. 2	Totaux
<i>Véhicule personnel</i>	8	3	11
<i>Transports en commun</i>	16	0	16
<i>Covoiturage</i>	0	4	4
<i>Totaux</i>	24	7	31

Presque un tiers, soit 29%, des jeunes nés dans l'un des pays de la zone océan Indien (hors Réunion) se déplacent grâce à deux moyens de transports différents. L'ensemble favorise les transports en commun. Ils représentent 67% des choix 1 et 52% du total. Un peu moins de la moitié des jeunes nés dans l'un des pays de la zone océan Indien (sauf La Réunion) dépensent entre 20€ et 40€ pour se déplacer (46%), 33% plus de 40€ et 21% moins de 20€.

e) *Les jeunes nés à l'étranger ou dans les DOM – TOM (hors zone océan Indien)*

Figure 170 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone océan Indien)

	15 – 18	19 – 25	26 – 30	Total
<i>Femmes</i>	3	6	6	15
<i>Hommes</i>	0	9	6	15
Situation familiale				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	0	2	2
<i>En couple sans enfant</i>	0	4	5	9
<i>Célibataire sans enfant</i>	3	11	5	19
Lieu d'habitation				
<i>Location personnelle</i>	2	13	11	26
<i>Propriété</i>	0	0	1	1
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	1	2	0	3
Situation professionnelle				
<i>Étudiant</i>	3	12	3	18
<i>En emploi</i>	0	3	9	12
Zone d'origine				
<i>Europe</i>	1	11	6	18
<i>DOM – TOM (hors zone OI)</i>	0	2	4	6
<i>Autres</i>	2	2	2	6
Totaux	3	15	12	30

Figure 172 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors Réunion)

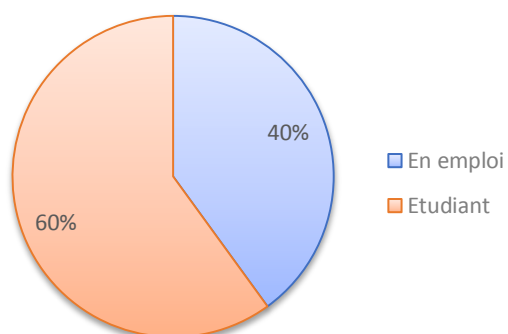
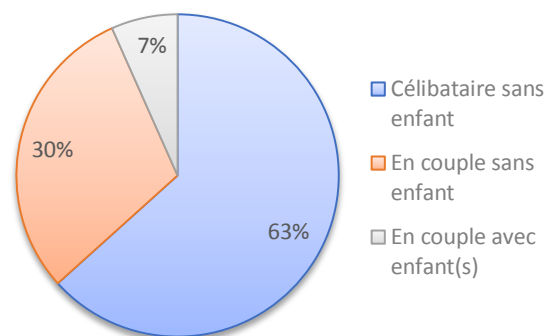
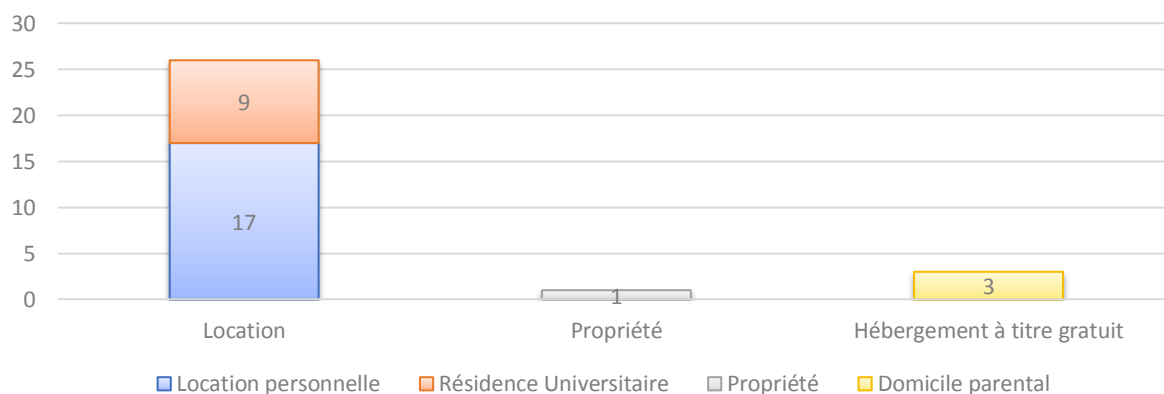


Figure 173 : Situation familiale des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors Réunion)



Les 30 jeunes étrangers ou issus des DOM – TOM (hors zone OI) sont soit étudiants (60%) soit des travailleurs (40%), 93% n'ont pas d'enfant et les 7% qui en ont sont en couple. Il s'agit de deux hommes italiens âgés entre 26 et 30 ans et ayant un emploi. L'un est propriétaire, l'autre est en location.

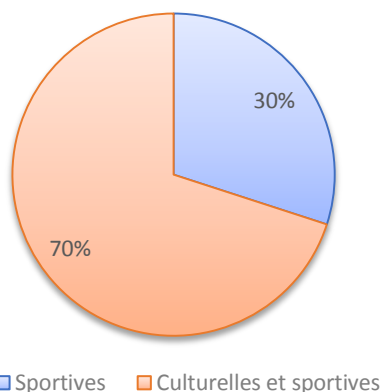
Figure 171 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)



À l'image des jeunes Métropolitains, cette catégorie est autonome en ce qui concerne son lieu d'habitation (90%). Sur ces 30 personnes, ils sont 17 à louer leur propre logement, 9 à vivre en résidence universitaire et 1 est propriétaire. Seulement 3 vivent au domicile parental.

✚ Dynamisme

Figure 174 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)



L'ensemble de cette catégorie déclare s'intéresser à au moins une activité de loisir : 70% aux sportives et culturelles, 30% exclusivement aux sportives. Cela signifie que la totalité des jeunes étrangers et ceux issus des DOM-TOM (hors zone OI) vouent un réel intérêt au sport.

■ Activités sportives

Figure 175 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Ch. 6	Total
Activités Sportives							
Randonnée	24	0	0	0	0	0	24
Trail	0	2	0	0	0	0	2
Vélo, VTT	0	4	2	0	0	0	6
Sports de glisse	0	0	2	0	1	0	3
Voile	0	3	0	1	0	0	4
Plongée	4	7	4	0	0	0	15
Canyoning	0	1	2	0	0	0	3
Sports d'eaux-vives	0	6	0	5	1	0	12
Parapente, hélicoptère	0	0	1	0	0	1	2
Sous total	28	23	11	6	2	1	71
Sports de forme	2	0	0	0	0	0	2
Total	30	23	11	6	2	1	73

Les jeunes étrangers ou issus des DOM-TOM (hors zone OI) s'adonnent à plusieurs sports. Ils sont 77% à pratiquer au moins deux activités, 37% au moins trois et 20% en pratiquent quatre.

Figure 177 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)

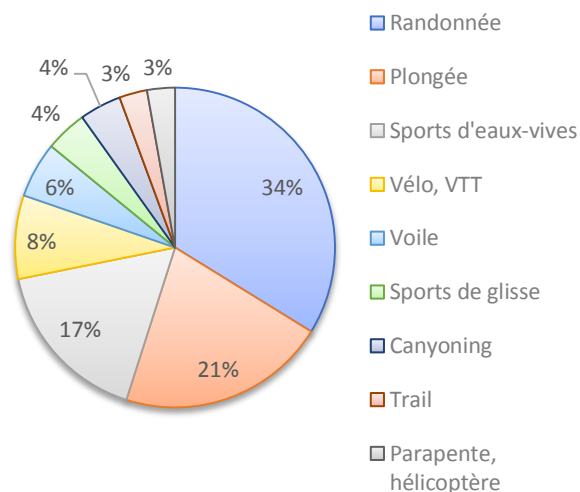
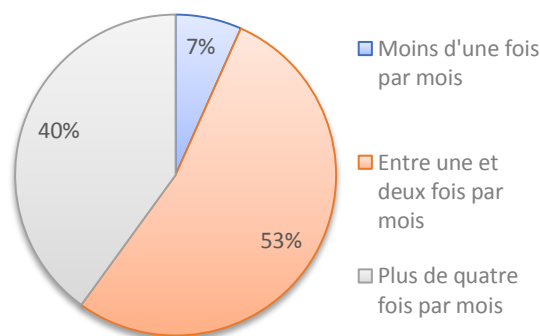
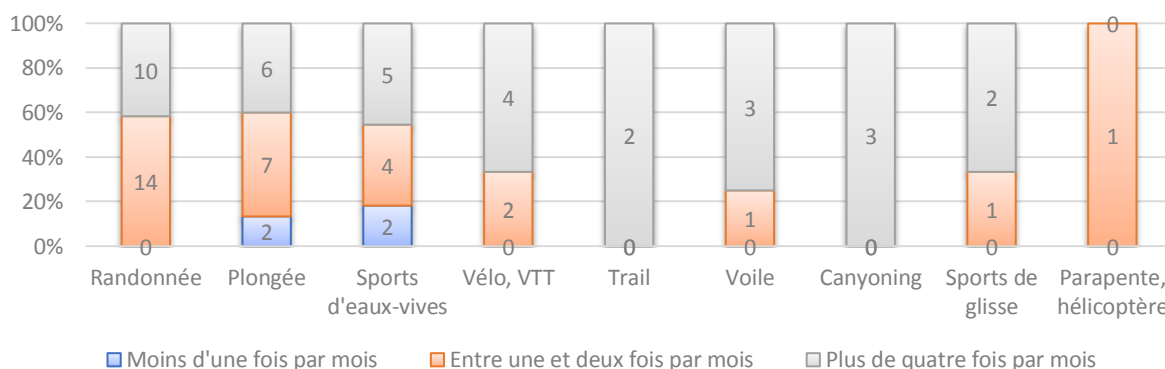


Figure 176 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés à l'étranger



La randonnée est le sport le plus cité, que ce soit sur l'ensemble des activités ou seulement en premier choix. La plongée sous-marine est le deuxième sport le plus mentionné. Il est suivi des sports d'eaux-vives qui comprennent le rafting, le kayak en rivière et les autres sports réalisés sur des cours d'eau douce. Plus de la moitié de cette catégorie (53%) fait occasionnellement du sport, 40% régulièrement et 7% très occasionnellement.

Figure 178 : Fréquence de pratique en fonction des sports « touristiques » des jeunes résidents nés à l'étranger



La plongée et les sports d'eaux-vives sont les seuls sports qui sont pratiqués très occasionnellement. A contrario, le trail et le canyoning ne sont pratiqués que régulièrement. Le parapente et l'hélicoptère se réalisent occasionnellement, au moins une fois par mois. De même pour plus de la moitié de ceux qui randonnent.

Figure 181 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à l'étranger

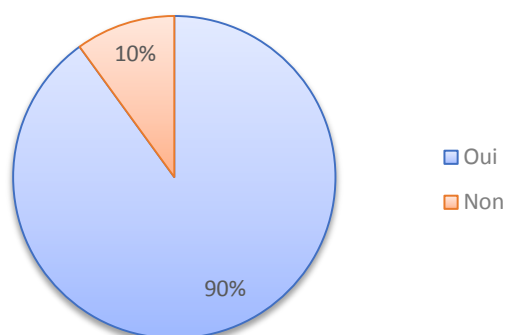
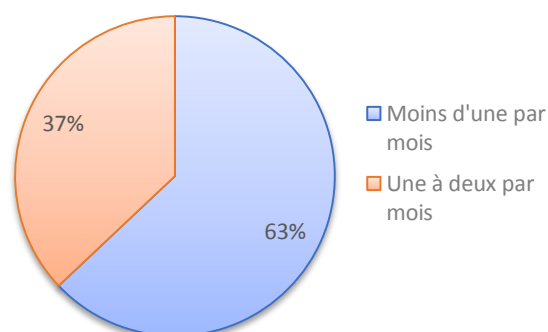
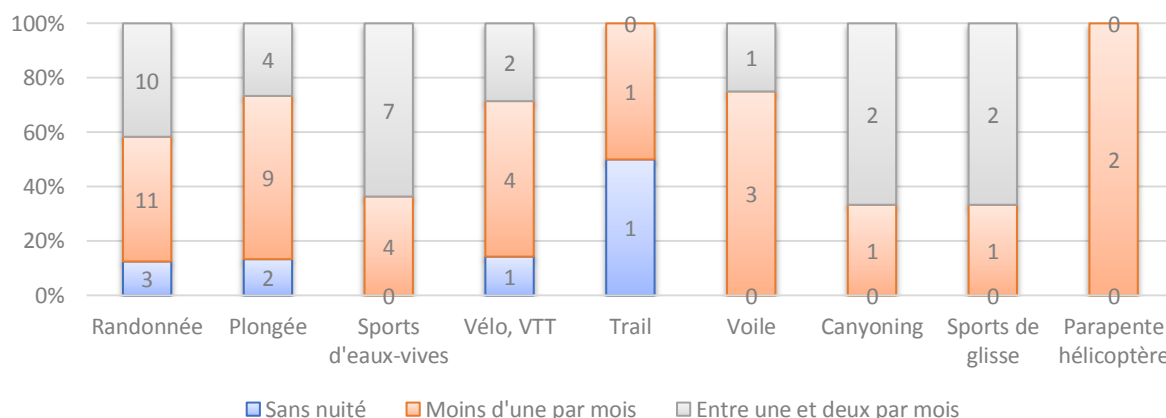


Figure 180 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à l'étranger



Dans cette catégorie, 90% consomment au moins une nuitée par an pour s'adonner à un ou plusieurs sports, 63% d'entre eux le font très occasionnellement et le reste le fait occasionnellement (37%).

Figure 179 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés à l'étranger



La randonnée, la plongée, le vélo ou le VTT, ainsi que le trail, sont les sports qui n'incluent pas de nuitée. Hormis la plongée, ces sports sont pratiqués de façon régulière par une personne. Ce qui signifie que dans cet échantillon, seulement un jeune n'a aucune attitude touristique lorsqu'il fait du sport. La randonnée implique la consommation d'au moins une nuitée par an pour la moitié de ceux qui dorment en dehors de leur environnement habituel pour sa pratique. L'autre moitié le fait au moins une fois par mois. Les sports d'eaux-vives (63%), le canyoning (67%) et les sports de glisse (67%) sont ceux qui incluent une consommation plus régulière de nuitées avec une à deux nuitées par mois.

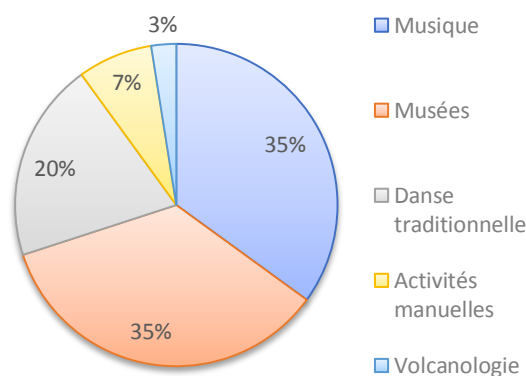
- *Activités culturelles*

Figure 182 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Total
Activités Culturelles					
Musique (festivals, concerts)	14	0	0	0	14
Danse traditionnelle (ex : Maloya, Moringue)	4	4	0	0	8
Musées	2	9	3	0	14
Activités manuelles (type tressage de vacoa...)	0	0	2	1	3
Volcanologie	1	0	0	0	1
Total	21	13	5	1	40

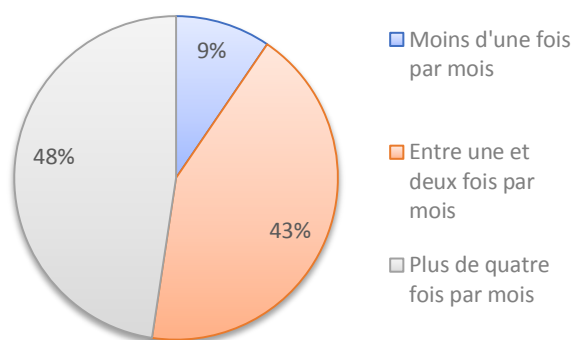
Pas moins de 70% des jeunes étrangers ou issus des DOM-TOM (hors zone OI) s'adonnent à plusieurs activités culturelles, 62% en sélectionnent deux et 24% trois.

Figure 183 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger



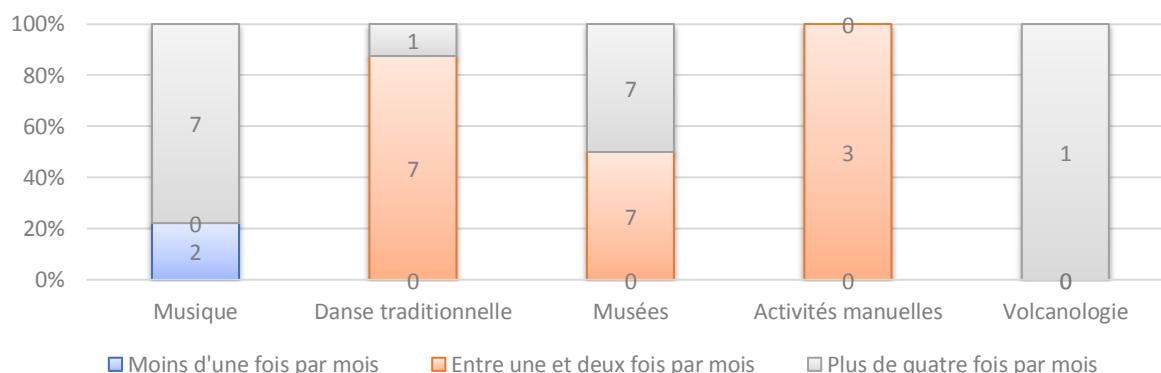
La participation à des festivals de musique (35%) et la visite de musées (35%) sont celles qui sont citées le plus grand nombre de fois. L'activité favorite est, comme pour les autres échantillons, la participation à des festivals de musique et concerts (67%).

Figure 185 : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés à l'étranger



Au même titre que les sports, les pratiques régulières et occasionnelles sont majoritaires : 43% réalisent des activités culturelles entre une et deux fois par mois et 48% plus de quatre fois par mois.

Figure 184 : Fréquence de pratique des loisirs culturels pouvant être touristiques des jeunes résidents nés à l'étranger



La participation à des festivals de musique ou à des concerts (78%) et la volcanologie (100%) sont les activités culturelles qui se pratiquent majoritairement de façon régulière. La danse traditionnelle et les activités manuelles de façon occasionnelle.

Figure 186 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à l'étranger

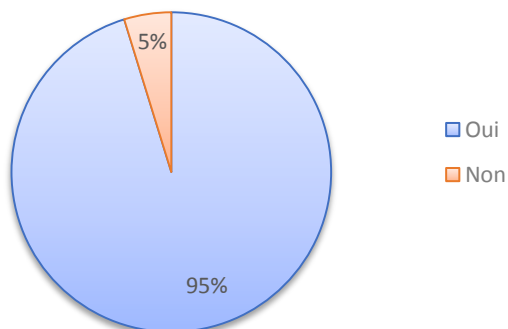
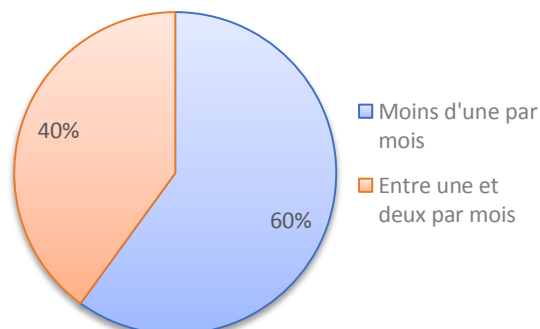
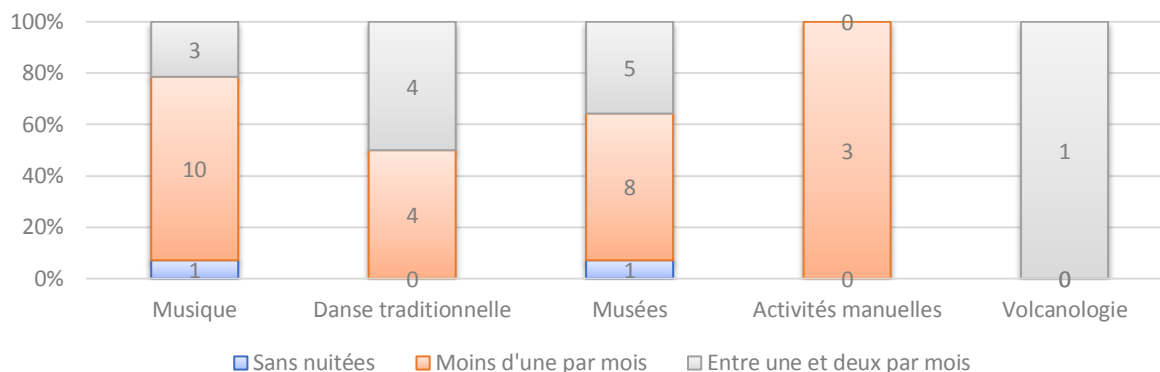


Figure 187 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à l'étranger



La quasi-totalité des jeunes s'intéressant à des loisirs culturels (95%) consomment au moins une nuitée par an. La majorité (60%) le fait très occasionnellement, les autres (40%) occasionnellement.

Figure 188 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger



Seulement un jeune, avec des participations à des concerts et des visites de musées régulières, n'en consomme aucune. La personne qui s'intéresse à la volcanologie dort au moins une fois par mois hors de chez elle dans le cadre de son loisir. Ceux qui s'adonnent aux activités manuelles le font très occasionnellement. La moitié des danseurs dorment à l'extérieur très occasionnellement. L'autre moitié le fait au moins une fois par mois. Ceux qui participent à des concerts de musique ou à des festivals (76%) et ceux qui visitent des musées (57%) le font pour la plupart d'entre eux au moins une fois par mois.

✚ Dépenses

▪ Activités

Figure 190 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés à l'étranger

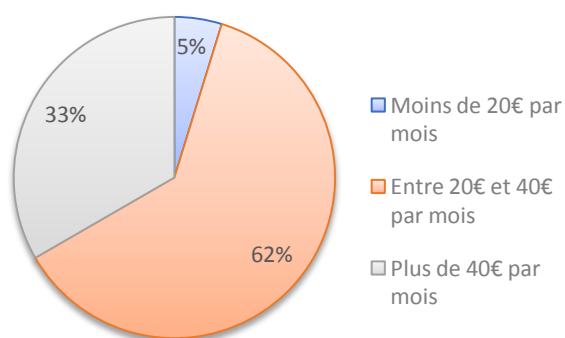
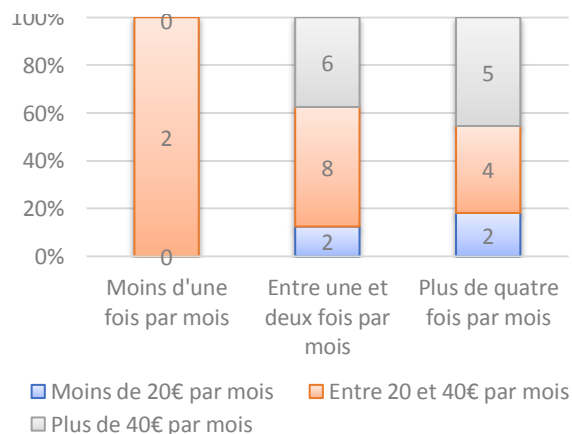


Figure 189 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés à l'étranger



62% des jeunes étrangers ou issus des DOM-TOM (sauf zone OI) accordent à leurs loisirs un budget entre 20€ et 40€. Les différences de budget perçues en fonction de la fréquence de pratique ne sont pas proportionnelles. L'on constate que les pratiques très occasionnelles ne sont pas celles pour lesquelles le budget consacré est le plus faible. De même pour les activités régulières : il ne s'agit pas de celles qui impliquent les dépenses les plus élevées. Ainsi, la variation des dépenses est principalement due à la nature de l'activité et non à sa redondance.

▪ *Moyens de transport*

Figure 191 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI)

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Totaux
<i>Véhicule personnel</i>	7	8	0	15
<i>Transports en commun</i>	21	0	0	21
<i>Location de voiture</i>	2	1	1	4
<i>Covoiturage</i>	0	6	1	7
<i>Auto-stop</i>	0	0	1	1
<i>Totaux</i>	30	15	3	48

50% des jeunes de cette catégorie utilisent deux moyens de transport distincts pour se déplacer. Les favoris sont les transports en commun et les véhicules personnels. Ils représentent respectivement 70% des choix 1 et 53% des choix 2.

Figure 193 : Moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés à l'étranger

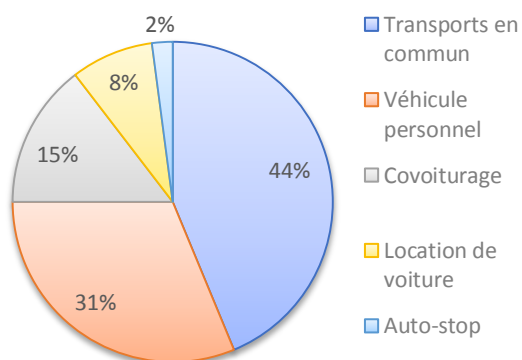
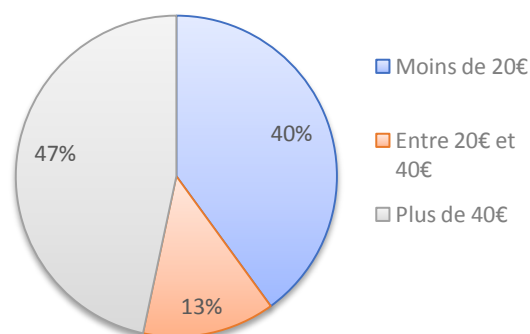


Figure 192 : Budgets mensuels accordés aux transports des jeunes résidents nés à l'étranger



44% des jeunes étrangers et ceux nés dans les DOM-TOM (hors zone OI) utilisent les transports en commun pour se déplacer sur l'île, 31% se servent de leur véhicule personnel, 15% covoiturent, 8% préfèrent louer un véhicule et une minorité se déplace en faisant de l'auto-stop. Contrairement aux catégories précédentes, ceux qui dépensent entre 20€ et 40€ pour leurs déplacements sont minoritaires (13%) alors que 47% d'entre eux ont un budget mensuel supérieur à 40€ et 40% dépensent moins de 20€.

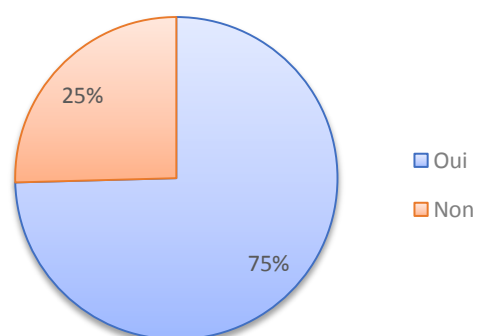
f) *Les jeunes en mobilité attirent des visiteurs*

Figure 194 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de jeunes en mobilité

	15 – 18	19 – 25	26 – 30	Total
<i>Femmes</i>	5	21	14	40
<i>Hommes</i>	1	8	10	19
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	0	7	7
<i>En couple sans enfant</i>	1	8	12	21
<i>Célibataire sans enfant</i>	5	21	5	31
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	5	25	24	54
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	1	4	0	5
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Étudiant</i>	6	18	8	32
<i>En emploi</i>	0	10	16	26
<i>Autre</i>	0	1	0	1
<i>Zone d'origine</i>				
<i>France métropolitaine</i>	1	14	21	36
<i>Europe</i>	1	9	1	11
<i>océan Indien (sauf Réunion)</i>	2	2	0	4

<i>DOM-TOM (sauf Réunion, Mayotte)</i>	0	2	1	3
<i>Etrangers (sauf Europe et zone OI)</i>	2	2	1	5
Totaux	6	29	24	59

Figure 195 : Visites de proches des jeunes en séjour de mobilité



Parmi nos interlocuteurs, certains sont en mobilité pour leurs études, d'autres en volontariat ou d'autres encore en missions professionnelles. Certains d'entre eux sont appuyés financièrement par des dispositifs du type ERASMUS et engendrent la venue d'autres touristes. Aussi, une partie du questionnaire est réservée à ces visites et cette partie traite les réponses qui en résultent. En effet, l'analyse de leurs propres pratiques ne

présente pas d'intérêt, étant donné qu'elles font déjà l'objet d'une telle analyse dans les parties précédentes. En revanche, ce qui est intéressant est le fait que 75% des jeunes en mobilité reçoivent la visite d'un ou plusieurs de leurs proches dans l'année. En moyenne, six personnes sont venues les voir et la moyenne du séjour des visiteurs est de 20 jours.

🚩 Des visiteurs actifs

Figure 196 : Activités pratiquées par les visiteurs des jeunes en séjour de mobilité

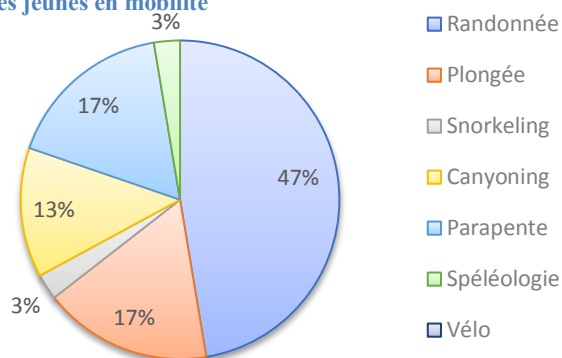
	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Totaux</i>
Activités sportives							
<i>Randonnée</i>	30	2	3	1	0	0	36
<i>Plongée</i>	1	8	4	0	0	0	13
<i>Snorkeling</i>	0	1	0	0	0	1	2
<i>Canyoning</i>	4	4	2	0	0	0	10
<i>Parapente</i>	3	6	0	2	2	0	13
<i>Spéléologie</i>	0	0	0	2	0	0	2

<i>Vélo</i>	0	0	0	0	0	2	2
<i>Sous-total</i>	38	21	9	5	2	3	78
<i>Activités culturelles</i>							
<i>Musée</i>	0	2	1	0	0	0	3
<i>Musique</i>	0	0	0	0	1	0	1
<i>Gastronomie</i>	0	0	1	1	0	0	2
<i>Sous-total</i>	0	2	2	1	1	0	6
<i>Autres</i>							
<i>Plage</i>	2	2	1	1	1	0	7
<i>Visites de sites ou lieux touristiques</i>	2	1	1	2	0	0	6
<i>ULM, hélicoptère</i>	0	2	1	1	0	0	4
<i>Balades en bateau</i>	1	1	0	1	0	0	3
<i>Shopping</i>	0	0	1	0	0	0	1
<i>Sous-total</i>	5	6	4	5	1	0	21
<i>Totaux</i>	43	29	15	11	4	3	105

Un jeune seulement déclare que les proches lui rendant visite ne réalisent aucune activité. Pour les autres, les visiteurs font plusieurs choix dans les activités de loisir, 67% en ont cité au moins deux, 35% au moins trois et 26% quatre. Les activités sportives dominent à nouveau (74% des choix) avec en tête la randonnée, qui fait l'unanimité de 70% des participants. Mis à part l'hélicoptère et l'ULM, qui apparaissent dans l'item « sport » chez les jeunes, de nouvelles activités touristiques ont été citées plusieurs fois et il est nécessaire d'ajouter une rubrique complémentaire pour intégrer ces nouvelles informations. Cependant, il est impossible d'évaluer les sommes allouées à la pratique des activités car les données collectées sont incomplètes.

- *Activités sportives*

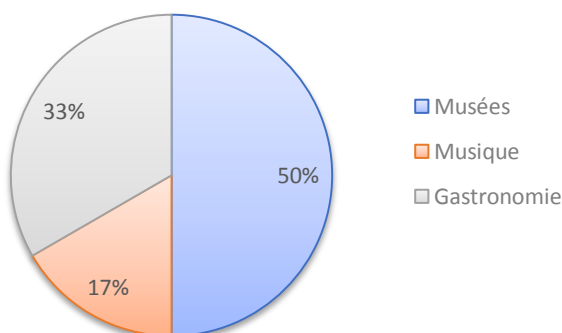
Figure 197 : Activités sportives pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité



La randonnée est le sport le plus cité. Presque la moitié des jeunes (47%) déclarent que leurs visiteurs en font lorsqu'ils se rendent à La Réunion, 17% s'adonnent à la plongée sous-marine et la même part au parapente. 13% essaient le canyoning et c'est la première fois que la spéléologie est citée (3%) tout comme le snorkeling (palmes, masque, tuba) (3%).

■ *Activités culturelles*

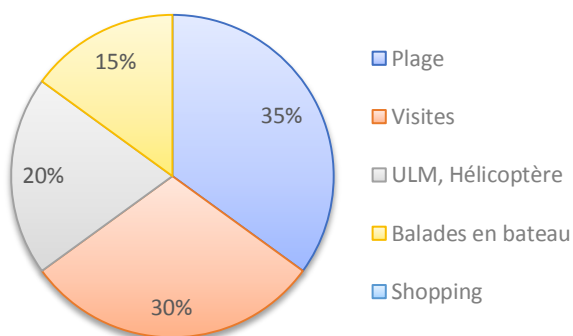
Figure 198 : Activités culturelles pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité



Les jeunes en mobilité ne font que trois choix d'activités culturelles pour les pratiques de leurs visiteurs. La moitié déclare que leurs proches visitent des musées et un tiers (33%) cite la gastronomie. Enfin, 17% mentionnent qu'ils participent à des festivals ou à des concerts de musique.

■ *Autres activités*

Figure 199 : Autres activités pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité



La plage est l'autre activité touristique citée le plus de fois (35%). Les visites de sites touristiques apparaissent ensuite (30%) et les sorties en ULM ou en hélicoptère sont mentionnées par 20% des jeunes en mobilité composant l'échantillon. Enfin, 15% déclarent que leurs proches effectuent des sorties en bateau.

✚ Moyens de transport

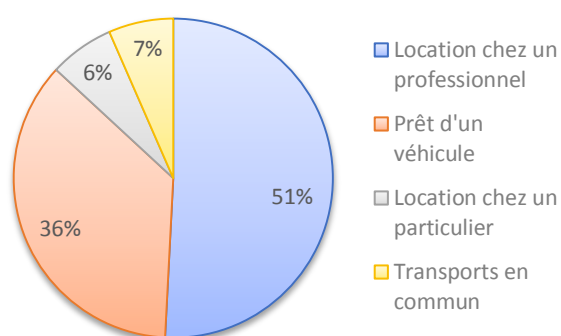
Figure 200 : Moyens de transports choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité

Ch. 1 Ch. 2 Ch. 3 Totaux

<i>Location chez un professionnel</i>	31	0	0	31
<i>Location chez un particulier</i>	1	3	0	4
<i>Transports en commun</i>	3	1	0	4
<i>Prêt d'un véhicule</i>	9	9	4	22
<i>Totaux</i>	44	13	4	61

Plusieurs transports sont choisis par les visiteurs de jeunes en mobilité. En effet, ils sont 30% à en choisir au moins deux et 9% trois.

Figure 201 : Moyens de transport choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité



Le principal moyen de déplacement des visiteurs est la location d'un véhicule chez un professionnel (51%). Le prêt d'un véhicule apparaît ensuite. Cela signifie que le jeune sur place, ou l'une de ses connaissances, prête son véhicule à ses proches durant leur séjour. Les transports en commun sont cités par seulement 7% et la location d'un véhicule chez un particulier (via une plateforme spécialisée) par 6%.

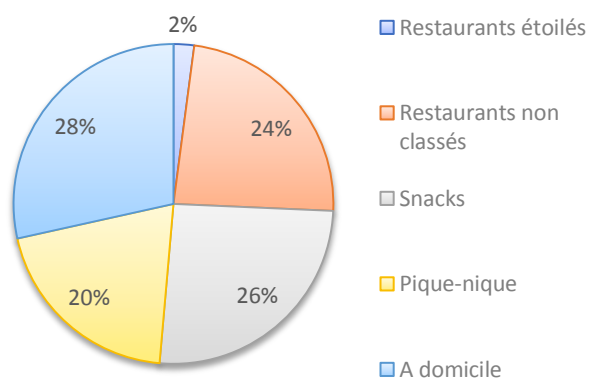
✚ Restauration

Figure 202 : Lieux de restauration choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Totaux</i>
<i>Restaurants étoilés</i>	3	0	0	0	0	3
<i>Restaurants non classés</i>	28	3	3	0	0	34
<i>Snacks</i>	10	27	0	0	0	37
<i>Pique-nique</i>	0	6	20	3	0	29
<i>A domicile</i>	3	5	10	20	3	41
<i>Totaux</i>	44	41	33	23	3	144

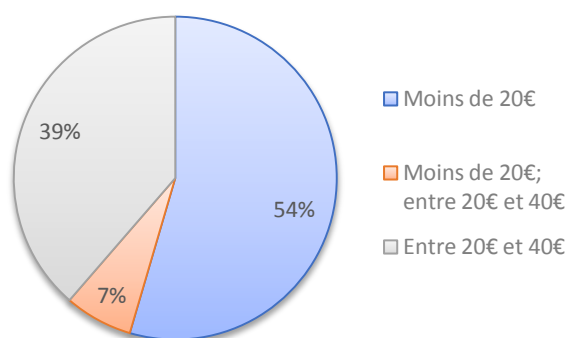
En ce qui concerne les lieux de restauration au cours des séjours des visiteurs, 93% en fréquentent au moins deux, 75% au moins trois et 52% au moins quatre. Les restaurants non-classés sont ceux qui apparaissent les plus cités dans les choix numéro 1 (64%). Les snacks sont en tête des choix numéro 2 (66%).

Figure 203 : Répartition des lieux de restauration choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité



La restauration au domicile est celle qui est mentionnée le plus de fois. Néanmoins, le schéma ci-contre montre que les proportions sont relativement équilibrées. Seuls les restaurants étoilés sont cités par 2% des jeunes en mobilité alors que les autres représentent au moins 20% des choix.

Figure 204 : Budget journalier dépensé pour la restauration des visiteurs des jeunes en mobilité



Plus de la moitié (54%) des visiteurs dépensent moins de 20€ par jour pour se restaurer. Cela correspond au type de lieux de restauration choisi, 48% se restaurent à domicile ou pique-niquent, 39% y accordent entre 20€ et 40€ et 7% autant ou moins de 20€. Aucun ne dépense plus de 40€ par jour, même la minorité qui fréquente des restaurants étoilés.

g) Ce que pensent les jeunes touristes internes de l'île de La Réunion

✚ Connaissance de l'île

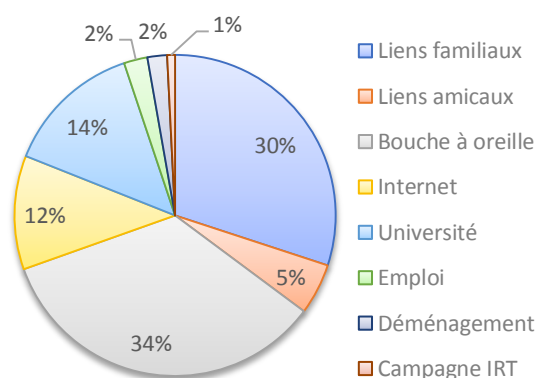
Figure 205 : Moyens de découverte de l'île

Ch. 1 Ch. 2 Ch. 3 Ch. 4 Totaux

<i>Liens familiaux</i>	65	8	2	1	76
<i>Liens amicaux</i>	11	2	0	0	13
<i>Bouche à oreille</i>	71	15	1	0	87
<i>Internet</i>	26	3	0	0	29
<i>Université</i>	34	1	0	0	35
<i>Emploi</i>	6	0	0	0	6
<i>Déménagement</i>	5	0	0	0	5
<i>Campagne de promotion IRT</i>	0	2	0	0	2
Sous totaux	218	31	3	1	253
<i>Lieu de naissance</i>	232	0	0	0	232
Totaux	450	31	3	1	485

232 jeunes connaissent l'île de La Réunion parce qu'il s'agit de leur lieu de naissance. Ce qui nous intéresse est de savoir comment les 218 autres l'ont découverte. Il apparaît que 14% d'entre eux ont entendu parler de l'île par au moins deux biais différents, et il se trouve également que les proches et l'entourage sont les principaux promoteurs de l'île.

Figure 206 : Découverte de l'île



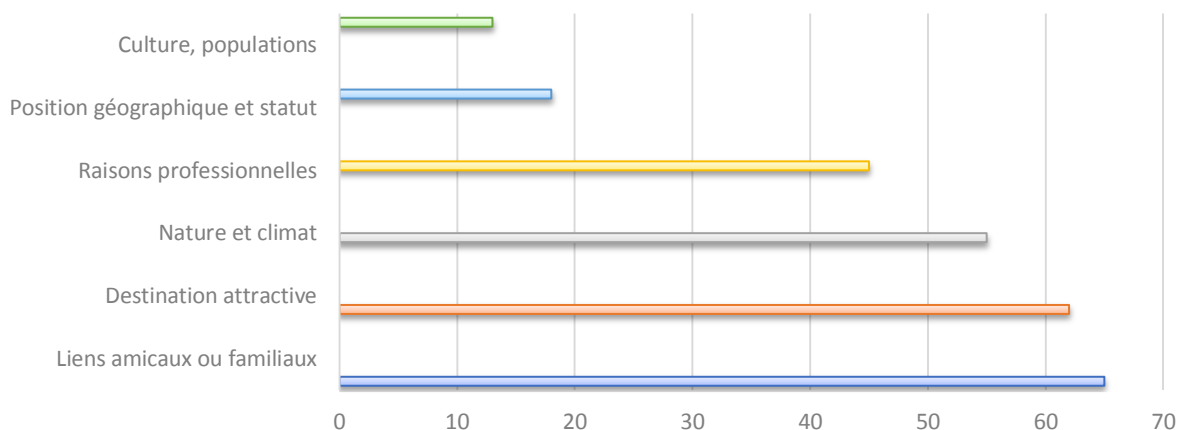
Tourisme (1%).

69% des jeunes interrogés connaissent l'île grâce à leurs liens familiaux (30%) ou amicaux (5%) ainsi que par le bouche-à-oreille (34%). L'université touche 14% de nos interlocuteurs et 12% s'intéressent à l'île à travers internet et les réseaux sociaux. Très peu sont par conséquent sensibilisés par la campagne promotionnelle de l'Île Réunion

✚ Les raisons de leur présence

Sur les 218 jeunes qui ne sont pas nés sur l'île, 176 donnent les raisons qui les motivent à se rendre sur le territoire. En analysant leurs réponses, sept thèmes principaux ressortent : la position géographique de l'île et son statut, son attractivité en tant que destination, sa nature et son climat, ses activités, sa culture et sa population, les liens familiaux ou amicaux ainsi que la situation professionnelle.

Figure 207 : Motivations au départ des non natifs de l'île vers La Réunion



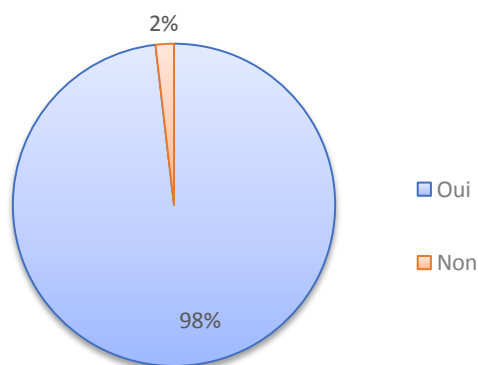
<i>Liens familiaux ou amicaux</i> (65)	Travail des parents (x4) ; Suivi de conjoint (x8) ; <i>Rejoindre des amis</i> (x22) ; <i>Rapprochement familial</i> (x19) ; “ Connaître ses racines ” (x5) ; Île recommandée par des proches (x5)
<i>Destination attractive</i> (62)	Pour découvrir l'île (x14) ; Exotisme (x8) ; “ C’est une opportunité d’être ici ” (x5) ; Ambiance générale (x14) ; Vie insulaire (x2) ; Voyager (x2) ; “ Coup de cœur ” (x3) ; “ <i>Air de vacances</i> ” (x2)
<i>Nature et climat</i> (55)	Climat (x10) ; <i>Paysages</i> (x18) ; Soleil (x10) ; Montagnes (x9) ; Cirques ; Océan et plages (x4) ; Diversité (x2) ; Volcan
<i>Raisons professionnelles</i> (45)	Mutation ; Etudes (x22) ; Stages (x8) ; Travail (x14).
<i>Position géographique et statut</i> (18)	Permet de voyager dans les pays qui sont proches (x2) ; Accès facile depuis la métropole ; Proche de Mayotte ; <i>Île française</i> (x14)
<i>Culture et populations</i> (13)	Population chaleureuse (x7) ; Culture (x5) ; Ouverture d’esprit

Les premières raisons qui poussent les personnes qui ne sont pas nées sur l'île à s'y rendre sont les liens familiaux ou amicaux (25%) ainsi que l'attractivité de la destination (24%). Sur les 65

jeunes présents sur l'île afin de rejoindre leurs proches, 22 souhaitent retrouver des amis (34%) et 19 un membre de leur famille (29%). Cela accentue l'idée que la promotion de l'île se fait essentiellement via le bouche-à-oreille et que les populations attirent de nouveaux visiteurs, notamment chez les jeunes. L'ambiance et l'exotisme de l'île renforcent son attractivité et poussent 45% des personnes motivées pour la découvrir à faire « le premier pas ». Les paysages, avec les montagnes, les cirques, le volcan et les plages sont cités par 60% des jeunes présents pour la nature et le climat, 36% mentionnent le climat et le soleil. Le travail et les études sont également des facteurs attractifs, 17% sont à La Réunion pour des études, des stages ou du travail. Le fait que l'île soit française et située dans l'océan Indien motive 7% de l'échantillon. Quant à sa culture et sa population, elles sont citées par 5% d'entre eux.

✚ Niveau de satisfaction

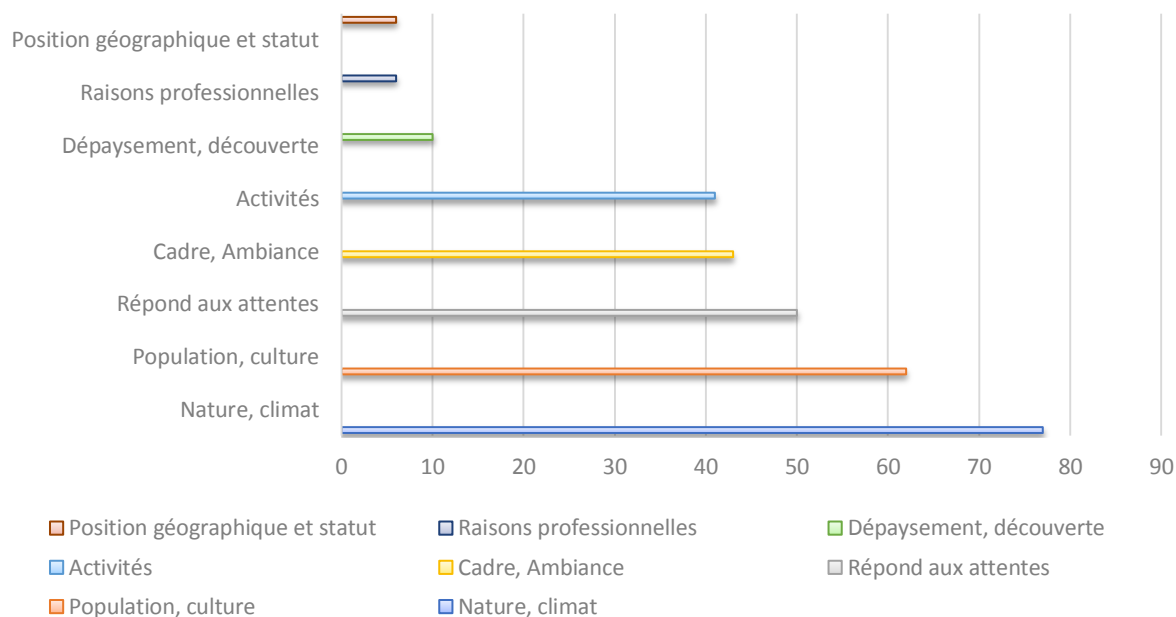
Figure 208 : Part des jeunes satisfaits de leur choix



2% des jeunes non natifs de l'île sont déçus car soit ils ne trouvent pas le dépaysement attendu, soit ne voient pas de points d'intérêt (x2) ou encore ressentent un manque familial. A contrario, la grande majorité (98%) est satisfaite de son choix de destination. Les raisons principales qu'ils évoquent sont le climat et la nature, les activités, la position géographique, la population et la culture, l'activité qu'ils y exercent, le cadre et enfin

l'ambiance. Ils apprécient également le fait que la destination corresponde à leurs attentes et le dépaysement qu'elle leur offre.

Figure 209 : Motifs de satisfaction du choix de la destination des jeunes installés à La Réunion



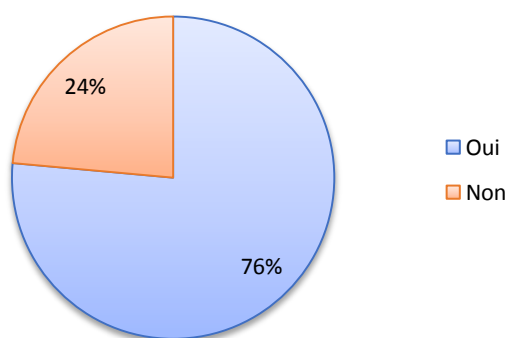
<i>Nature, climat</i> (77)	<i>Paysages</i> (x31) ; Plages (x4) ; Cirques et Montagne (x9) ; Soleil (x8) ; <i>Climat</i> (x25)
<i>Population, culture</i> (62)	<i>Population chaleureuse</i> (x26) ; Culture (x13) ; “ <i>Vivre ensemble</i> ” (x10) ; “ <i>Découverte d’une autre culture et d’une autre langue</i> ” (x2) ; Restauration (x3) ; Rencontres (x4) ; Famille/amis (x4)
<i>Répond aux attentes</i> (50)	“ <i>Île pleine de ressources</i> ”(x7) ; “ <i>Paradis</i> ” (x15) ; <i>Île magnifique</i> (x19) ; “ <i>Île intense</i> ” (x3) ; “ <i>A la hauteur de mes attentes</i> ”(x6) ;
<i>Cadre, ambiance</i> (43)	Rythme de vie (x10) ; Qualité de vie (x11) ; <i>Cadre de vie</i> (x20) ; Impression de vacances (x2)
<i>Activités</i> (41)	Diversité d’activités (x23) ; Randonnée (x7) ; Activités de pleine nature (x6) ; “ <i>Paradis du sport</i> ” (x5)
<i>Dépaysement, découverte</i> (10)	Découverte (x5) ; “ <i>Découverte de mes origines personnelles</i> ” ; Dépaysement (x3) ; Préférence par rapport à la Guadeloupe
<i>Raisons professionnelles</i> (6)	“ <i>Super</i> ” (x2) ; “ <i>Super travail</i> ” (x4)
<i>Position géographique, statut</i> (6)	Facilités pour voyager autour de l’île (x2) ; Sécurité ; “ <i>Mentalités différentes dans une île française</i> ” (x3)

Lorsque l'on demande aux jeunes non natifs de l'île s'ils sont satisfaits d'avoir choisi La Réunion comme lieu de résidence, la nature et le climat sont les thèmes les plus mentionnés (26%). La population et la culture sont les deuxièmes facteurs de satisfaction (21%). Ceux qui l'apprécient la qualifient de « chaleureuse », ils sont convaincus par la notion du « vivre ensemble » et apprécient la culture créole. 17% mentionnent que l'île répond à leurs attentes. Certains la qualifient de « paradis » et la trouvent « *magnifique* », d'autre reprennent son positionnement « d'île intense ». Le cadre de vie et l'ambiance qui règnent sur La Réunion plaisent à 15% des jeunes satisfaits d'y être alors qu'ils n'y sont pas nés. Ils précisent notamment être séduits par « le rythme de vie » et « l'impression d'être en vacances », 14% sont réjouis des activités proposées et de leur diversité. Certains qualifient même le territoire de « paradis du sport », cette expression entrant en cohérence avec les résultats précédents sur les pratiques des loisirs. Enfin, le dépaysement et la découverte, les raisons professionnelles, la position géographique ainsi que le statut de l'île comblent les 7% de jeunes restants.

✚ Avis sur les prestations de services

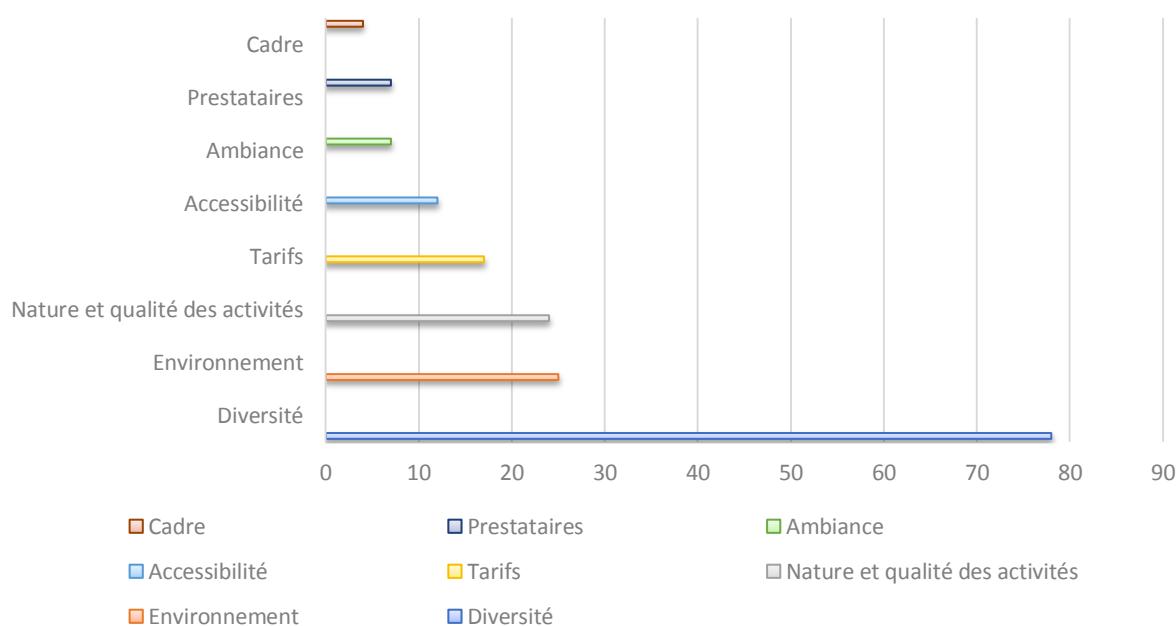
▪ *Les activités de loisirs*

Figure 210 : Part des jeunes installés à La Réunion satisfaits par les activités proposées



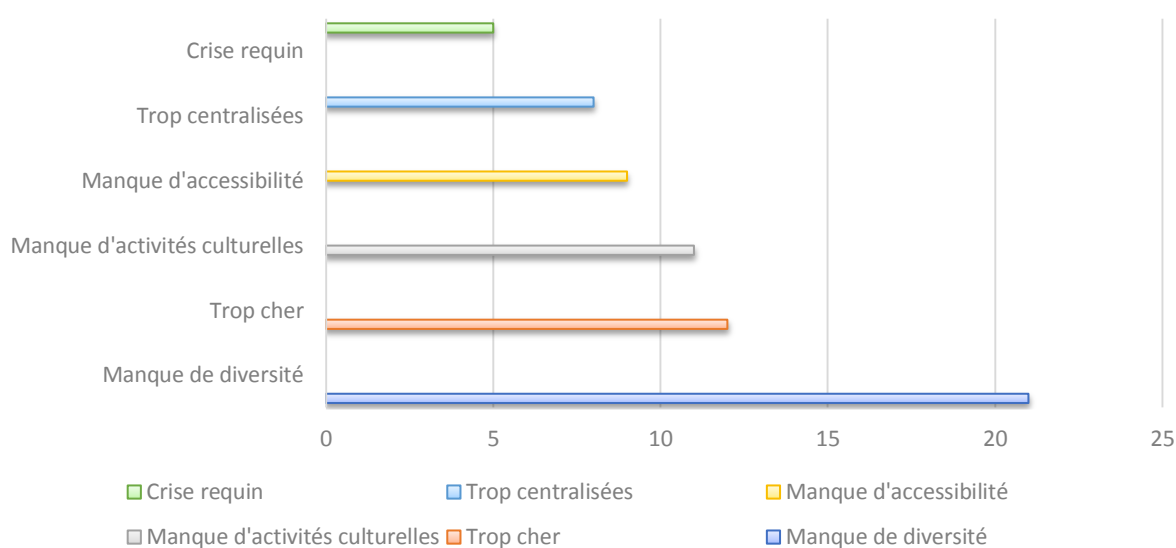
76% des jeunes composant l'échantillon sont satisfaits par l'offre proposée sur l'île en termes d'activités, 191 justifient leur choix, soit 42% de l'échantillon. Leurs réponses sont analysées et classées dans le tableau suivant.

Figure 211 : Motifs de satisfaction des activités de loisirs, prononcés par les jeunes installés sur l'île



La diversité est ce qui plaît le plus aux jeunes satisfaits par les activités de l'île (44%). Ils apprécient le fait qu'il y ait « beaucoup de choix », « beaucoup de choses à faire » et que l'île offre de « nombreuses possibilités ». 14% préfèrent l'environnement dans lequel elles se réalisent, ils mentionnent notamment la mer, la montagne, la nature et le plein air. La qualité et la nature des activités sont citées par 14% de l'échantillon. Selon eux, elles sont « intéressantes », « amusantes » et « enrichissantes ». Ils se réjouissent des choix proposés et trouvent que l'offre est adaptée au « public jeune ». Ils précisent apprécier les activités sportives en général, la randonnée, la danse, les activités nautiques, les concerts et les expositions proposées. 10% sont satisfaits des tarifs proposés par les prestataires. Ils affectionnent aussi le fait de pouvoir participer à des activités gratuites. L'accessibilité géographique des activités est appréciée par 7% des jeunes satisfaits par les activités présentes sur l'île. Ils pensent également qu'elles sont démocratisées et ils apprécient le fait que certaines peuvent être réalisées de façon autonome (exemple randonnée). Les 10% restants prennent plaisir à s'adonner aux activités dans une ambiance chaleureuse, avec la possibilité d'être en contact avec de nombreux prestataires qui proposent un encadrement de qualité.

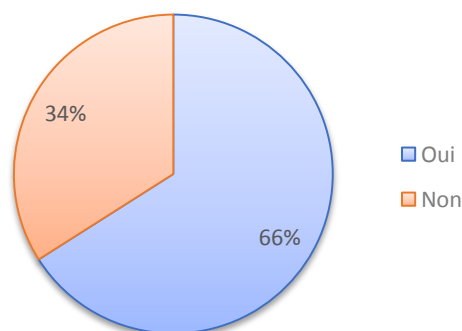
Figure 212 : Motifs d'insatisfaction des activités de loisirs, prononcés par les jeunes installés sur l'île



Ceux qui ne sont pas satisfaits de l'offre proposée sur l'île en termes d'activités exposent le manque de diversité comme raison principale (32%). De plus, 17% précisent qu'il manque d'activités culturelles, 18% les trouvent trop chères et 12% estiment qu'elles sont trop centralisées. En effet, ils pensent que certaines régions ne sont pas assez dynamisées et sont exclues du tourisme car elles proposent moins d'activités de loisirs. Certains précisent qu'elles sont « trop concentrées sur l'Ouest de l'île ». Enfin, 8% aimeraient que la « crise requin » soit réglée et que les Réunionnais puissent à nouveau avoir accès à l'ensemble des activités nautiques.

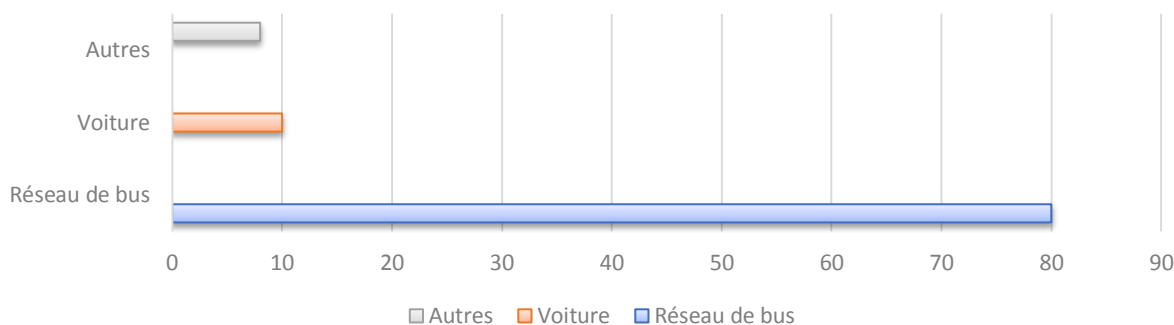
▪ Les transports

Figure 213 : Part des jeunes satisfaits par l'offre de transport à La Réunion



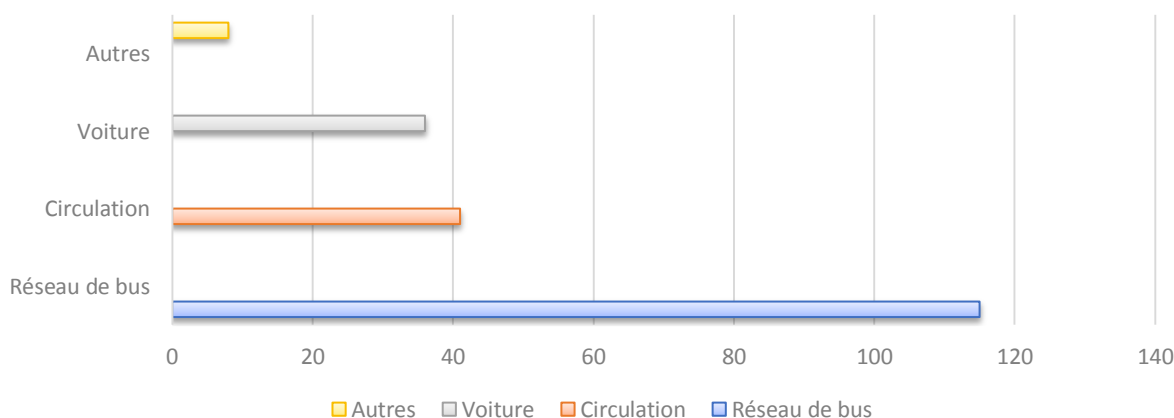
66% des jeunes sont satisfaits par l'offre de transport proposée par l'île. 224 de nos interlocuteurs justifient leur choix, soit la moitié de l'échantillon.

Figure 215 : Motifs de satisfaction des transports, avancés par les jeunes installés sur l'île



82% des motifs de satisfaction concernent le réseau de bus. 26% d'entre eux le trouvent pratique, 28% sont satisfaits car il leur permet d'être autonomes dans leurs déplacements et 21% car il leur permet d'avoir accès à toutes les régions de l'île, enfin 15% le trouvent économique. Les 10% restants trouvent que le réseau de bus est structuré (2,5%), que les cars jaunes sont bien organisés (2,5%) et qu'il s'agit d'un bon moyen de se déplacer (5%). 10% émettent un avis sur les voitures et 70% de ces opinions concernent le covoiturage. Ils apprécient ce système de déplacement (60%) et pensent qu'il facilite les rencontres (10%). Les 30% restants sont d'avis que les voitures offrent un confort supplémentaire, en les libérant des contraintes horaires des transports en commun. Ils mentionnent qu'elles facilitent les déplacements et qu'elles constituent un support rapide de mobilité. 8% des personnes satisfaites par l'offre de transports proposée par l'île apprécient le vélo (non polluant) et l'auto-stop. L'auto-stop est cité pour son côté pratique dû aux arrêts fréquents des automobilistes. Les autres apprécient la qualité de la route et la simplicité des itinéraires.

Figure 214 : Motifs d'insatisfaction des transports, avancés par les jeunes installés sur l'île

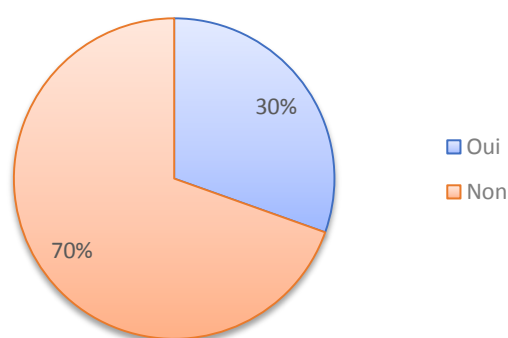


De même que pour les motifs de satisfaction, les avis négatifs concernent majoritairement le réseau de transport en commun (58%). 34% d'entre eux pensent qu'il manque de correspondances et de bus, 25% sont mécontents de leurs horaires ou de leur ponctualité et 23%

trouvent que la logistique de réseau est mauvaise. 9% sont d'avis qu'ils ne desservent pas l'ensemble de l'île. Les autres trouvent que les bus manquent de places, qu'ils ne sont pas assez rapides et que les infrastructures sont abîmées. La circulation est le deuxième motif d'insatisfaction le plus mentionné (21%). 85% sont gênés par les embouteillages et 15% trouvent la circulation difficile. Les voitures mécontentent 18% des insatisfaits car elles polluent, tombent souvent en panne et en raison du fait qu'il manque de covoiturage. Les 4% restants aimeraient qu'un train soit mis en fonction.

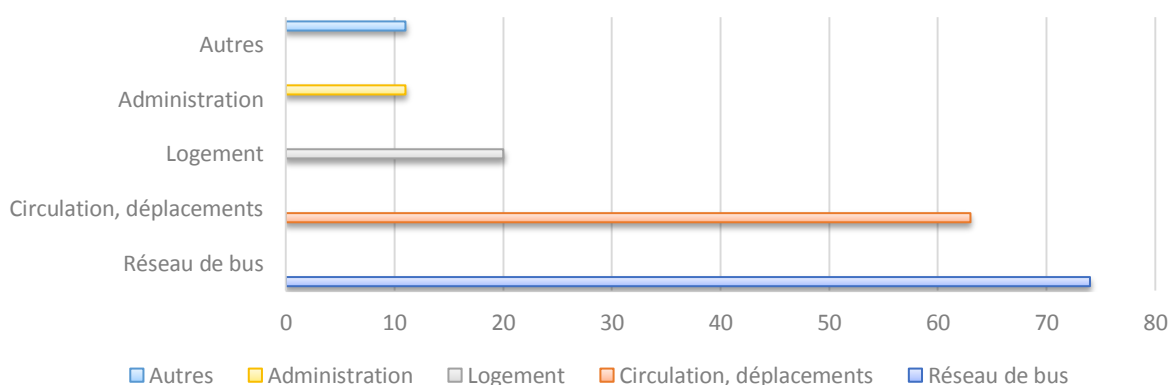
✚ Difficultés rencontrées

Figure 216 : Part des jeunes résidents ayant rencontré des difficultés



Seulement 30% des jeunes interrogés ont rencontrés des difficultés depuis qu'ils sont sur l'île. 96% d'entre eux précisent les raisons. Elles sont classées et analysées dans le graphique et le tableau ci-dessous.

Figure 217 : Difficultés rencontrés sur l'île par les jeunes résidents

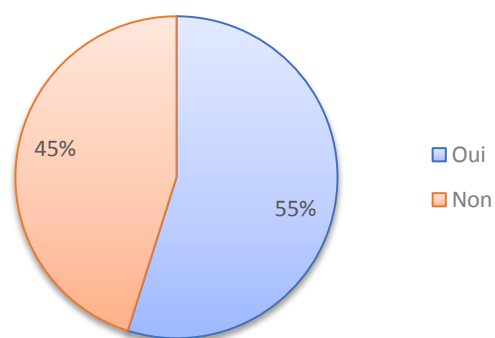


<i>Réseau de bus (74)</i>	Manque de transports en commun (x48) ; Horaires (x9) ; Destinations mal desservies (x4) ; Manque de fiabilité (x8) ; Bus pleins (x2) ; Lenteur des transports (x2) ; Mauvaise signalisation
<i>Circulation, déplacements (63)</i>	Difficultés à trouver une voiture (x11) ; Embouteillages (x33) ; Accidents de voiture (x2) ; Location de voiture chère ; Panne (x2) ; Difficultés de déplacements (x10) ; Route bloquée (x4)
<i>Logement (20)</i>	Loyers chers (x2) ; Difficultés pour se loger (x18)
<i>Administration (11)</i>	Bureaucratie lente et compliquée (x11)
<i>Autres (11)</i>	Coût de la vie (x6) ; Problèmes de connexion wifi ; Difficultés d'intégration ; Problèmes de langue ; Difficultés à trouver les bonnes informations ; Problèmes de signalisation

Depuis leur arrivée, 41% des jeunes présents à La Réunion rencontrent des difficultés en raison du réseau de bus, 65% d'entre eux sont gênés par le manque de bus. Le défaut de fiabilité et les horaires constituent également un problème. Ils expliquent que les transports ne respectent pas les horaires et que la plage horaire de service est trop restreinte. La circulation et les déplacements posent problème pour 35% des jeunes qui s'expriment sur leurs contraintes. Ils ont, en effet, des difficultés à acheter un véhicule et à se déplacer. Ils sont confrontés aux embouteillages quotidiens. En ce qui concerne les hébergements, 11% mettent du temps à se loger, notamment à cause du prix des loyers. 6% se plaignent de la lenteur de l'administration française. Les 6% restants sont incommodés par le coût de la vie, qu'ils trouvent trop élevé, par des problèmes de connexion wifi, et par une communication difficile.

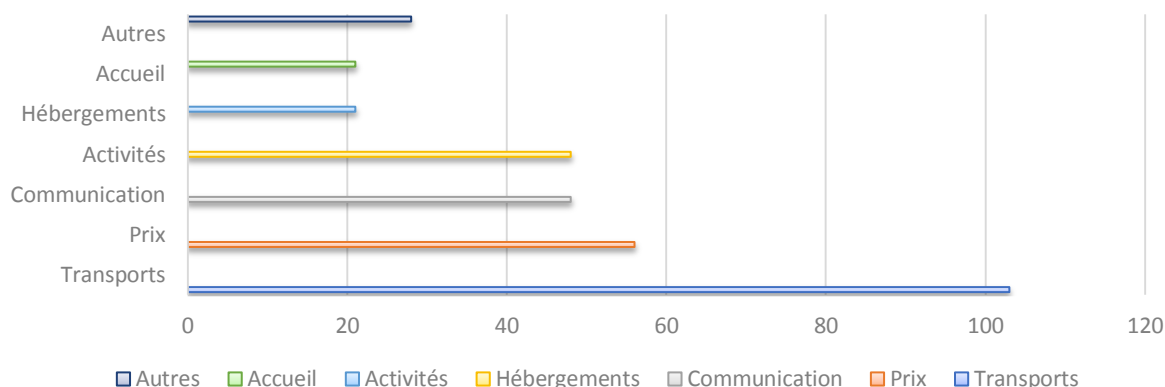
🚩 Suggestions

Figure 218 : Part des jeunes résidents proposant des suggestions



Les questionnaires employés laissent la possibilité aux jeunes de suggérer des points d'amélioration sur l'activité touristique et 55% répondent positivement en émettant des suggestions.

Figure 219 : Axes d'amélioration de l'offre touristique à destination des jeunes, suggérés par les résidents



<i>Transports</i> (103)	Amélioration du réseau (x71) ; Mise en place d'un service Uber (x2) ; Adapter les horaires de services (x11) ; "véhicules de tourisme pour tous" (x6) ; "Tram train" (x8) ; Amélioration du trafic (x3) ; Améliorer les routes (x2)
<i>Prix</i> (56)	Tarifs adaptés (x46) ; Réduction du prix des billets d'avion (x2) ; Pass culture ou sport (x5) ; Guide de montagne à des prix abordables ; Restaurants moins chers
<i>Communication</i> (48)	Améliorer la campagne de promotion IRT (x2) ; Développer les médias ; Améliorer la communication digitale (44) ; Promouvoir tous les types d'hébergements
<i>Activités</i> (48)	Plus d'activités gratuites ou moins chères (x27) ; Création de parcs d'attractions (4) ; Augmenter le nombre d'activités culturelles (x11) ; Décentraliser les activités vers les quartiers (x6)
<i>Hébergement</i> (21)	Plus de diversité (x13) ; Créer des auberges de jeunesse (x8)
<i>Accueil</i> (21)	Faire plus de sondages pour adapter les offres (x5) ; Améliorer l'accueil et la formation du personnel (x10) ; Favoriser les rencontres avec les néo arrivants (x6)
<i>Autres</i> (28)	Renforcer les aides aux communes (x2) ; Être plus ambitieux, innovants (x3) ; Régler la « crise requin » (x10) ; Valoriser les prestataires de services à destination des jeunes (x7) ; Améliorer l'entretien des espaces naturels (x6)

Le thème des transports est celui qui domine à nouveau en priorité dans l'ensemble des suggestions (32%). 69% des jeunes parlant des transports émettent un souhait d'amélioration du réseau de bus et 11% pensent qu'il serait intéressant d'adapter les horaires de service en élargissant les plages horaires afin de proposer des bus tardivement dans la soirée. 8% émettent l'idée de mise en place d'un tram-train, qui est un projet ferroviaire reliant le Nord à l'Ouest, mais cette hypothèse a été abandonnée à la mi-2010 au profit de la construction de la Nouvelle Route du Littoral. Le deuxième thème de suggestions abordé est celui des tarifs (17%). 82% des jeunes, émettant une idée pour améliorer les prix, aimeraient que des tarifs adaptés aux publics jeunes soient mis en place. 9% proposent la création d'un "Pass culture" ou sport qui offrirait de meilleurs tarifs sur le type d'activités choisi. 15% souhaitent qu'une amélioration soit faite au niveau de la communication, notamment digitale (92% d'entre eux). 15% proposent des idées pour les activités. Certains souhaitent qu'il y ait davantage d'activités gratuites ou moins onéreuses, d'autres attendent une augmentation des pratiques. La création de parcs d'attraction est également suggérée. En ce qui concerne les hébergements, ils sont 6% à souhaiter qu'il y ait plus de diversité et 38% d'entre eux proposent plus d'auberges de jeunesse. L'amélioration de l'accueil est suggérée par 6%, notamment grâce à la formation des personnels d'accueil et la mise en place de systèmes favorisant les rencontres. Les 9% des suggestions restantes concernent la gestion de la « crise requin », l'amélioration de l'entretien des espaces naturels et la valorisation des prestations à destination des jeunes. L'aide aux communes est également abordée. En effet, deux jeunes pensent qu'en aidant certaines communes à développer leurs activités de loisirs, elles seraient plus attractives et plus dynamiques.

4. Synthèse

La Réunion est une destination qui plaît aux jeunes qui y sont installés. Ils y apprécient essentiellement sa nature luxuriante et son climat mais également l'ambiance générale qui y règne. Comme une parenthèse exotique qui se prolonge sur plusieurs années, vivre à La Réunion s'accompagne d'un certain confort pour les jeunes non insulaires. Sa position géographique et le fait qu'elle soit française attirent ceux qui proviennent d'un pays de la zone océan Indien. Au vu des retours formulés par l'ensemble de la population sondée, l'île réunit tous les critères pour répondre à une demande de jeunes touristes résidents. Elle propose une multitude d'activités, dépayse, permet la rencontre et facilite l'ouverture d'esprit. C'est également une destination d'attache où chacun retrouve sa famille ou ses amis. Néanmoins, des efforts sont à fournir en ce qui concerne l'accueil, les tarifs, le réseau de transports, la communication et il est essentiel de mettre en lumière les lacunes dans la formation du personnel touristique. En effet, le tourisme se décline en divers métiers et ce sont les personnes de ces corps de métiers qui sont la première image que les jeunes néo-arrivants ont de l'île. Ajoutons à cela que ce sont également eux qui familiarisent les jeunes locaux à l'activité touristique : il est donc essentiel qu'ils soient irréprochables et compétents lors de leur accueil. L'amélioration du réseau de transports en commun constitue un enjeu majeur. Sévèrement critiqué pour ses difficultés liées à la ponctualité, ses horaires de service restreints et le manque de présence sur certains sites, il est nécessaire que les collectivités territoriales prennent ces remarques en considération pour améliorer leur offre touristique à destination des jeunes. La mise en place de tarifs pour les personnes âgées entre 15 et 30 ans est également conseillée pour populariser la pratique d'un plus grand nombre d'activités. Enfin, une meilleure communication digitale pourrait permettre à l'île de mieux partager les informations sur ses événements et prestations de services touristiques auprès des jeunes résidents, qui mentionnent rencontrer des difficultés à trouver celles dont ils ont besoin. Afin de synthétiser les différents résultats, des « fiches actions » sont créées et présentent les caractéristiques principales de chacun des groupes établis ainsi que les actions à mettre en œuvre pour répondre à la demande des jeunes touristes internes présents à La Réunion.

Groupe	Caractéristiques
« Réunionnais »	<p>Plutôt jeunes : 49% ont entre 15 et 18 ans</p> <p>Plutôt étudiants et demandeurs d'emplois : 32% et 46%</p> <p>Plutôt célibataires et sans enfants : 79%</p> <p>Plutôt dépendants des proches pour le logement : 74%</p> <p>Plutôt sportifs : 73%</p> <p>Plutôt pratiquants d'activités culturelles : 46%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (47%) 2. Vélo, VTT (21%) 3. Plongée (9%)</p> <p>Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques excursionnistes (63%) ; et dans le cadre touristique (64%), occasionnellement et durant de courts séjours (80% consomment moins d'une nuitée par mois).</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Festivals, concerts (37%) 2. Danse traditionnelle (18%) 3. Musées (14%)</p> <p>Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques excursionnistes (66%) ; Et dans le cadre touristique (69%), très occasionnellement et durant de courts séjours (81% consomment moins d'une nuitée par mois).</p> <p><u>Transports</u> : 1. Transports en commun (44%) 2. Véhicule personnel (41%) 3. Covoiturage (11%)</p> <p><u>Budgets</u> : Activités : Plutôt inférieur ou égal à 40€ (79%) Transports : Réparti dans les différentes tranches définies</p>
Recommandations	
<p>Clientèle adepte d'activités, qu'elles soient culturelles ou sportives, il est essentiel de lui en proposer plusieurs et à des prix n'excédant pas 40€. Se déplaçant en grande partie grâce aux bus, il est essentiel que le réseau desserve l'ensemble des sites touristiques et des activités pour qu'ils puissent y avoir accès. Majoritairement jeunes, célibataires et sans enfant, il serait intéressant de mettre en place des services touristiques facilitateurs de rencontres (ex : plateforme web, sorties de groupes).</p>	

Groupe	Caractéristiques
« <i>Métropolitains</i> »	<p>Plutôt des femmes : 65%</p> <p>Plus âgés : 93% ont entre 19 et 30 ans</p> <p>Plutôt en emploi : 66%</p> <p>Plutôt sans enfant : 89%</p> <p>Plutôt en couple : 56%</p> <p>Plutôt autonomes au niveau de leur résidence : 87%</p> <p>Sportifs : 91%</p> <p>Plutôt pratiquants d'activités culturelles : 55%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (89%) 2. Plongée (42%) 3. Canyoning (36%)</p> <p>Plutôt réalisées régulièrement (58%) Et dans le cadre touristique (90%), plutôt très occasionnellement et durant de courts séjours (57% consomment moins d'une nuitée par mois et 36% entre une et deux par mois).</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Festivals, concerts (41%) 2. Musées (32%) 3. Danse traditionnelle (16%)</p> <p>Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques régulières (58%) ; Et dans le cadre touristique (92%), plutôt très occasionnellement et durant de courts séjours (53% consomment moins d'une nuitée par mois et 38% entre une et deux par mois).</p> <p><u>Transports</u> : 1. Véhicule personnel (59%) 2. Transports en commun (21%) 3. Covoiturage (15%)</p> <p><u>Budgets</u> : <i>Activités</i> : Plutôt supérieur à 40€ (51%) <i>Transports</i> : Réparti dans les différentes tranches définies</p>
<p style="text-align: center;">Recommandations</p> <p>Très sportifs et adaptes des activités culturelles, ils ont une pratique très diversifiée et ont besoin qu'on leur propose un large choix d'activités, quitte à dépenser plus que la moyenne. Pour la plupart en situation d'emploi, en couple et sans enfant, ils disposent d'un pouvoir d'achat plus élevé que les autres catégories et ont un budget plus conséquent pour leurs loisirs. Plus âgés, ayant une autonomie résidentielle, ils préfèrent leurs véhicules personnels pour se déplacer.</p>	

Groupe	Caractéristiques
<p data-bbox="236 824 427 864">« <i>Voisins</i> » ⁴⁷⁶</p>	<p data-bbox="485 237 767 264">Plutôt des hommes : 83%</p> <p data-bbox="485 282 963 309">Plutôt jeunes : ils ont tous entre 15 et 25 ans</p> <p data-bbox="485 327 1139 353">Plutôt sans emploi et étudiants : respectivement 83% et 13%</p> <p data-bbox="485 371 751 398">Plutôt sans enfant : 87%</p> <p data-bbox="485 416 751 443">Plutôt célibataires : 88%</p> <p data-bbox="485 461 1050 488">Plutôt dépendants au niveau de leur résidence : 79%</p> <p data-bbox="485 506 715 533">Plutôt sportifs : 70%</p> <p data-bbox="485 607 863 633"><u>Activités sportives</u> : 1. VTT (38%)</p> <p data-bbox="708 651 932 678">2. Randonnée (25%)</p> <p data-bbox="708 696 948 723">3. Course à pied (8%)</p> <p data-bbox="485 741 1177 768">Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques excursionnistes : 59%</p> <p data-bbox="485 786 900 813">Moins dans le cadre touristique : 35%</p> <p data-bbox="485 887 1023 913"><u>Activités culturelles</u> : 1. Festivals, concerts (29%)</p> <p data-bbox="719 931 1027 958">2. Danse traditionnelle (8%)</p> <p data-bbox="719 976 1139 1003">3. Musées et découverte (4% chacune)</p> <p data-bbox="485 1021 1394 1084">Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques régulières : 67% assistent fréquemment à des festivals ou des concerts ;</p> <p data-bbox="485 1102 842 1128">Dans le cadre touristique : 50% ;</p> <p data-bbox="485 1146 1315 1173">Et régulièrement pour certains : 67% consomment plus de 4 nuitées par mois</p> <p data-bbox="485 1245 932 1272"><u>Transports</u> : 1. Véhicule personnel (52%)</p> <p data-bbox="619 1290 959 1317">2. Transport en commun (35%)</p> <p data-bbox="619 1335 858 1361">3. Covoiturage (13%)</p> <p data-bbox="485 1435 1102 1462"><u>Budgets</u> : Activités : Plutôt inférieur ou égal à 20€ (72%)</p> <p data-bbox="596 1480 1043 1507">Transports : Plutôt entre 20 et 40€ (46%)</p>
<p data-bbox="703 1543 890 1570" style="text-align: center;">Recommandations</p> <p data-bbox="201 1588 1394 1695">Sportifs mais pratiquant moins d'activités que les autres, ils se contentent des activités classiques liées à un environnement terrestre. Ayant un budget plus limité que les autres catégories, ils favorisent les activités gratuites ou ne dépassant pas 20€. Prférant investir dans leur moyen de transport, ils se déplacent avec leur propre véhicule et peuvent visiter facilement l'ensemble de l'île. Proposer des activités et des services touristiques à bas prix est essentiel pour toucher cette clientèle.</p>	

⁴⁷⁶ Natifs de l'océan Indien (hors Réunion)

Groupe	Caractéristiques
« <i>Étrangers</i> »	<p>Plutôt en emploi et étudiants : respectivement 40% et 60%</p> <p>Plutôt sans enfant : 93%</p> <p>Plutôt célibataires : 63%</p> <p>Plutôt autonomes au niveau de leur résidence : 90%</p> <p>Sportifs : 100%</p> <p>Adeptes d'activités culturelles : 70%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (80%) 2. Plongée (50%) 3. Sports d'eaux-vives (37%)</p> <p>Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques excursionnistes : 60%</p> <p>Et dans le cadre touristique (90%), occasionnellement et lors de courts séjours (63% consomment moins d'une nuitée par mois et 37% d'une à deux nuitées par mois).</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Festivals, concerts (47%) 2. Musées (47%) 3. Danse traditionnelle (27%)</p> <p>Plutôt réalisées dans le cadre de pratiques excursionnistes : 52%</p> <p>Et dans le cadre touristique (95%), occasionnellement et lors de courts séjours (60% consomment moins d'une nuitée par mois et 40% d'une à deux nuitées par mois).</p> <p><u>Transports</u> : 1. Transports en commun (44%) 2. Véhicule personnel (31%) 3. Covoiturage (15%)</p> <p><u>Budgets</u> : Activités : Plutôt supérieur ou égal à 20€ (95%) Transports : Plutôt supérieur ou égal à 40€ (47%) Plutôt inférieur ou égal à 20€ (40%)</p>
<p style="text-align: center;"><u>Recommandations</u></p> <p>Regroupant deux types de clientèles, cette catégorie a des attentes différentes. Les jeunes « étrangers » en emploi ayant un budget plus important que les étudiants préfèrent les campings. Pour les transports, même si une grande partie favorise les transports en commun, ceux qui le peuvent se déplacent grâce à leur propre véhicule. L'ensemble pratique des activités sportives et une grande majorité s'adonne à des loisirs culturels. À l'image des jeunes métropolitains, ils ont besoin qu'un large choix d'activités leur soit proposé.</p>	

IV. Analyse des pratiques externes et bilan des enquêtes quantitatives

A. Les jeunes touristes externes

1. Structure du questionnaire

Les questionnaires à destination des touristes extérieurs sont composés de quatre parties distinctes regroupant au total 35 questions. Ces questions sont posées par un prestataire extérieur à un total de 450 jeunes qui ne résident pas sur l'île. Afin de rendre la lecture plus aisée en évitant la répétition de formules longues, le questionnaire concernant les touristes résidents prendra l'appellation « Q1 » (questionnaire n°1).

a) Identité et résidence

Une première rubrique s'intéresse à l'identité de la personne interrogée. Pour ce panel d'individus, les réponses des personnes vivant sur l'île sont exclues, seules celles des jeunes vivant en dehors du territoire sont étudiées. Les questions sur les situations familiales, professionnelles et d'hébergement sont également abordées et les informations demandées sur les corps de métiers gagnent en précision par rapport au Q1. En effet, cette enquête est diffusée grâce à un prestataire extérieur, qui apporte quelques corrections au questionnaire à destination des touristes internes. Ainsi, il est possible, lors de l'analyse, de segmenter les différentes catégories socio-professionnelles de jeunes présentes dans l'échantillon consulté.

b) Affinité territoriale

La deuxième partie s'oriente, comme lors du Q1, sur le rapport de nos interlocuteurs avec La Réunion. Ainsi, il leur est demandé le moyen qui leur a permis de connaître l'île. Plusieurs choix de réponses sont possibles. Ils sont également interrogés sur les hésitations qu'ils ont pu avoir avec d'autres possibles destinations et les raisons qui les poussent à finalement choisir La Réunion. En effet, il semble intéressant de savoir quelles destinations sont susceptibles d'être en concurrence avec l'île.

c) *Types de séjour et activités*

La troisième partie apporte des renseignements sur les caractéristiques des séjours des jeunes touristes externes. La première question concernant l'objet de leur séjour informe sur la répartition entre les séjours d'agrément, ceux d'affaires et les séjours affinitaires. De même que pour les jeunes touristes internes, il est souhaitable d'en apprendre davantage sur les prestations auxquelles ils ont recours en termes d'activité, d'hébergement, de transport et de restauration. Plusieurs choix sont possibles là aussi. Les budgets qu'ils y accordent leurs sont ensuite demandés. La question de l'hébergement est comme, pour la clientèle locale, traitée dans la dernière partie de la thèse.

d) *Le ressenti*

La dernière partie contient des questions ouvertes. Elle interroge les jeunes sur l'intention de revenir sur l'île pour un prochain séjour de vacances, sur les difficultés rencontrées au cours de leurs séjours, tout en leur permettant également de suggérer des idées concernant l'amélioration des prestations touristiques de l'île orientées vers un jeune public.

2. Passation

Les questionnaires à destination des touristes externes sont diffusés par l'intermédiaire d'un prestataire spécialisé dans l'administration de questionnaires et leur analyse. La période de recueil a lieu du 26 décembre 2018 au 26 février 2019 et au total, 450 questionnaires sont validés pour 1007 personnes interrogées. Avant de débiter l'analyse des résultats, il semble essentiel de préciser que l'administration des questionnaires débute pendant la « crise des Gilets Jaunes ». Mouvement contestataire, né sur internet et résultant d'une colère citoyenne, les Gilets Jaunes appellent à une mobilisation nationale des populations le samedi 17 novembre. À La Réunion, les principales revendications sont liées au manque de pouvoir d'achat dû à « la vie chère » et à une opposition à la hausse des prix du carburant⁴⁷⁷. Cette crise se manifeste par la mise en place de blocages paralysant les axes routiers de l'île et des violences urbaines à compter du dimanche 18 novembre. Ainsi, cette paralysie totale d'une durée proche de trois

⁴⁷⁷ L. PHILIPPON, « Retour sur onze jours de crise sociale à La Réunion [CHRONOLOGIE] », *Réunion la 1ère*, 27 novembre 2018, [En ligne]. <<https://la1ere.francetvinfo.fr/reunion/retour-onze-jour-crise-sociale-reunion-chronologie-655901.html>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

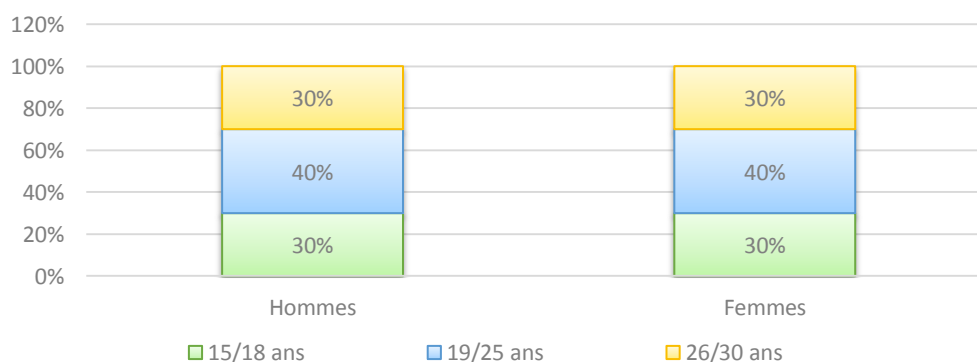
semaines entraîne des conséquences portant préjudice à l'économie locale mais également sur le secteur touristique : « Le plus dur a été pour le secteur sport et nature. Il n'y a eu aucune réservation pendant les semaines de blocage », « Onze paquebots de croisière transportant 13.000 touristes ont été déroutés [...] Ces images de touristes, bloqués à l'aéroport ou à pied, tirant désespérément leurs valises vers Saint-Denis à cause des blocages des routes. Et nous ne mesurons pas encore l'impact sur les réseaux sociaux et auprès de leurs amis, de leurs proches »⁴⁷⁸, énumère Stéphane Fouassin, président de l'Île Réunion Tourisme Cette situation a des conséquences sur l'appréciation des touristes présents sur l'île lors de cette période et les semaines suivantes. Il est donc nécessaire d'en tenir compte lors de l'analyse. Le tableau et le graphique suivants présentent la répartition des personnes interrogées en fonction de leur tranche d'âge et de leur sexe.

Figure 221 : Échantillon de l'enquête auprès des jeunes touristes externes à La Réunion

Quotas demandés	Hommes			Femmes		
	15-18	19-25	26-30	15-18	19-25	26-30
	67	90	67	68	90	68
Sous total	224			226		

Le premier objectif est d'obtenir un échantillon équilibré en ce qui concerne les sexes et les

Figure 220 : Répartition des jeunes touristes externes interrogés en fonction de leur tranche d'âge et de leur sexe



tranches d'âges afin d'obtenir la vue la plus représentative possible de l'ensemble des jeunes.

⁴⁷⁸ L. PHILIPPON, « A La Réunion, le mouvement des “gilets jaunes” a été “pire qu’un cyclone” pour l’économie », *Réunion la 1ère*, 12 février 2019, [En ligne]. <<https://la1ere.francetvinfo.fr/reunion-mouvement-gilets-jaunes-ete-pire-qu-cyclone-economie-679219.html>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

La tranche des 19/25 ans étant à la fois la médiane et la plus étendue, il est acceptable qu'elle présente le plus grand nombre de personnes interrogées.

3. Résultats

a) Présentation

✚ Une majorité de jeunes en provenance de France métropolitaine

Figure 223 : Pays de résidence des jeunes touristes externes

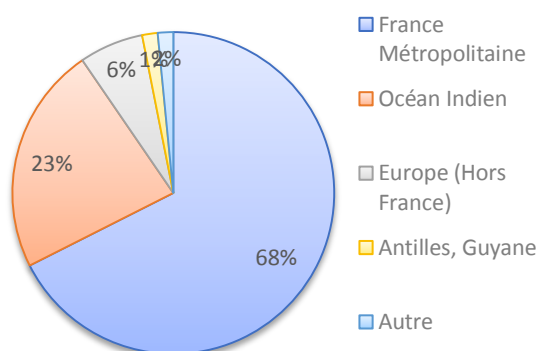
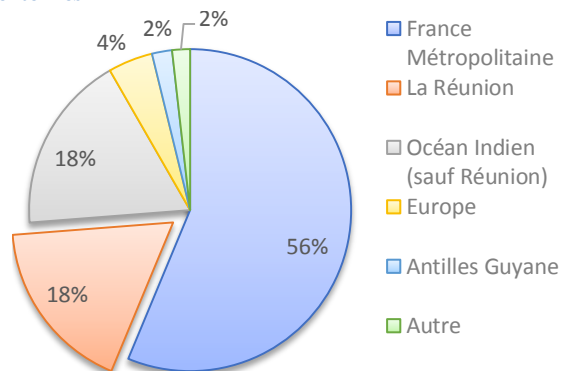


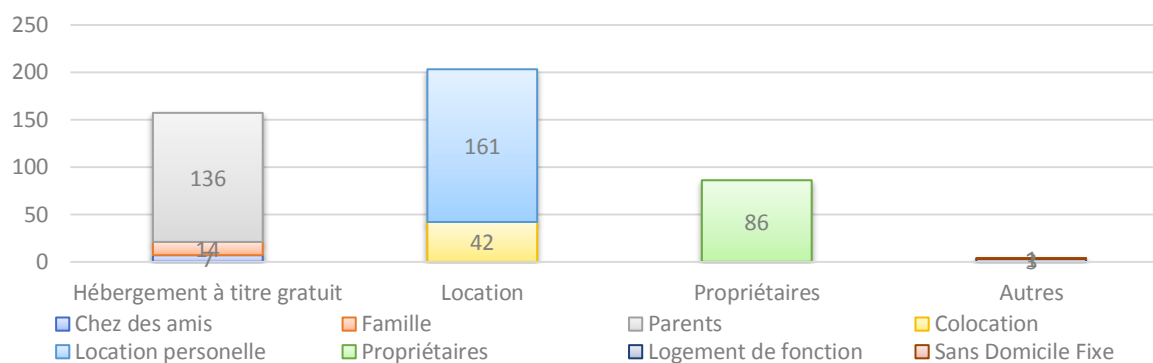
Figure 222 : Lieu de naissance des jeunes touristes externes



Tout comme pour l'observation de la fréquentation touristique de l'île en général, la majorité des jeunes voyageurs à La Réunion résident en France métropolitaine (68% dont 17% nés à La Réunion). Près d'un quart (23%) vivent dans la zone océan Indien, 6% en Europe et très peu aux Antilles (1%). Les autres (1%) proviennent du Canada, de Chine et des États-Unis. La détermination du lieu de naissance met en avant la part des Réunionnais et permet de les distinguer du reste des Français. Les natifs de l'île représentent 18% de l'échantillon. Une partie spécifique est dédiée à leurs pratiques touristiques afin de déterminer leurs particularités, si elles existent, et de les comparer à celles des jeunes touristes internes nés à La Réunion. Ainsi, l'objectif est d'observer si leur expérience de mobilité a une quelconque influence sur ces pratiques ou si, au contraire, il n'existe pas de corrélation.

✚ Des jeunes en autonomie résidentielle

Figure 224 : Situation d'hébergement habituelle de notre échantillon de jeunes touristes externes



Plus de la moitié de l'échantillon vit dans un logement payant (64%), dont une grande majorité en location (70%) individuelle ou partagée.

Figure 225 : Répartition des jeunes touristes externes vivant dans un hébergement payant

	<i>Étudiants</i>	<i>En emploi</i>	<i>Sans activité</i>	<i>Totaux</i>
Location personnelle	31	116	14	161
15 – 18 ans	16	2	1	19
19 – 25 ans	12	67	8	87
26 – 30 ans	3	47	5	55
Colocation	23	18	1	42
15 – 18 ans	9	0	1	10
19 – 25 ans	13	12	0	25
26 – 30 ans	1	6	0	7
Propriétaires	3	77	6	86
15 – 18 ans	1	2	0	3
19 – 25 ans	1	20	4	25
26 – 30 ans	1	55	2	58
Totaux	57	211	21	289

Grâce à ce tableau, il est possible d'établir que près de la moitié des jeunes touristes qui se rendent à La Réunion est autonome au niveau de son lieu de résidence (47%). En effet, sur un total de 450 personnes interrogées, elles sont 211 à travailler et à financer leur lieu de vie.

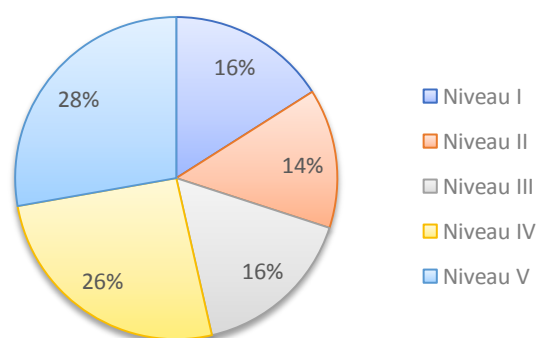
Figure 226 : Répartition des jeunes touristes externes hébergés à titre gratuit

	<i>Étudiants</i>	<i>En emploi</i>	<i>Sans activité</i>	<i>Total</i>
<i>15 – 18 ans</i>	97	2	4	103
<i>19 – 25 ans</i>	19	14	7	40
<i>26 – 30 ans</i>	1	10	3	14
<i>Total</i>	117	26	14	157

35% des jeunes sont hébergés à titre gratuit, dont la majorité par leurs parents (87%). 66% d'entre eux sont âgés entre 15 et 18 ans, 25% entre 19 et 25 ans et 9% entre 26 et 30 ans. Les jeunes scolarisés constituent le groupe le plus important de cette catégorie (75%), notamment chez les 15-18 ans (94%).

✚ Des jeunes aux niveaux d'études élevés ou en cours de formation

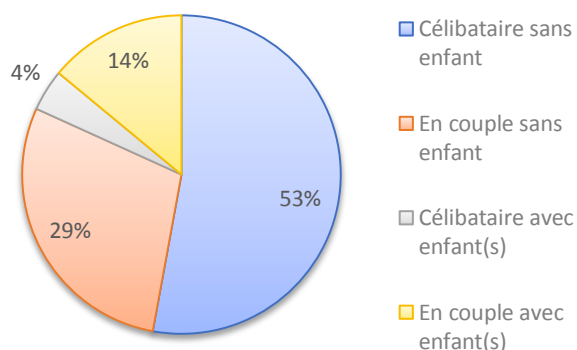
Figure 227 : Répartition du niveau d'études des jeunes touristes externes



Parmi les 125 jeunes dont le niveau d'étude le plus élevé correspond à un CAP, un BEP ou un certificat de formation professionnelle du premier degré, 92 sont encore étudiants (74%), et la grande majorité a entre 15 et 18 ans (77%). Ceci sous-entend que la majorité des personnes déclarant un niveau d'études V n'ont pas terminé leur cursus de formation. 72% des jeunes interrogés sont au moins titulaires du Baccalauréat.

✚ Des jeunes visiteurs majoritairement sans enfant

Figure 228 : Situation familiale des jeunes touristes externes



« Le niveau de vie est égal au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation. Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage. »⁴⁷⁹ Ainsi, déterminer la situation familiale de chaque jeune permet de vérifier si le niveau de vie influence les habitudes de consommation touristique des jeunes à La Réunion. À titre d'exemple, un

jeune célibataire avec enfant doit lui accorder une partie de ses revenus, contrairement à celui qui n'en a pas. Évidemment, le seul critère de la situation familiale ne suffit pas à déterminer le niveau de vie du foyer. Il faut y ajouter la catégorie socioprofessionnelle.

Figure 229 : Répartition de la parentalité des touristes externes en fonction de leur catégorie socioprofessionnelle

	En couple avec enfant(s)	Célibataires avec enfant(s)	Total
<i>Cadres et professions intellectuelles supérieures</i>	17	2	19
<i>Professions intermédiaires</i>	10	5	15
<i>Employés</i>	13	1	14
<i>Ouvriers</i>	8	3	11
<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprises</i>	6	3	9
<i>Agriculteurs, exploitants</i>	0	0	0
<i>Étudiants</i>	1	3	4
<i>Sans activité professionnelle</i>	7	2	9
<i>Militaire du contingent</i>	1	0	1
Total	63	19	82

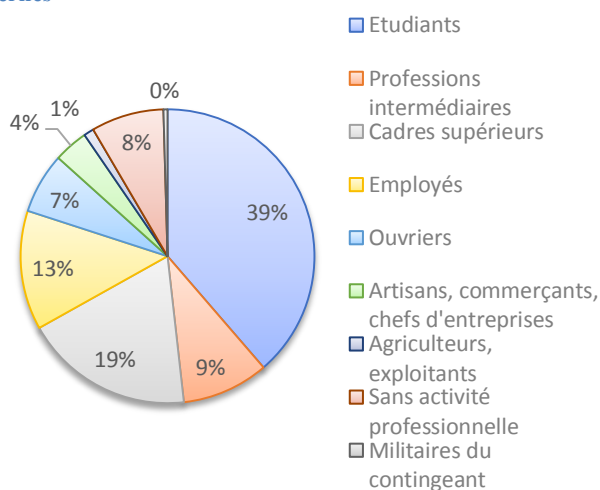
⁴⁷⁹ « Définition - Niveau de vie | Insee », Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, 13 octobre 2016, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1890>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

La majorité des jeunes interrogés n'a pas d'enfant (82%) et plus de la moitié d'entre eux est célibataire (53%). Sur un total de 82 parents, 63 sont en couple (32 femmes et 31 hommes) et 19 sont célibataires (9 femmes et 10 hommes). Sur les 19 célibataires, 3 sont étudiants : deux hommes résident en France métropolitaine. L'un âgé entre 15 et 18 ans, vivant dans une location personnelle, l'autre âgé entre 26 et 30 ans vivant en collocation et étant né à La Réunion. La femme, originaire de Mayotte, est, quant à elle, âgée entre 19 et 25 ans et vit chez ses parents. Deux d'entre eux n'exercent aucune activité professionnelle : un homme et une femme résident à Mayotte dont ils sont originaires. Âgés tous deux entre 26 et 30 ans, ils vivent chez leurs parents. L'homme dispose d'un niveau d'études V alors que la femme dispose d'un niveau IV. Sur les 63 jeunes parents en couple, l'une est étudiante, 7 sont sans activité professionnelle et un est militaire du contingent. L'étudiante originaire et résidant en France métropolitaine dans un logement dont elle est propriétaire, est âgée entre 26 et 30 ans et dispose d'un diplôme de niveau III. Le militaire du contingent a entre 26 et 30 ans et est propriétaire d'un logement à Mayotte, dont il est originaire. Les sept autres sont des femmes : 4 âgées entre 19 et 25 ans et 3 entre 26 et 30 ans. Parmi les plus jeunes, deux résident à Madagascar, dont elles sont originaires. L'une est propriétaire et dispose d'un diplôme de niveau IV, l'autre est hébergée par sa famille et dispose d'un niveau d'études V. Titulaire d'un diplôme de niveau V, la troisième est originaire de Mayotte et y vit chez sa famille. La dernière, originaire de La Réunion, diplômée de niveau III, vit en France métropolitaine dans une location personnelle. Concernant celles qui sont âgées entre 26 et 30 ans, elles ont toutes le baccalauréat ou un diplôme équivalent. Deux sont propriétaires : une Malgache vivant à Madagascar et une Française résidant en Métropole. La dernière demeure en France métropolitaine dans une location personnelle. Aussi, la plupart des jeunes touristes qui sont parents travaillent (84%) et la moitié d'entre eux occupe des professions de cadres ou intermédiaires. Seuls 5% sont étudiants et 11% sans activité salariée. Parmi ceux qui ne travaillent pas, on relève une majorité de personnes majeures et en couple, ce qui sous-entend qu'elles disposent d'une aide financière du conjoint.

✚ Plus de la moitié de l'échantillon travaille

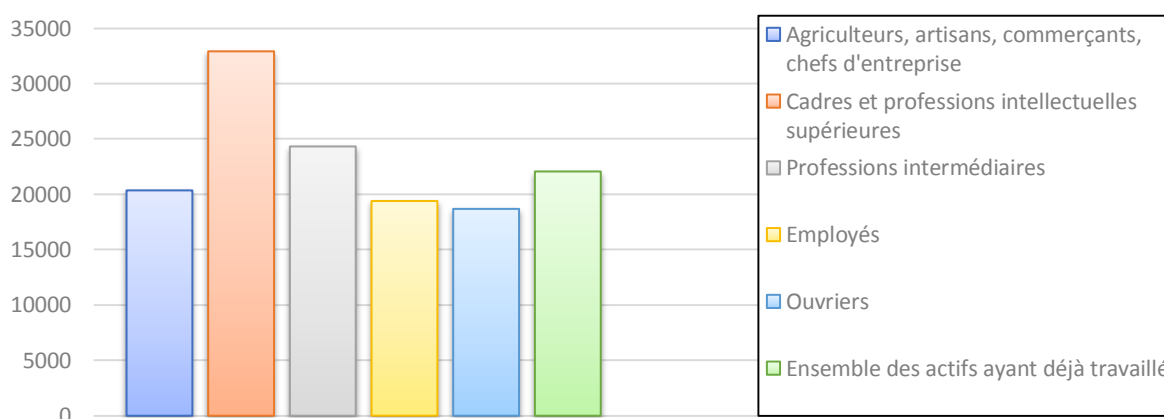
- 53% des jeunes touristes ont un emploi

Figure 230 : Situation professionnelle des jeunes touristes externes



La plus grande partie des jeunes interrogés travaillent (53%). Afin de dégager les caractéristiques des jeunes interrogés en fonction de leurs métiers, les résultats sont présentés dans les tableaux suivants. Les études de l'INSEE sur le niveau de vie⁴⁸⁰ démontrent qu'il n'est pas le même en fonction de la catégorie socio-professionnelle de l'individu.

Figure 231 : Niveau de vie médian selon la catégorie socioprofessionnelle en 2017 selon l'INSEE⁴⁸¹



Ainsi, en comparaison avec le niveau de vie médian de l'ensemble des actifs ayant déjà travaillé, les cadres et professions intellectuelles supérieures, ainsi que les professions intermédiaires, ont un niveau de vie médian supérieur à l'ensemble des actifs. Les agriculteurs, artisans, commerçants, chefs d'entreprise, tout comme les employés et les ouvriers ont quant à

⁴⁸⁰ « Niveau de vie selon la catégorie socioprofessionnelle. Données annuelles de 1996 à 2017 | Insee », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 10 septembre 2019, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2489735#tableau-Donnes>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

⁴⁸¹ *Ibid.*

eux un niveau de vie médian inférieur à l'ensemble des actifs. Identifier les professions des jeunes interrogés permet de définir les différentes catégories socio-professionnelles présentes dans l'échantillon.

Figure 232 : Caractéristiques des cadres appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes

	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	26	22	48
<i>Hommes</i>	14	15	29
<i>Situation familiale</i>			
<i>En couple avec enfant(s)</i>	6	10	16
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	2	0	2
<i>En couple sans enfant</i>	22	16	38
<i>Célibataire sans enfant</i>	10	11	21
<i>Lieu d'habitation</i>			
<i>Location personnelle</i>	23	13	36
<i>Colocation</i>	5	2	7
<i>Propriétaire</i>	8	18	26
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	4	3	7
<i>Autre</i>	0	1	1
<i>Pays de résidence</i>			
<i>France métropolitaine</i>	26	25	51
<i>océan Indien</i>	9	11	20
<i>Europe</i>	4	0	4
<i>Antilles - Guyane</i>	1	1	2
<i>Autre</i>	0	0	0
<i>Total</i>	40	37	77

Parmi ceux qui travaillent, 19% sont des cadres et professions intellectuelles supérieures. L'INSEE précise que « cette catégorie regroupe des professeurs et professions scientifiques salariés qui appliquent directement des connaissances très approfondies dans les domaines des sciences exactes ou humaines à des activités d'intérêt général de recherche, d'enseignement ou de santé. Des professionnels de l'information des arts et des spectacles dont l'activité est liée aux arts et aux médias. Des cadres administratifs et commerciaux d'entreprise, salariés qui ont des responsabilités importantes dans la gestion des entreprises. Des ingénieurs et cadres techniques d'entreprise, salariés exerçant des fonctions de responsabilité qui nécessitent des connaissances scientifiques approfondies »⁴⁸². Pour davantage de précisions, sur un total de 84 jeunes issus de cette catégorie, 28 sont cadres de la fonction publique (33%), 24 sont cadres administratifs et commerciaux d'entreprise (29%), 12 sont ingénieurs et cadres des techniques d'entreprise (14%), 10 sont de profession libérale (12%), 8 sont de profession de l'information, des arts et des spectacles (10%) et 2 sont de profession scientifique (2%).

Figure 233 : Caractéristiques des employés appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes

	15 – 18 ans	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	2	13	12	27
<i>Hommes</i>	2	17	11	30
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	1	1	11	13
<i>En couple sans enfant</i>	2	15	7	24
<i>Célibataire sans enfant</i>	1	14	5	20
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	1	14	10	25
<i>Colocation</i>	0	5	2	7
<i>Propriétaire</i>	2	5	9	16

⁴⁸² « Professions et Catégories Socioprofessionnelles 2003 », Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, 1 janvier 2003, sect. Cadres et professions intellectuelles supérieures, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/pcs2003/categorieSocioprofessionnelleAgregree/1?champRecherche=true>> . (Consulté le 15 juillet 2020).

<i>Hébergement à titre gratuit</i>	1	3	2	7
<i>Autre</i>	0	2	0	2
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	2	21	16	39
<i>océan Indien</i>	2	5	6	13
<i>Europe</i>	0	0	1	1
<i>Antilles - Guyane</i>	0	2	0	2
<i>Autre</i>	0	2	0	2
<i>Total</i>	4	30	23	57

13% de nos sondés sont des employés. Ce groupe « rassemble des professions très variées et souvent mal définies. On y trouve les secrétaires et les agents de bureau, mais aussi les agents hospitaliers, les vendeurs, les pompiers ou les gens de maison. L'unité du groupe des employés repose en fait plus sur ce qu'ils sont que sur ce qu'ils font »⁴⁸³. Sur 59 de nos employés, 12 sont employés et agents de services de la fonction publique (20%), 22 sont employés administratifs d'entreprise (37%) et 25 sont employés de commerce (42%).

Figure 234 : Caractéristiques des jeunes de professions intermédiaires appartenant à l'échantillon de touristes externes

	<i>19 – 25 ans</i>	<i>26 – 30 ans</i>	<i>Total</i>
<i>Femmes</i>	7	13	20
<i>Hommes</i>	12	11	23
<i>Situation familiale</i>			
<i>En couple avec enfant(s)</i>	3	7	10
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	2	3	5
<i>En couple sans enfant</i>	7	9	16

⁴⁸³ « Professions et Catégories Socioprofessionnelles 2003 », Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, 1 janvier 2003, sect. Cadres et professions intellectuelles supérieures, opt. cit., sect. Employés.

<i>Célibataire sans enfant</i>	7	5	12
<i>Lieu d'habitation</i>			
<i>Location personnelle</i>	13	10	23
<i>Colocation</i>	0	1	1
<i>Propriétaire</i>	3	10	13
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	3	3	6
<i>Autre</i>	0	0	0
<i>Pays de résidence</i>			
<i>France métropolitaine</i>	14	18	32
<i>océan Indien</i>	4	4	8
<i>Europe</i>	1	2	3
<i>Total</i>	19	24	43

9% exercent une profession intermédiaire. Selon l'INSEE, « les membres de ce groupe occupent pour les deux tiers, une position intermédiaire entre les cadres et les agents d'exécution, ouvrier ou employés. Les autres travaillent dans l'enseignement, la santé et le travail social ; parmi eux, les instituteurs, les infirmières, les assistantes sociales »⁴⁸⁴. L'échantillon est composé de 43 jeunes de profession intermédiaire, dont 5 relèvent de la santé et du travail social (12%), 5 administratifs de la fonction publique (12%), 4 administratifs et commerciaux des entreprises (9%). 15 sont instituteurs et assimilés (35%), 14 sont techniciens (33%).

Figure 235 : Caractéristiques des ouvriers appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes

	<i>15 – 18 ans</i>	<i>19 – 25 ans</i>	<i>26 – 30 ans</i>	<i>Total</i>
<hr/>				
<hr/>				

⁴⁸⁴ « Professions et Catégories Socioprofessionnelles 2003 », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 1 janvier 2003, sect. Cadres et professions intellectuelles supérieures, opt. cit., sect. Professions Intermédiaires.

<i>Femmes</i>	0	1	1	2
<i>Hommes</i>	1	12	14	27
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	2	6	8
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	0	3	3
<i>En couple sans enfant</i>	0	4	4	8
<i>Célibataire sans enfant</i>	1	7	2	10
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	0	7	5	12
<i>Colocation</i>	0	1	1	2
<i>Propriétaire</i>	0	2	8	10
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	1	3	1	5
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	1	6	7	14
<i>océan Indien</i>	0	6	7	13
<i>Europe</i>	0	1	0	1
<i>Antilles - Guyane</i>	0	0	1	1
<i>Total</i>	1	13	15	29

Enfin, 7% des jeunes sont des ouvriers, pour la majorité qualifiés (23 sur 30).

Figure 236 : Caractéristiques des artisans, commerçants et chefs d'entreprises appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes

	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	2	4	6
<i>Hommes</i>	3	7	10
<i>Situation familiale</i>			
<i>En couple avec enfant(s)</i>	2	4	6
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	1	2	3
<i>En couple sans enfant</i>	1	4	5
<i>Célibataire sans enfant</i>	1	1	2
<i>Lieu d'habitation</i>			
<i>Location personnelle</i>	4	3	7
<i>Propriétaire</i>	1	7	8
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	0	1	1
<i>Pays de résidence</i>			
<i>France métropolitaine</i>	2	7	9
<i>océan Indien</i>	3	4	7
<i>Total</i>	5	12	16

4% sont artisans, commerçants ou chefs d'entreprises et 1% sont agriculteurs ou exploitants. 2 jeunes sont militaires du contingent. Ce sont des « hommes de nationalité française servant "pendant la durée légale" quel que soit leur grade, qu'ils soient engagés ou appelés »⁴⁸⁵.

⁴⁸⁵ « Professions et Catégories Socioprofessionnelles 2003 », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 1 janvier 2003, sect. Cadres et professions intellectuelles supérieures, opt.cit., sect. Militaires du contingent.

- *Des étudiants en nombre important et peu d'inactifs*

Figure 237 : Caractéristiques des étudiants appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes

	<i>15 – 18 ans</i>	<i>19 – 25 ans</i>	<i>26 – 30 ans</i>	<i>Total</i>
<i>Femmes</i>	64	26	4	94
<i>Hommes</i>	59	19	2	80
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	0	1	1
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	1	1	1	3
<i>En couple sans enfant</i>	6	14	2	22
<i>Célibataire sans enfant</i>	116	30	2	148
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	16	12	3	31
<i>Colocation</i>	9	13	1	23
<i>Propriétaire</i>	1	1	1	3
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	97	19	1	117
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	97	32	3	132
<i>océan Indien</i>	19	8	1	28
<i>Europe</i>	5	3	2	10
<i>Antilles - Guyane</i>	1	1	0	2
<i>Autre</i>	1	1	0	2
<i>Total</i>	123	45	6	174

39% sont étudiants, dont 70% sont âgés de 15 à 18 ans.

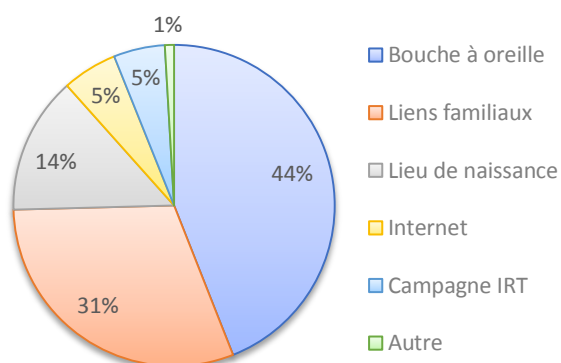
Figure 238 : Caractéristiques des jeunes sans activité professionnelle appartenant à l'échantillon de touristes externes

	15 – 18 ans	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	2	11	8	21
<i>Hommes</i>	4	9	2	15
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	4	3	7
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	0	2	2
<i>En couple sans enfant</i>	0	6	4	10
<i>Célibataire sans enfant</i>	6	10	1	17
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	1	8	5	14
<i>Colocation</i>	1	0	0	1
<i>Propriétaire</i>	0	4	2	6
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	4	7	3	14
<i>Autre</i>	0	1	0	1
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	4	14	5	23
<i>océan Indien</i>	2	6	5	13
<i>Total</i>	6	20	10	36

8% n'exercent pas d'activité professionnelle.

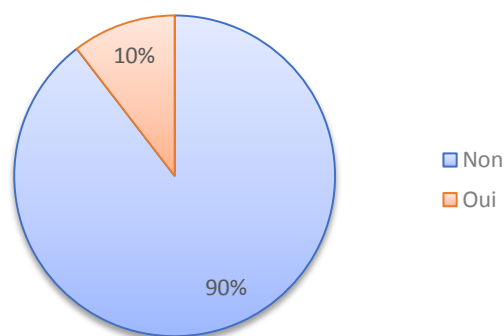
✚ Connaissance de l'île

Figure 239 : Les jeunes touristes externes connaissent l'île grâce :



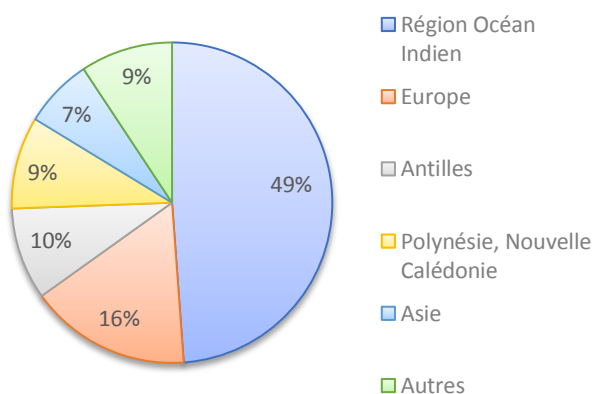
89% des personnes interrogées connaissent l'île grâce à leurs proches ou leurs connaissances via le bouche-à-oreille (44%), des liens familiaux (31%) ou parce que c'est leur lieu de naissance (14%). Les autres la découvrent par d'autres biais promotionnels, notamment internet et la campagne IRT. Ainsi, très peu de jeunes viennent grâce à la communication extérieure que propose l'île pour attirer des touristes.

Figure 240 : Part des jeunes touristes externes hésitant avec une autre destination



Seulement 10% hésitent avec une autre destination. Parmi eux, presque la moitié le fait avec un pays ou une île de la zone océan Indien (49%). Ainsi, 6 jeunes préfèrent La Réunion à l'île Maurice pour ses activités, pour l'aventure, pour rejoindre des amis, pour le prix du billet d'avion moins élevé et parce que La Réunion est française. Un autre fait le même choix sans préciser la raison.

Figure 241 : Destination concurrentes à La Réunion citées par les jeunes touristes externes



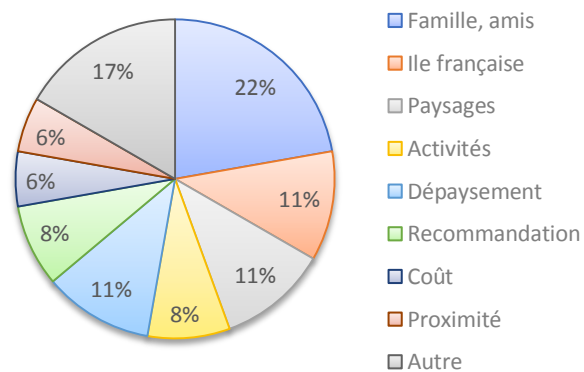
Cinq personnes comparent La Réunion avec Madagascar et la choisissent pour ses paysages et sa beauté (2). Ils la préfèrent également car c'est une île française, parce qu'ils craignent les maladies ailleurs, pour y rejoindre des amis, ou pour pratiquer des activités. Deux hésitent avec Mayotte. Un parce qu'il favorise des « vacances tranquilles entre amis » au lieu de se rendre à Mayotte pour y voir sa famille. Le deuxième aime tout simplement La Réunion car « c'est bien ici ».

Rodrigues fait hésiter deux autres personnes. Mais leur sélection s'arrête à La Réunion car elle dispose d'une meilleure image pour l'une et sans raison particulière pour l'autre. Les Seychelles

font douter l'un de nos visiteurs. Il préfère finalement La Réunion pour y séjourner un an et apprécier sa nourriture et son soleil. L'Afrique du Sud et l'Australie sont les derniers pays de la zone qui attirent deux jeunes. L'un d'entre eux a préféré La Réunion à l'Afrique du Sud pour y voir un membre de sa famille (cousine) et le second parce qu'elle est plus proche culturellement de la France. Les deux autres rejoignent La Réunion au détriment de l'Australie. Le premier car le billet d'avion est moins cher. Le deuxième pour y retrouver à la fois sa famille et apprécier « le changement de climat et de paysage en dix minutes ».

Les destinations européennes d'hésitations sont la France métropolitaine (3), le Royaume-Uni, la Crète et Amsterdam. Ils se sont finalement rendus à La Réunion pour y retrouver leur famille (2), pour son ambiance, pour se dépayser, pour son originalité et pour le travail. Ceux qui retiennent l'île et non celles des Antilles le font pour revoir leur famille, pour ses montagnes, pour sa proximité géographique et à partir de photos. Grâce aux recommandations de leurs proches, la proximité de l'île (2) et pour le travail, 4 jeunes préfèrent la destination aux îles polynésiennes et à la Nouvelle Calédonie. Pour des raisons sanitaires et parce qu'elle est plus atypique, trois choisissent La Réunion plutôt que des pays d'Asie. Enfin, 4 jeunes hésitent respectivement avec Dubaï, le Japon, l'Égypte et l'Amérique. Ceux qui préfèrent La Réunion à Dubaï et l'Amérique le font pour ses paysages, surtout pour le volcan et Cilaos en ce qui concerne le second. Celui qui la préfère au Japon précise que des raisons économiques motivent sa décision : « c'est une destination moins chère ». Rejoindre sa famille est la raison pour laquelle le dernier se rend à La Réunion et non en Égypte.

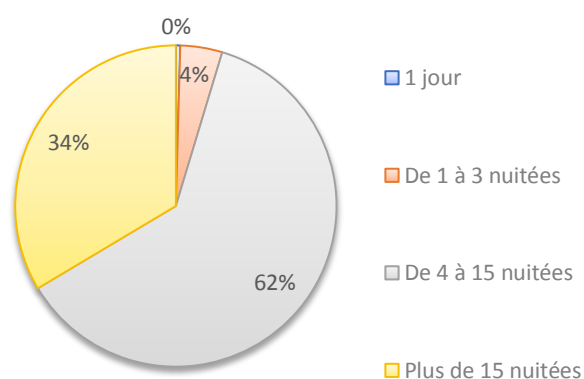
Figure 242 : Motifs d'hésitation avec une autre destination Au regard de l'ensemble des raisons avancées, l'on constate que celles qui convainquent finalement les jeunes de venir sur l'île sont principalement le fait de rejoindre des proches et que l'île soit française. Cette appartenance française présente un aspect rassurant, notamment au niveau des conditions sanitaires. Les recommandations des proches, les paysages, les activités, la proximité géographique, le dépaysement et les coûts (qu'ils soient liés au billet d'avion ou à celui du séjour sur place) sont également cités plusieurs fois.



✚ La Réunion, destination de longs séjours de vacances

▪ *Une majorité de longs séjours*

Figure 243 : Durée de séjour des jeunes touristes externes



La durée moyenne des séjours est estimée à 20 jours. La majorité reste durant des moyens et longs séjours, avec 62% de jeunes restant entre 4 et 15 nuitées et 34% plus longtemps. 4% se rendent sur l'île pour de courts séjours. La durée moyenne de séjour des touristes d'agrément est de 17 jours. La majorité passe entre 4 et 15 nuitées à La Réunion (76%) et 23% plus de 15 jours. Une seule personne de ce groupe est sur place pour 3 nuitées et

provient de Mayotte.

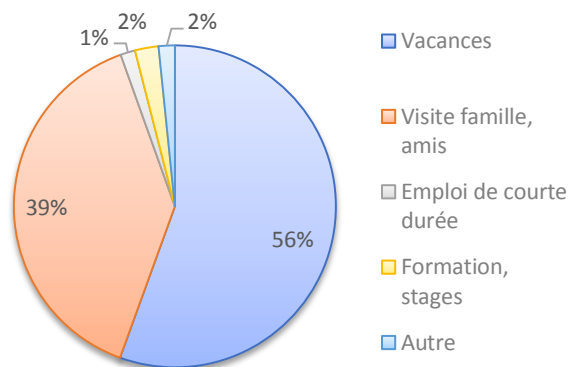
▪ *Les vacances comme premier motif de séjour*

Figure 244 : Motifs de séjours des jeunes touristes externes

	<i>Choix 1</i>	<i>Choix 2</i>	<i>Total</i>
<i>Vacances</i>	319	57	376
<i>Visite famille, amis</i>	87	177	264
<i>Emploi de courte durée, mission professionnelle</i>	18	8	26
<i>Formation, Stages</i>	15	1	16
<i>Autres</i>	11	0	11
<i>Total</i>	450	243	693

Plus de la moitié des jeunes touristes externes fondent leur choix sur deux raisons pour leur séjour à La Réunion : les vacances, qui sont majoritaires en premier choix (71%) et la visite de proches, qui domine en tant que deuxième choix (73%).

Figure 245 : Objet de séjour des jeunes touristes externes



Les jeunes touristes se rendent essentiellement à La Réunion pour des vacances. Néanmoins, l'une des spécificités de l'île est son taux important de touristes affinitaires. Les visites des amis et de la famille représentent 39% des motifs de séjours cités. Ils concernent 59% de l'échantillon. Les séjours d'agrément exclusifs sont l'objet de 31% du total.

b) Pratiques de l'ensemble des jeunes touristes externes

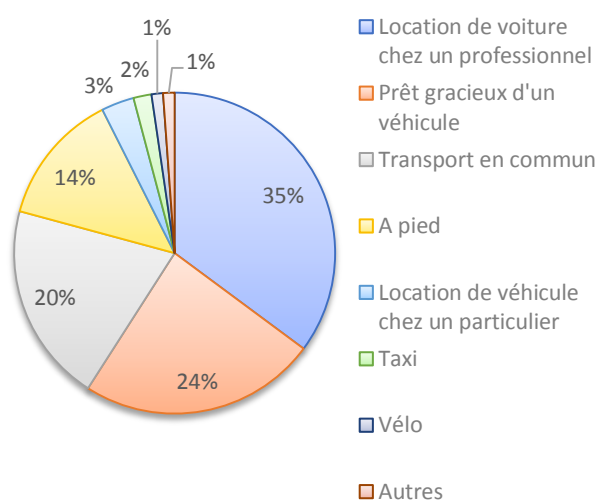
✚ Moyens de transport

Figure 246 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes externes lors de leur séjour sur l'île

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Total
<i>Location d'un véhicule chez un professionnel</i>	213	0	0	0	213
<i>Location de véhicule de particulier à particulier</i>	20	0	0	0	20
<i>Prêt gracieux du véhicule de la famille</i>	78	20	1	1	100
<i>Prêt gracieux du véhicule d'un ami</i>	24	19	2	0	45
<i>Taxi</i>	10	1	0	0	11
<i>Transport en commun</i>	98	24	0	0	122
<i>À pied</i>	3	75	0	3	81
<i>Vélo</i>	0	0	6	1	7
<i>Autres</i>	4	3	0	0	7
<i>Total</i>	450	142	9	5	606

Autres : voiture personnelle, achat d'un véhicule, les proches transportent (x2), stop (x2)

Figure 247 : Transports utilisés par les jeunes touristes externes



Près de la moitié des jeunes touristes (47 %) choisit de louer un véhicule chez un professionnel pour se déplacer sur l'île lors de son séjour. Sur la totalité des moyens de transport utilisés par l'ensemble, ils sont 35%. La grande majorité d'entre eux utilise exclusivement ce moyen de déplacement (81%). En ce qui concerne l'âge, il n'est pas constaté de gros écarts entre les différentes tranches : 33% des 15 – 18 ans louent des voitures, ils sont 33% chez les 19-25 ans et 34% chez les 26-30 ans.

✚ Restauration

Figure 248 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes externes

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Choix 5	Choix 6	Total
<i>A domicile</i>	41	26	16	27	20	1	131
<i>Boulangerie, points chauds</i>	20	74	79	24	1	0	198
<i>Chez des amis ou de la famille</i>	104	44	59	54	5	0	266
<i>Restaurants gastronomiques</i>	16	8	2	1	2	0	29
<i>Restaurants</i>	132	62	29	14	4	0	241
<i>Snack, bar, pizzeria</i>	136	143	34	13	2	0	328
<i>Autres</i>	1	0	0	0	1	0	2
Total	450	357	219	133	35	1	1195

Figure 249 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes externes

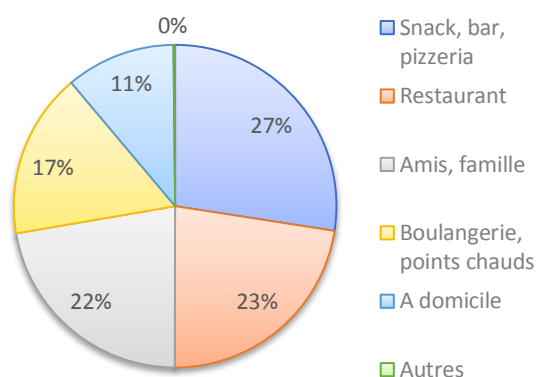
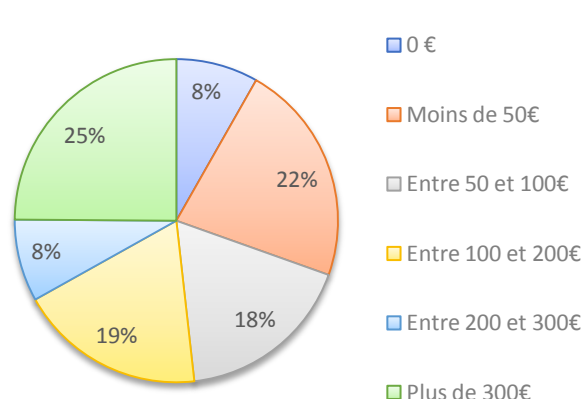


Figure 250 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes externes



Un tiers des jeunes touristes affirme manger à domicile ou chez des proches. A contrario, 2% se restaurent dans des restaurants gastronomiques dont un peu plus de la moitié (55%) en font leur choix principal, 27% se rendent dans les snacks, bars et pizzerias et 20% dans les restaurants « non-classés »⁴⁸⁶. Contrairement à ce que l'on observe en ce qui concerne les budgets accordés à l'hébergement, 8% des jeunes ne dépensent pas d'argent pour se restaurer. 22% accordent moins de 50€ à la restauration sur la durée totale de leur séjour, 18% entre 50 et 100€. 27% entre 100 et 300€ et 25% dépensent plus de 300€. Tout comme pour le budget lié à l'hébergement, par rapport à la durée de séjour moyenne de 20 jours, les dépenses liées à la restauration n'excèdent pas, ou pour une minorité, 15€ par jour.

✚ Des jeunes dynamiques et majoritairement sportifs

Figure 251 : Activités choisies par les jeunes touristes externes

	Ch. 1	Ch.2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Ch. 6	Ch. 7	Ch. 8	Total
<i>Rien de particulier</i>	62	17	2	0	0	0	0	0	81
<i>Activités sportives</i>									
<i>Canyoning</i>	7	22	23	8	1	2	0	0	63
<i>Plongée sous-marine</i>	18	37	19	6	0	0	0	0	80
<i>Randonnée</i>	252	47	10	1	0	0	0	0	310

⁴⁸⁶ Autres que gastronomiques

<i>Sports d'eaux-vives</i>	15	38	17	10	12	0	0	0	92
<i>Surf</i>	1	2	7	4	1	0	1	0	16
<i>Trail</i>	3	7	3	0	0	0	0	0	13
<i>Voile</i>	3	4	4	1	0	0	0	0	12
<i>VTT, Vélo</i>	8	41	2	4	0	0	0	0	55
<i>Total</i>	307	198	85	34	14	2	1	0	641
<i>Activités culturelles</i>									
<i>Intérêt pour la musique traditionnelle locale (Maloya)</i>	1	4	2	2	1	2	0	0	12
<i>Participation à des concerts de musique traditionnelle</i>	3	5	7	1	2	0	0	1	19
<i>Participation à des fêtes traditionnelles</i>	2	3	4	7	2	1	1	0	20
<i>Visite de musées</i>	16	15	19	13	7	5	0	0	75
<i>Activités manuelles ...</i>	0	1	2	0	0	0	0	0	3
<i>Total</i>	22	29	34	23	12	8	1	1	129
<i>Autres</i>									
<i>Plage</i>	23	31	9	2	0	1	1	0	67
<i>Parapente, deltaplane, parachute</i>	8	11	3	3	2	2	0	0	29
<i>Bateau, catamaran, jet-ski, sorties cétacés</i>	8	9	2	1	1	1	0	0	22
<i>Hélicoptère, ULM</i>	4	5	4	1	2	0	0	0	16
<i>Dégustation alcool et cuisine</i>	2	4	0	2	0	1	0	0	9
<i>Tour de l'île, cirques et volcan, tunnel de lave</i>	7	5	8	3	0	0	0	0	23
<i>Autres</i>	22	19	16	1	3	0	1	0	62
<i>Total autres</i>	74	84	42	13	8	3	2	0	223

Figure 255 : Activités sportives pratiquées par les jeunes touristes externes

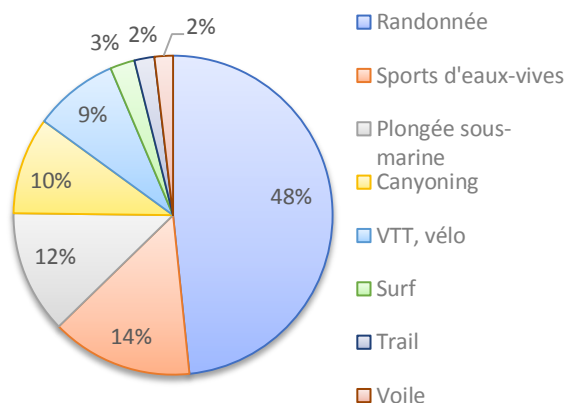


Figure 254 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes internes

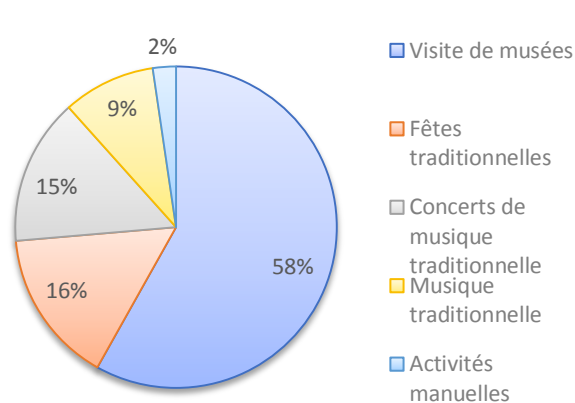


Figure 253 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes externes

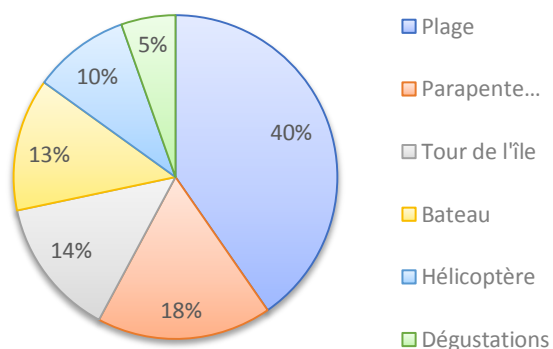
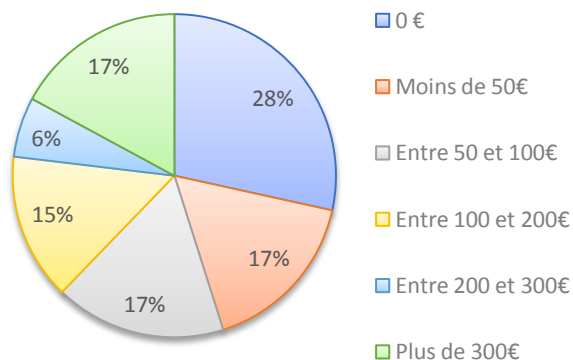


Figure 252 : Budget accordé aux activités par les jeunes touristes externes



7% des jeunes touristes interrogés affirment s'être rendus sur l'île et n'avoir pratiqué aucune activité en particulier. Pour les autres, les activités sportives dominent. 60% déclarent réaliser au moins une activité sportive, avec une prédominance pour la randonnée (48%). Les activités culturelles sont effectuées par 12% des jeunes interrogés. La visite de musées est celle qui est la plus mentionnée (58%). 21% pratiquent des activités non mentionnées dans l'enquête et « la plage » est celle qui est la plus citée (30%). Concernant le budget accordé aux activités, 28% des jeunes font le choix de ne rien dépenser, soit parce qu'ils n'en font pas, soit parce qu'ils réalisent exclusivement des activités non payantes comme la plage ou la randonnée. 17% dépensent moins de 50€ et 55% plus de 50€. Ainsi, la majorité des jeunes touristes qui se rendent sur l'île consacrent une partie de leur budget à la pratique d'activités de loisirs et même 17% d'entre eux y accordent plus de 300€.

c) *Les touristes affinitaires*

Figure 256 : Caractéristiques des jeunes touristes affinitaires appartenant à l'échantillon

	<i>15 – 18 ans</i>	<i>19 – 25 ans</i>	<i>26 – 30 ans</i>	<i>Total</i>
<i>Femmes</i>	33	53	51	137
<i>Hommes</i>	35	45	47	127
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	1	12	30	43
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	1	2	10	13
<i>En couple sans enfant</i>	5	41	32	78
<i>Célibataire sans enfant</i>	61	43	26	130
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	10	49	41	100
<i>Colocation</i>	5	15	3	23
<i>Propriétaire</i>	3	11	41	55
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	50	21	12	83
<i>Autres</i>	0	2	1	3
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	52	69	67	188
<i>océan Indien</i>	13	18	24	55
<i>Europe (Hors France)</i>	2	7	5	14
<i>Antilles - Guyane</i>	0	4	1	5
<i>Autre</i>	1	0	1	2
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Cadres et professions intellectuelles supérieures</i>	0	25	30	55
<i>Professions intermédiaires</i>	0	7	18	25
<i>Employés</i>	3	14	18	35

<i>Ouvriers</i>	1	11	13	25
<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprises</i>	0	3	6	9
<i>Agriculteurs, exploitants</i>	1	0	2	3
<i>Étudiants</i>	60	28	2	90
<i>Sans activité professionnelle</i>	3	9	8	20
<i>Militaire du contingent</i>	0	1	1	2
Total	68	98	98	264

Les jeunes touristes affinitaires sont quasiment composés d'autant de femmes (52%) que d'hommes (48%). Il en est de même pour la répartition par âge, 26% sont âgés entre 15 et 18 ans alors que 37% composent chacune des deux autres catégories. Concernant l'autonomie résidentielle, les deux tiers disposent de leur propre logement alors que le reste est dépendant de ses proches. 60% de ceux qui sont hébergés à titre gratuit sont âgés de 18 ans ou moins. Plus de la moitié travaille (58%). Parmi eux, 53% occupent un poste de cadre ou de profession intermédiaire. Les étudiants représentent un peu plus d'un tiers de l'échantillon de jeunes touristes affinitaires et moins de 10% sont sans activité. Majoritairement issus de France métropolitaine (71%) et des pays de la zone océan Indien (20%), ils ne dérogent pas aux tendances observées sur le tourisme général à La Réunion. Enfin, la durée moyenne de leurs séjours est de 18 jours.

Dynamisme

Figure 257 : Activités choisies par les jeunes touristes affinitaires lors de leur séjour

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch.2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Total</i>
<i>Rien de particulier</i>	38						
Activités sportives							
<i>Canyoning</i>	5	7	9	4	0	0	25
<i>Plongée sous-marine</i>	14	19	7	3	1	0	44
<i>Randonnée</i>	132	28	9	1	0	0	170

<i>Sports d'eaux-vives</i>	12	16	8	3	2	0	41
<i>Surf, Paddle</i>	2	0	0	1	0	0	3
<i>Trail</i>	1	1	0	0	0	0	2
<i>Voile</i>	2	1	2	0	0	0	5
<i>VTT, Vélo</i>	4	14	0	1	1	0	20
<i>Total</i>	172	86	35	13	4	0	310
Activités culturelles							
<i>Intérêt pour la musique traditionnelle locale (Maloya)</i>	2	3	2	1	1	0	9
<i>Participation à des concerts de musique traditionnelle</i>	2	2	7	0	2	0	13
<i>Participation à des fêtes traditionnelles</i>	2	2	2	7	0	2	15
<i>Visite de musées</i>	6	13	4	7	4	3	33
<i>Activités manuelles ...</i>	0	1	1	0	0	0	2
<i>Total</i>	12	21	16	15	7	3	74
Autres							
<i>Plage, rivières, cascades</i>	13	17	5	2	0	1	38
<i>Parapente, deltaplane, parachute</i>	5	15	2	1	2	1	26
<i>Bateau, catamaran, jet-ski, sorties cétacés</i>	4	16	1	1	0	0	22
<i>Hélicoptère, ULM</i>	3	0	2	1	2	1	9
<i>Dégustation alcool et cuisine</i>	2	10	0	1	1	1	15
<i>Tour de l'île, cirques et volcan, tunnel de lave</i>	3	1	4	1	0	0	9
<i>Autres</i>	12	5	3	1	1	5	27
<i>Total autres</i>	42	64	17	8	6	4	141
Totaux activités	226	171	68	36	17	7	525

Les jeunes touristes affinitaires ont tendance à pratiquer plusieurs activités : 76% en choisissent au moins deux et 16% trois. Comme pour la majorité des jeunes touristes internes, le sport est une activité dominante, avec la randonnée en sport favori. Une catégorie « autre » fait son apparition par rapport au Q1 et représente l'ensemble des activités de découverte qu'il est souhaitable de distinguer, car citées de nombreuses fois.

Figure 259 : Part des jeunes touristes affinitaires pratiquant des activités

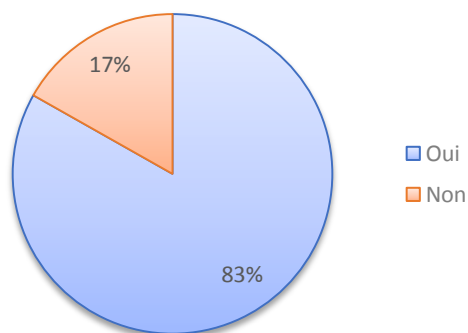
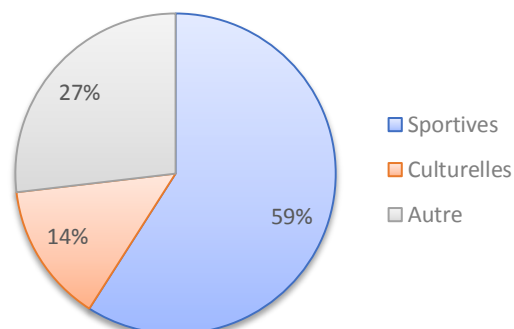


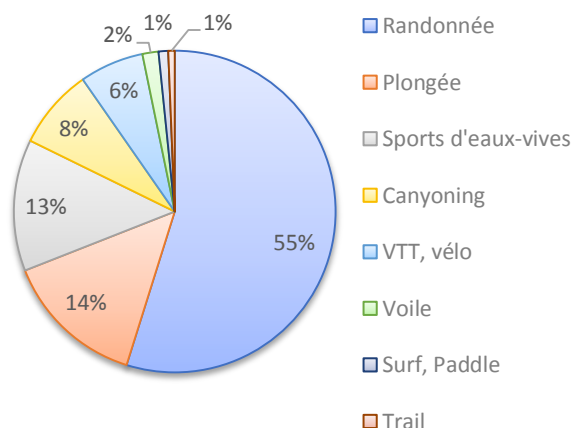
Figure 258 : Type d'activités pratiquées



83% des jeunes rendus sur l'île dans le cadre de séjours affinitaires pratiquent au moins une activité. La part des activités sportives domine, elle concerne 59% de la frange interrogée. Viennent ensuite les occupations liées à la découverte, que l'on classe dans « autre » (27%). Les activités culturelles arrivent en dernière position (14%).

▪ *Activités sportives*

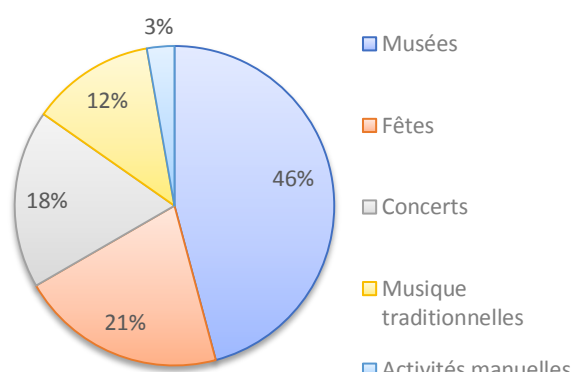
Figure 260 : Activités pratiquées par les jeunes touristes affinitaires



La randonnée reste le sport phare. Plus de la moitié des jeunes touristes externes sportifs déclarent en pratiquer (55%). La plongée sous-marine (14%) et les sports d'eaux-vives (13%) sont les activités arrivant en suivant dans la liste des préférences. Le canyoning et le VTT viennent ensuite mais sont chacun pratiqués par moins de 10% de cette catégorie. La voile, le surf et le trail sont les dernières activités citées, ensemble elles représentent 4% des affinitaires.

▪ *Activités culturelles*

Figure 261 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes affinitaires

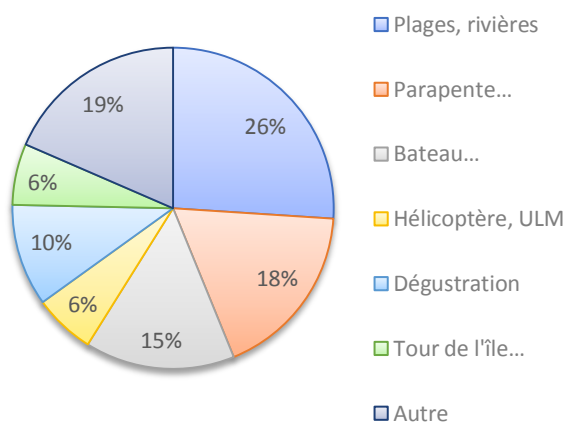


La visite de musées est l'activité culturelle qui domine (46%). La participation à des fêtes traditionnelles (21%) ainsi qu'à des concerts du même type (18%) est ensuite la plus citée. L'intérêt pour la musique traditionnelle concerne 12% des jeunes touristes affinitaires adeptes d'activités culturelles. Ainsi, l'on observe qu'après les musées, l'intérêt des jeunes de cette catégorie pour les activités culturelles relève avant tout de la fête et de la

musique (51%).

▪ *Autres activités*

Figure 262 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes affinitaires

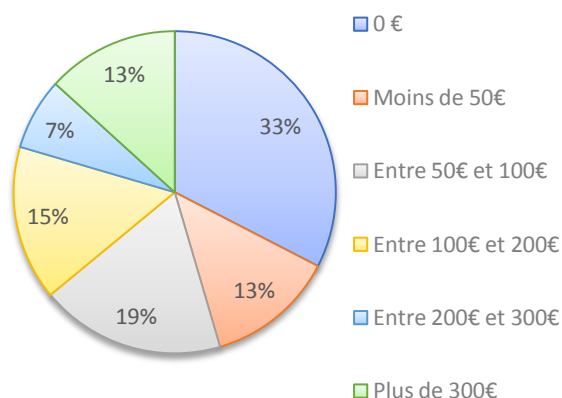


La fréquentation des plages, des rivières et des cascades est l'activité qui domine (26%). Les activités aériennes sont celles qui sont ensuite les plus citées, motorisées ou non, elles concernent un total de 24% de jeunes touristes affinitaires pratiquant d'autres activités. Celles liées à la mer sont mentionnées par 15% et 10% déclarent participer à des dégustations d'alcool ou de nourriture. Enfin, le tour de l'île, la visite des

volcans ou des montagnes est la dernière activité de découverte choisie (6%). Les 19% restant concernent des activités citées par très peu de jeunes ou n'étant pas spécifiquement touristiques, comme le football.

▪ *Budget*

Figure 263 : Budget accordé aux activités des jeunes touristes affinitaires



Un tiers des jeunes touristes affinitaires pratiquent des activités non payantes. Pour les autres, apparaît une répartition plutôt homogène. Ils sont le même nombre à dépenser soit moins de 50€, soit plus de 300€ pour les activités sur l'ensemble de leur séjour. Ces données révèlent la diversité de profils présents dans les jeunes touristes affinitaires. Certains accordent un budget conséquent à la pratique des activités sur l'île, alors que

d'autres préfèrent s'adonner à des pratiques gratuites.

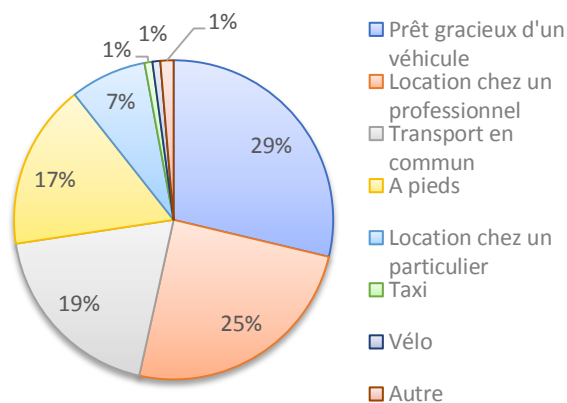
✚ Moyens de transport

Figure 264 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes affinitaires

	<i>Choix 1</i>	<i>Choix 2</i>	<i>Choix 3</i>	<i>Choix 4</i>	<i>Total</i>
<i>Location d'un véhicule chez un professionnel</i>	93	0	0	0	93
<i>Location de véhicule de particulier à particulier (avec ou sans plateforme intermédiaire et prestation payante)</i>	7	22	0	0	29
<i>Prêt gracieux d'un véhicule</i>	96	11	1	0	108
<i>Taxi</i>	2	1	0	0	3
<i>Transport en commun</i>	61	11		0	72
<i>À pied</i>	2	39	21	1	63
<i>Vélo</i>	0	0	2	1	3
<i>Autre</i>	3	2	0	0	5
<i>Total</i>	264	86	24	2	376

Pour se déplacer, les jeunes touristes affinitaires utilisent plusieurs moyens. Ils font principalement appel à au moins deux modes de transport distincts pour un tiers et trois pour 9% d'entre eux.

Figure 284 : Moyens de transports utilisés par les jeunes touristes affinitaires



Le prêt gracieux d'un véhicule est favorisé (29%), suivi de la location d'un véhicule chez un professionnel. Les transports en commun et les déplacements à pied, qui sont souvent associés, représentent quant à eux 36% de l'ensemble des choix formulés par cette catégorie. Le taxi et le vélo sont les moyens de transports les moins utilisés.

✚ Restauration

Figure 265 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes affinitaires

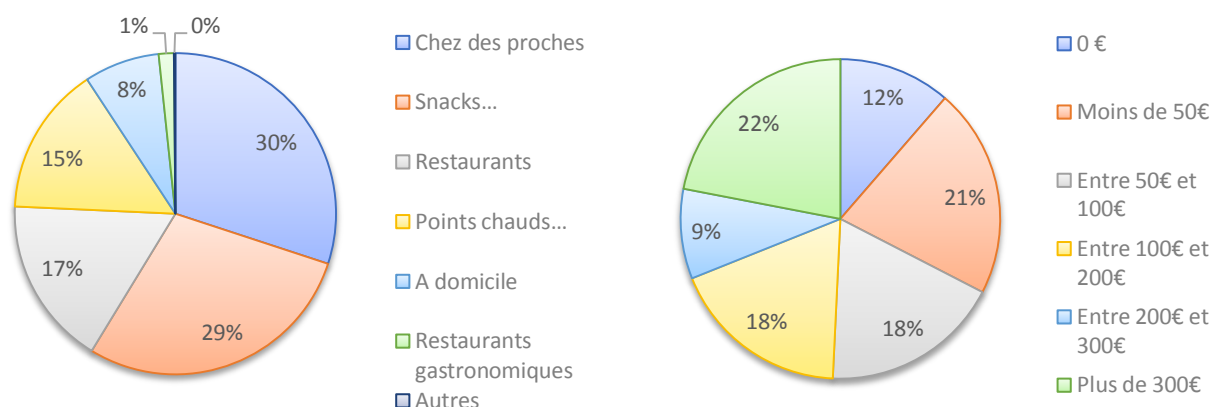
	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Choix 5	Choix 6	Total
<i>A domicile</i>	18	13	3	10	5	1	50
<i>Boulangerie, points chauds</i>	12	42	35	10	0	0	99
<i>Chez des amis ou de famille</i>	102	33	44	16	3	0	198
<i>Restaurants gastronomiques</i>	6	3	0	0	1	0	10
<i>Restaurants</i>	51	34	20	6	1	0	112
<i>Snack, bar, pizzeria</i>	74	91	22	2	0	0	189
<i>Autres</i>	1	0	0	0	0	0	1
<i>Total</i>	264	216	124	44	10	1	659

Les jeunes touristes affinitaires fréquentent plusieurs lieux de restauration. Ainsi, 82% en choisissent au moins deux, 46% optent pour au

Figure 266 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes affinitaires

moins trois. 17% en sélectionnent au moins quatre.

Pour se nourrir, les jeunes touristes affinitaires recherchent souvent la solution la plus aisée.



38% le font chez leurs proches ou à domicile et 34% dans des snacks, des bars, des pizzérias, des points chauds ou des boulangeries. Enfin, 17% préfèrent les restaurants « non classés » et une très petite partie les restaurants gastronomiques (1%). Le budget accordé à la restauration sur l'ensemble du séjour des jeunes de cette catégorie est variable. En effet, 33% dépensent moins de 50€ alors que 31% accordent plus de 200€ pour se nourrir durant la totalité de leur séjour.

d) *Les touristes d'agrément*

Figure 268 : Caractéristiques des jeunes touristes de l'échantillon exclusivement en séjour d'agrément

	15 – 18 ans	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	31	26	11	68
<i>Hommes</i>	29	30	11	70
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	3	8	11
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	2	0	2
<i>En couple sans enfant</i>	1	25	14	39
<i>Célibataire sans enfant</i>	59	26	0	85
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	8	26	9	43

<i>Colocation</i>	4	4	0	8
<i>Propriétaire</i>	0	11	13	24
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	48	14	0	62
<i>Autres</i>	0	1	0	1
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	49	32	9	90
<i>océan Indien</i>	7	16	8	31
<i>Europe (Hors France)</i>	3	4	4	11
<i>Antilles - Guyane</i>	1	0	1	2
<i>Autre</i>	0	4	0	4
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Cadres et professions intellectuelles supérieures</i>	0	15	4	19
<i>Professions intermédiaires</i>	0	8	6	14
<i>Employés</i>	0	12	5	17
<i>Ouvriers</i>	0	1	2	3
<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprises</i>	0	1	2	3
<i>Agriculteurs, exploitants</i>	0	1	0	1
<i>Etudiants</i>	57	10	1	68
<i>Sans activité professionnelle</i>	3	8	2	13
<i>Total</i>	60	56	22	138

Une grande majorité des jeunes touristes d'agrément provient de France métropolitaine (65%), 22% résident dans la zone océan Indien et 8% dans un pays européen (hors France). Les 15-18 ans composent presque la moitié de ce groupe (43%). Ils sont principalement étudiants (95%), célibataires sans enfant (98%) et n'ont pas de frais de logement (80%) car ils sont hébergés à titre gratuit chez leurs parents, un membre de la famille ou des amis.

68% des jeunes touristes d'agrément âgés de 19 à 25 ans travaillent. Plus de la moitié d'entre eux sont des cadres ou relèvent de professions intermédiaires (61%) et 32% sont des employés. Concernant les plus âgés, la majorité travaille (86%) et une hétérogénéité apparaît dans les catégories socio-professionnelles. En revanche, ils vivent tous dans un hébergement qu'ils financent eux-mêmes : 59% sont propriétaires, les autres sont en location personnelle (41%). La durée moyenne de leur séjour à La Réunion est de 17 jours.

Dynamisme

Figure 269 : Activités choisies par les jeunes touristes en séjour exclusif d'agrément

	Ch. 1	Ch.2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Ch. 6	Total
<i>Rien de particulier</i>							3
Activités sportives							
<i>Canyoning</i>	1	1	12	3	1	2	20
<i>Plongée sous-marine</i>	2	14	8	3	0	0	27
Randonnée	105	9	4	0	0	0	118
<i>Sports d'eaux-vives</i>	1	19	10	7	8	0	45
<i>Surf, Paddle</i>	1	2	5	3	0	0	11
<i>Trail</i>	1	5	2	0	0	0	8
<i>Voile</i>	0	3	2	1	0	0	6
<i>VTT, Vélo</i>	4	23	2	0	0	0	29
Total	115	76	45	16	9	2	263
Activités culturelles							
<i>Intérêt pour la musique traditionnelle locale (Maloya)</i>	0	0	0	0	0	0	0
<i>Participation à des concerts de musique traditionnelle</i>	0	2	0	1	1	2	6
<i>Participation à des fêtes traditionnelles</i>	0	0	2	0	0	0	2
<i>Visite de musées</i>	9	2	11	4	4	2	32
<i>Activités manuelles ...</i>	0	0	1	0	0	0	1
Total	9	4	15	5	5	4	42

Autres							
<i>Plage, rivières, cascades</i>	3	6	1	1	0	0	11
<i>Parapente, deltaplane, parachute</i>	1	2	0	3	0	1	6
<i>Bateau, catamaran, jet-ski, sorties cétaqués</i>	2	3	1	0	1	1	8
<i>Hélicoptère, ULM</i>	0	3	2	1	1	0	7
<i>Dégustation alcool et cuisine</i>		0	1	0	0	1	2
<i>Tour de l'île, cirques et volcan, tunnel de lave</i>	3	5	2	2	0	0	12
<i>Autres</i>	2	3	9	0	0	0	14
<i>Total autres</i>	11	22	16	7	2	3	54
<i>Totaux activités</i>	135	102	76	28	16	9	345

Les jeunes touristes uniquement présents sur l'île pour un séjour d'agrément peuvent pratiquer jusqu'à six activités différentes. Ils sont 76% à en déclarer au moins deux, 57% à en choisir au minimum trois et 21% quatre. Le sport reste le type de loisir majoritaire, notamment la randonnée qui domine et concerne 87% de cette catégorie.

Figure 271 : Part des jeunes touristes d'agrément pratiquant des activités

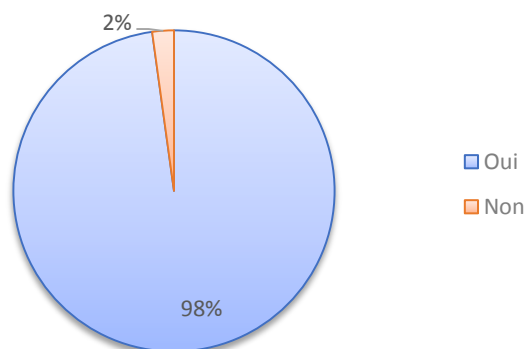
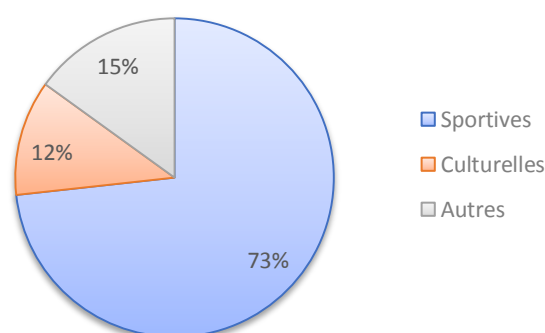


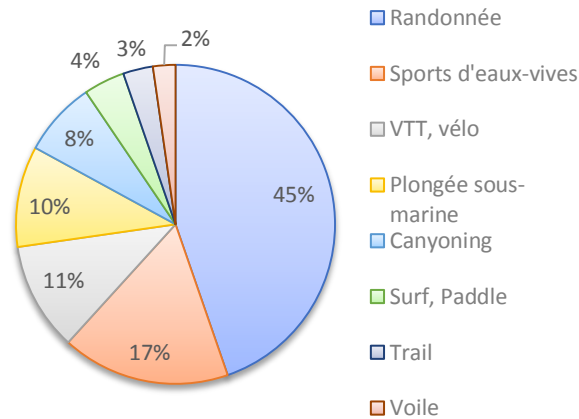
Figure 270 : Type d'activités pratiquées par les jeunes touristes d'agrément



À l'exception des 2% qui ne pratiquent pas d'activité, ces jeunes préfèrent le sport, ils sont 73% à déclarer s'adonner à au moins une activité sportive lors de leur séjour. Les activités de découverte viennent ensuite (15%), suivies de très près par les activités culturelles (12%).

▪ *Activités sportives*

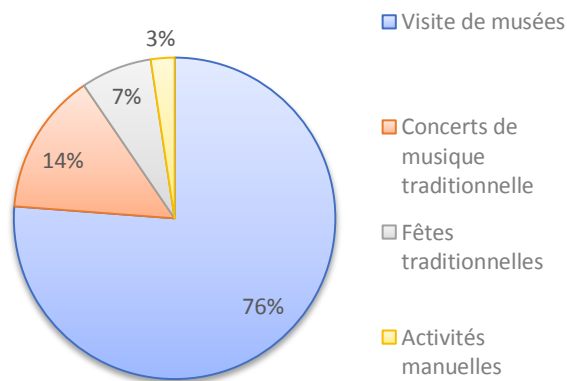
Figure 272 : Sports pratiqués par les jeunes touristes d'agrément



La randonnée est l'activité la plus citée (45%). Suivent les sports aquatiques (41%) avec les sports d'eaux-vives (17%), la plongée sous-marine (10%), le surf (4%), le canyoning (8%) et la voile (2%). Enfin, le vélo, le VTT et le trail concernent 14% des mentions.

▪ *Activités culturelles*

Figure 273 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes d'agrément

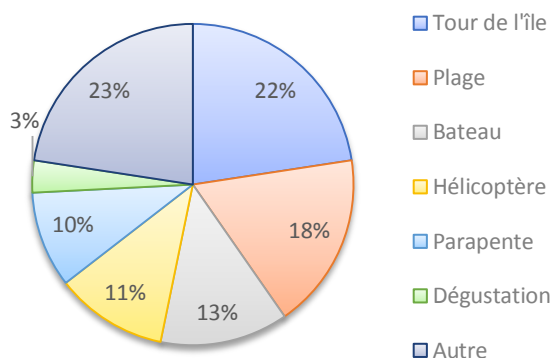


En comparaison aux loisirs sportifs, une minorité de jeunes de cette catégorie s'intéressent aux activités culturelles (12%). Ceux qui s'y adonnent favorisent majoritairement la visite des musées (76%). 14% d'entre eux se rendent à des concerts de musique, 7% à des fêtes traditionnelles et 3% participent à des activités manuelles.

▪ *Autres activités*

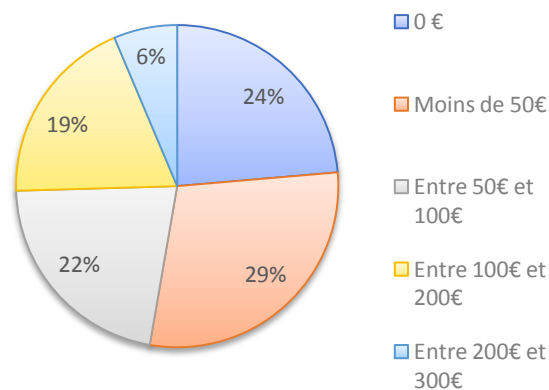
Figure 274 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes d'agrément

Les autres activités sont réalisées par 15% des jeunes pratiquants. La découverte de l'île par un « tour », la visite du volcan ou des montagnes sont celles qui prennent le plus de place dans les autres activités. 18% préfèrent la plage, 13% les activités nautiques possibles grâce à un bateau. Le parapente et l'hélicoptère représentent à eux deux 21% des mentions et la dégustation d'alcool ou de nourriture 3%.



■ Budget

Figure 275 : Budget total accordé aux activités par les jeunes touristes d'agrément



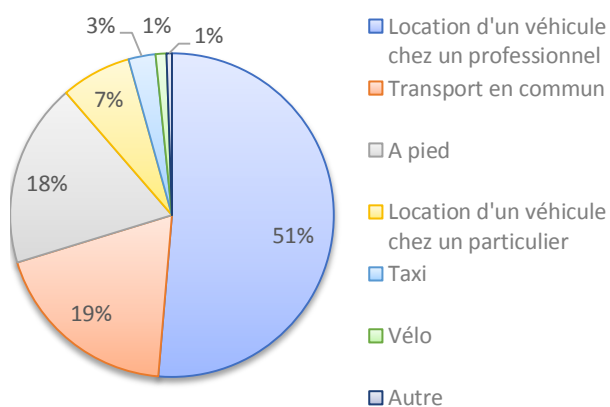
Les budgets accordés aux activités sur l'ensemble des séjours des jeunes touristes d'agrément sont variés, même s'ils sont majoritairement en dessous de 50€. 53% ne dépensent pas plus de 50€, voire rien du tout (24%). 25% dépensent plus de 100€ et 22% entre 50€ et 100€.

✚ Moyens de transport

Figure 276 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes d'agrément

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
<i>Location d'un véhicule chez un professionnel</i>	95	0	0	95
<i>Location de véhicule de particulier à particulier (avec ou sans plateforme intermédiaire et prestation payante)</i>	13	0	0	13
<i>Taxi</i>	5	0	0	5
<i>Transport en commun</i>	25	10	0	35
<i>À pied</i>	0	30	4	34
<i>Vélo</i>	0	0	2	2
<i>Autre</i>	0	0	1	1
Total	138	40	7	185

Figure 277 : Moyens de transport utilisés par les jeunes touristes d'agrément



De même que pour l'hébergement, la majorité des jeunes touristes d'agrément concentrent leur choix sur un mode de déplacement à la fois. Ils sont 30% à en choisir deux et 5% trois. La location d'un véhicule chez un professionnel est privilégiée. Elle représente 51% de l'ensemble des choix et concerne 69% des jeunes touristes d'agrément. Les transports en commun et les déplacements à pied sont

ensuite les plus cités. Ils représentent à eux deux 37% des mentions et concernent 50% de cette catégorie. Les derniers moyens de locomotion concernent la location de véhicule chez un particulier (7%), le taxi (3%), le vélo (1%), puis l'auto-stop.

✚ Restauration

Figure 278 : Lieux de restauration choisi par les jeunes touristes d'agrément

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Choix 5	Total
<i>A domicile</i>	13	11	6	10	9	49
<i>Boulangerie, points chauds</i>	6	25	41	9	1	82
<i>Chez des amis ou de la famille</i>	2	7	11	27	1	48
<i>Restaurants gastronomiques</i>	8	3	2	0	1	14
<i>Restaurants</i>	61	24	7	3	2	97
<i>Snack, bar, pizzeria</i>	48	42	10	6	1	107
<i>Total</i>	138	112	77	55	15	397

Comme pour les jeunes touristes affinitaires, plusieurs lieux de restauration sont choisis lors d'un même séjour. 81% en mentionnent au moins deux, 55% au moins trois, 40% quatre et 11% cinq.

Figure 280 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes d'agrément

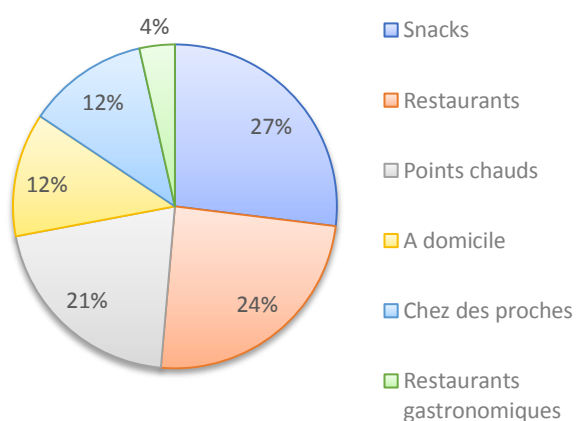
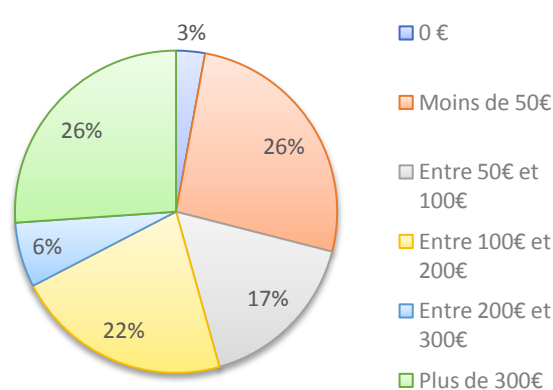


Figure 279 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes d'agrément



Les snacks et les points chauds sont les plus cités par les touristes d'agrément (48%). Cette donnée concerne 78% de cette catégorie pour les snacks et 59% pour les points chauds. Les restaurants occupent plus de place dans leurs choix que pour les jeunes touristes affinitaires. Classés ou non, ils concentrent à eux deux 28% des mentions. Avec une préférence pour les

non-classés : 70% des jeunes de cette catégorie déclarent se nourrir au moins une fois dans un restaurant non-classé lors de leur séjour à La Réunion. Les restaurants étoilés concernent 10% de cette catégorie. Les budgets de restauration n'ont donc pas de tendance précise et restent variés.

e) *Jeunes touristes d'affaires*

Figure 281 : Caractéristiques des jeunes touristes d'affaires appartenant à l'échantillon

	15 – 18 ans	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	1	7	3	11
<i>Hommes</i>	2	12	5	19
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	0	4	2	6
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	0	1	2	3
<i>En couple sans enfant</i>	2	6	1	9
<i>Célibataire sans enfant</i>	1	8	3	12
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	1	9	2	12
<i>Colocation</i>	0	5	3	8
<i>Propriétaire</i>	0	3	2	5
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	2	2	1	5
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	3	12	4	19
<i>océan Indien</i>	0	4	3	7
<i>Europe</i>	0	2	1	3
<i>Autre</i>	0	1	0	1
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Étudiants</i>	2	7	3	12
<i>Cadres supérieurs</i>	0	4	2	6

<i>Professions intermédiaires</i>	0	4	0	4
<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprise</i>	0	0	2	2
<i>Employés</i>	1	2	1	4
<i>Ouvriers</i>	0	1	0	1
<i>Sans activité professionnelle</i>	0	1	0	1
Total	3	19	8	30

Les personnes répondant à l'appellation « touristes d'affaires » sont les jeunes qui se rendent sur le territoire pour un emploi de courte durée, une formation, un stage ou tout autres raisons professionnelles telles que des missions d'entreprise, des séminaires ou de la prospection. 90% d'entre eux sont âgés entre 19 et 30 ans, avec une plus grande part des 19/25 ans. Plus des deux tiers sont sans enfant (70%) et la moitié est célibataire. Parmi eux, 83% financent leur lieu d'hébergement habituel. Ceux qui sont hébergés à titre gratuit résident chez leurs parents et sont à 80% étudiants. Comme dans les tendances générales, les métropolitains sont majoritaires dans cette catégorie (63%). Parmi eux, deux personnes, âgées entre 19 et 25 ans, sont nées à La Réunion : une femme en recherche d'emploi présente sur l'île pour une mission de courte durée ainsi qu'un étudiant en stage. Tous les autres sont nés en France métropolitaine. Trois ont entre 15 et 18 ans : un homme étudiant présent sur l'île pour une formation, un autre, employé de commerce venu pour un emploi de courte durée. La dernière est étudiante en stage. Ceux âgés entre 19 et 25 ans sont majoritairement des hommes (7 sur 10). Trois sont étudiants, dont deux présents sur l'île pour y effectuer un stage et un pour y travailler temporairement. Quatre sont en mission professionnelle dans le cadre de leur travail (1 cadre, 1 technicien et 2 employés de commerce) et sont en missions professionnelle. Les trois femmes sont de professions intermédiaires (2) ou étudiantes (1) et sont respectivement présentes sur l'île pour une formation, un emploi de courte durée et un stage. La dernière tranche d'âge de cette catégorie n'est composée que d'hommes. Un est un étudiant en stage. Les trois autres travaillent en tant qu'employé administratif (1), chef d'entreprise (1) ou cadre de la fonction publique (1). Leur présence est due à des missions professionnelles.

23% proviennent de la zone océan Indien : 6 sur 7 résident à Mayotte. Trois d'entre eux ont entre 19 et 25 ans. Une femme employée administrative et en formation sur l'île est née en France métropolitaine, un cadre né à Mayotte est en formation et un ouvrier né à La Réunion

est en emploi de courte durée. Les trois autres sont âgés entre 26 et 30 ans : deux femmes nées en France métropolitaine, dont une étudiante en formation et une cadre de la fonction publique en mission, le troisième est un homme, né à Mayotte et chef d'entreprise également en mission. La dernière est une femme en poste de cadre, âgée entre 19 et 25 ans, née en France métropolitaine et vivant en Afrique du Sud. Elle s'est rendue à La Réunion pour une formation. Les trois Européens proviennent d'Allemagne, de Suisse et du Royaume-Uni. Deux sont âgés entre 19 et 25 ans. Il s'agit d'une étudiante en stage et d'un ingénieur en mission. Celle qui appartient aux 26/30 ans est une étudiante née en Turquie et résidant en Suisse. Elle est présente sur l'île pour un stage. Enfin, le dernier provient du Canada. Il s'agit d'un étudiant en stage âgé entre 19 et 25 ans, originaire de La Réunion. La moyenne de séjour des jeunes touristes d'affaires est de 40 jours.

Dynamisme

Figure 282 : Activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires de l'échantillon

	Ch. 1	Ch.2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Ch. 6	Total
<i>Rien de particulier</i>	8						
Activités sportives							
<i>Canyoning</i>	1	1	1	1	0	0	4
<i>Plongée sous-marine</i>	2	1	3	0	0	0	6
<i>Randonnée</i>	12	2	0	1	0	0	15
<i>Sports d'eaux-vives</i>	2	1	0	0	2	0	5
<i>Surf, Paddle</i>	0	0	1	0	0	0	1
<i>Trail</i>	0	0	1	0	0	0	1
<i>Voile</i>	1	0	0	0	0	0	1
<i>VTT, Vélo</i>	0	3	0	2	0	0	5
<i>Total</i>	18	8	6	4	2	0	38
Activités culturelles							
<i>Participation à des concerts de musique traditionnelle</i>	1	0	0	0	1	1	3
<i>Participation à des fêtes traditionnelles</i>	0	1	0	0	0	1	2

<i>Visite de musées</i>	1	1	1	0	0	2	5
<i>Total</i>	2	2	1	0	1	4	10
Autres							
<i>Plage, rivières, cascades</i>	0	2	0	0	0	0	2
<i>Bateau, catamaran, jet-ski, sorties cétacés</i>	0	0	1	0	0	0	1
<i>Hélicoptère, ULM</i>	0	1	0	0	0	0	1
<i>Tour de l'île, cirques et volcan, tunnel de lave</i>	0	0	1	0	0	0	1
<i>Autres</i>	2	0	1	0	0	0	3
<i>Total autres</i>	2	3	3	0	0	0	8
Totaux activités	22	13	9	4	3	2	53

27% des jeunes touristes d'affaires ne pratiquent pas d'activités de loisirs lors de leur séjour à la Réunion. En revanche, pour ceux qui s'y adonnent, 73% déclarent opter pour au moins une activité, 43% au moins à deux et 30% au minimum à trois.

Figure 284 : Part des jeunes touristes d'affaires pratiquant des activités

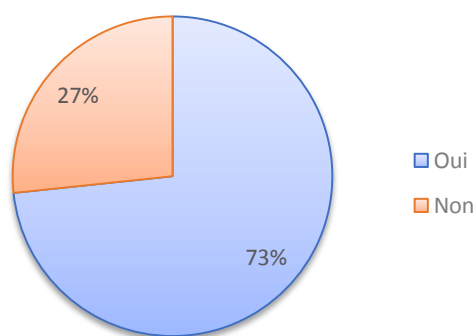
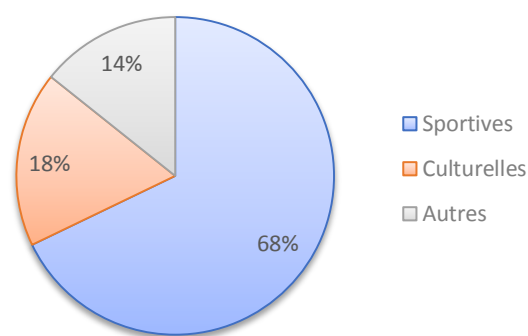


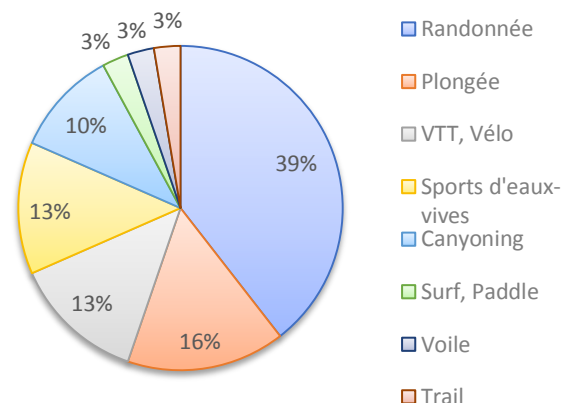
Figure 283 : Activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires



Dans la catégorie qui s'adonne à des activités au-delà de sa mission professionnelle, le sport prédomine. Il représente 73% de l'ensemble des choix effectués et 18 (60%) jeunes déclarent s'adonner à au moins une activité sportive lors de leur séjour. La part des activités culturelles dans l'ensemble des données recueillies est de 18%, alors que celle des autres est de 14%.

▪ *Activités sportives*

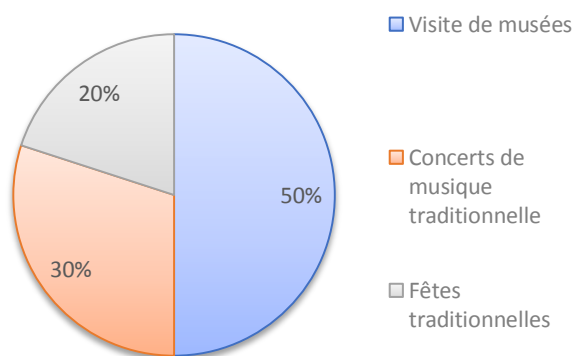
Figure 285 : Sports pratiqués par les jeunes touristes d'affaires



La randonnée est une nouvelle fois l'activité sportive qui domine (39%). La plongée sous-marine vient ensuite (16%) ainsi que les autres activités sportives se pratiquant dans l'océan, comme les sports de glisse et la voile (6%). Regroupés, les sports d'eaux douces représentent 23% des mentions. Enfin, la part totale du vélo, du VTT et du trail est de 16%.

▪ *Activités culturelles*

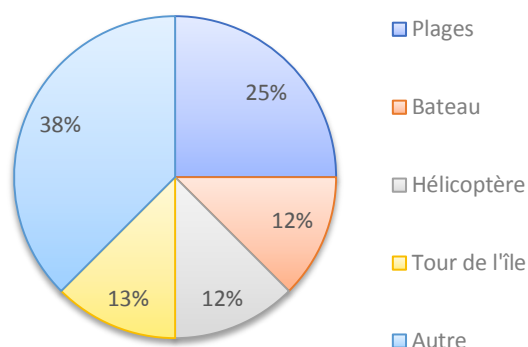
Figure 286 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes d'affaires



Peu de jeunes en séjours d'affaires déclarent s'adonner à des activités culturelles (6 sur 30) et peu d'activités sont citées. Néanmoins, pour ceux qui en font, la visite de musées détient la part la plus importante (50%), la participation à des concerts de musique traditionnelle ensuite (30%) et les fêtes traditionnelles clôturent la liste (20%).

▪ *Autres activités*

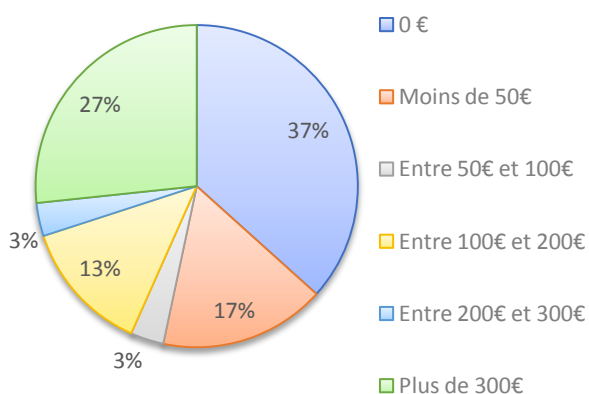
Figure 287 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires



8 jeunes touristes d'affaires sur 30 déclarent s'adonner à d'autres activités que les activités sportives et les culturelles. La plus citée parmi celles qui sont proposées est la plage (25%). La visite de l'île est la seconde (13%). L'hélicoptère et le bateau sont celles qui apparaissent ensuite. Les activités mentionnées et classées dans « autres » sont les sorties nocturnes (cité par 2) et le yoga (1).

Budget

Figure 288 : Budget total accordé aux activités des jeunes touristes d'affaires



Plus de la moitié (54%) des jeunes touristes d'affaires dépensent moins de 50€ dans les activités de loisirs lors de leur séjour sur l'île, sachant que 37% n'y accordent aucune dépense. A contrario, ils sont 30% à dépenser 200€ et plus et 16% y accordent entre 50€ et 200€. Nous en déduisons que pour la majorité des jeunes touristes d'affaires, le budget consacré aux activités n'est pas prioritaire. En revanche, ceux qui profitent de leur venue sur

l'île pour la découvrir et y pratiquer des loisirs n'hésitent pas à dépenser plus que les autres catégories de jeunes touristes externes.

Restauration

Figure 289 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes d'affaires

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Choix 5	Total
<i>A domicile</i>	7	1	4	1	1	14
<i>Boulangerie, points chauds</i>	1	5	1	0	0	7
<i>Chez des amis ou de la famille</i>	0	1	3	2	0	6

<i>Restaurants gastronomiques</i>	2	0	0	1	0	3
<i>Restaurants</i>	14	2	2	0	0	18
<i>Snack, bar, pizzeria</i>	6	6	0	0	0	12
<i>Total</i>	30	15	10	4	1	60

Les jeunes touristes d'affaires fréquentent plusieurs lieux de restauration. La moitié d'entre eux se laisse tenter par au moins deux d'entre eux et un tiers optent pour un minimum de trois.

Figure 290 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes d'affaires

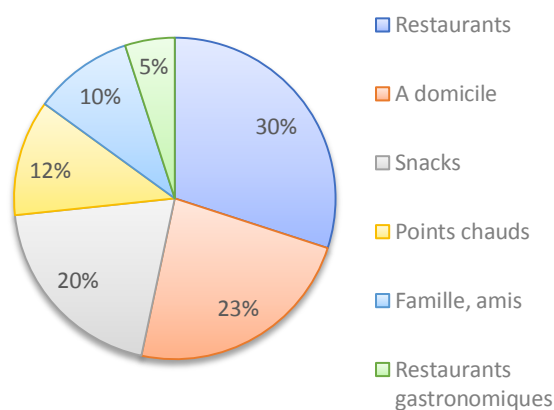
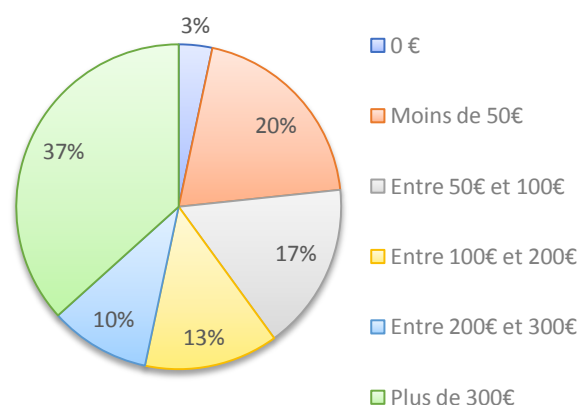


Figure 291 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes d'affaires



35% des lieux de restauration se portent sur les restaurants. Le domicile est le second endroit le plus cité (23%). Les snacks et les points chauds représentent respectivement 20% et 12% des décisions. La part des proches représente 10% de l'ensemble des réponses.

47% consacrent un budget total supérieur ou égal à 200€, 30% y dédient entre 50€ et 200€, 20% moins de 50€ et seuls 3% déclarent ne rien dépenser.

f) *Les jeunes natifs de l'île*

Figure 292 : Caractéristiques des jeunes touristes externes nés à La Réunion de l'échantillon

	15 – 18 ans	19 – 25 ans	26 – 30 ans	Total
<i>Femmes</i>	11	17	8	36
<i>Hommes</i>	14	25	3	42
<i>Situation familiale</i>				
<i>En couple avec enfant(s)</i>	1	4	1	6
<i>Célibataire avec enfant(s)</i>	1	0	1	2
<i>En couple sans enfant</i>	0	16	5	21
<i>Célibataire sans enfant</i>	23	22	4	49
<i>Lieu d'habitation</i>				
<i>Location personnelle</i>	6	23	8	37
<i>Colocation</i>	3	13	0	16
<i>Propriétaire</i>	1	2	2	5
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	15	3	1	19
<i>Autres</i>	0	1	0	1
<i>Pays de résidence</i>				
<i>France métropolitaine</i>	18	34	9	61
<i>océan Indien</i>	5	5	2	12
<i>Europe</i>	1	1	0	2
<i>Antilles - Guyane</i>	0	1	0	1
<i>Autre</i>	1	1	0	2
<i>Situation professionnelle</i>				
<i>Étudiants</i>	21	16	1	38
<i>Cadres supérieurs</i>	0	7	3	10
<i>Professions intermédiaires</i>	0	4	3	7

<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprise</i>	0	1	0	1
<i>Agriculteur, exploitants</i>	1	0	1	2
<i>Employés</i>	1	7	1	9
<i>Ouvriers</i>	1	4	2	7
<i>Sans activité professionnelle</i>	1	3	0	4
Total	25	42	11	78

La majorité (54%) des jeunes nés à La Réunion sont âgés entre 19 et 25 ans et sont célibataires sans enfant (63%). La plupart résident en France métropolitaine (78%), sont en autonomie résidentielle (76%) et sont étudiants (49%). 46% sont en emploi et seuls 5% sont en recherche d'emploi. Parmi ceux qui travaillent, presque la moitié sont cadres ou de professions intermédiaires (47%). Nous en déduisons que les jeunes originaires de La Réunion qui se rendent sur l'île pour un séjour de vacances sont des personnes autonomes. La durée moyenne de séjour des jeunes touristes natifs de La Réunion est de 25 jours.

Dynamisme

Figure 293 : Activités choisies par les jeunes touristes externes réunionnais

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch.2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Ch. 5</i>	<i>Ch. 6</i>	<i>Total</i>
<i>Rien de particulier</i>	8						
Activités sportives							
<i>Canyoning</i>	2	1	1	0	0	1	5
<i>Plongée sous-marine</i>	4	9	2	1	0	0	16
<i>Randonnée</i>	34	12	1	1	0	0	48
<i>Sports d'eaux-vives</i>	5	10	4	2	1	0	22
<i>Surf, Paddle</i>	0	0	0	1	0	1	2
<i>Trail</i>	1	1	1	0	0	0	3
<i>Voile</i>	1	0	0	0	0	0	1

<i>VTT, Vélo</i>	0	2	1	0	0	0	3
<i>Total</i>	47	35	10	5	1	2	100
Activités culturelles							
<i>Intérêt pour la musique traditionnelle</i>	0	0	1	0	1	0	2
<i>Participation à des concerts de musique traditionnelle</i>	1	2	2	1	0	0	6
<i>Participation à des fêtes traditionnelles</i>	1	0	2	0	0	1	4
<i>Visite de musées</i>	3	2	1	4	2	0	12
<i>Total</i>	5	4	6	5	3	1	24
Autres							
<i>Plage, rivières, cascades</i>	4	9	1	1	0	0	15
<i>Bateau, catamaran, jet-ski, sorties cétacés</i>	4	4	1	0	0	0	9
<i>Hélicoptère, ULM</i>	1	0	0	0	1	0	2
<i>Parapente</i>	2	1	2	0	0	0	5
<i>Tour de l'île, cirques et volcan, tunnel de lave</i>	1	1	0	0	0	0	2
<i>Dégustation d'alcool, nourriture</i>	1	0	1	0	0	0	2
<i>Autres</i>	5	1	1	1	1	1	10
<i>Total autres</i>	18	16	6	2	2	1	45
Totaux activités	70	55	22	12	4	2	165

90% des jeunes nés à La Réunion déclarent s'adonner à au moins une activité lors de leur séjour sur l'île. 71% en mentionnent deux et 28% trois.

Figure 295 : Part des jeunes touristes réunionnais pratiquant des activités

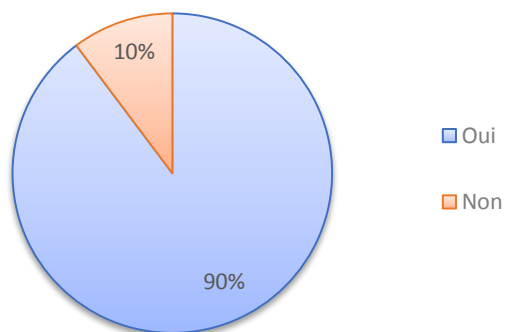
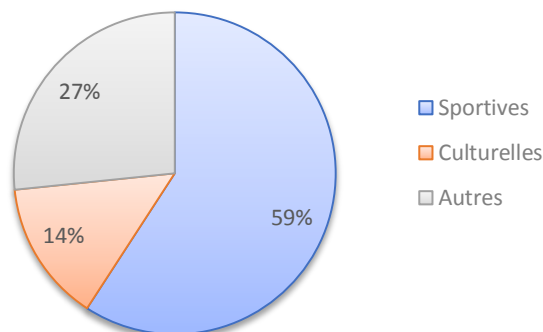


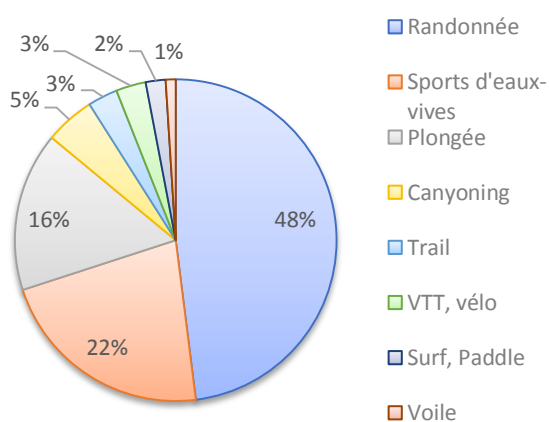
Figure 294 : Type d'activités pratiquées par les jeunes touristes réunionnais



Seuls 10% des jeunes nés à La Réunion ne s'adonnent à aucune activité lors de leur séjour sur l'île. Les activités sportives dominent à nouveau (59%). Les culturelles représentent 14% des activités et les autres 27%.

▪ *Activités sportives*

Figure 296 : Sports pratiqués par les jeunes touristes réunionnais

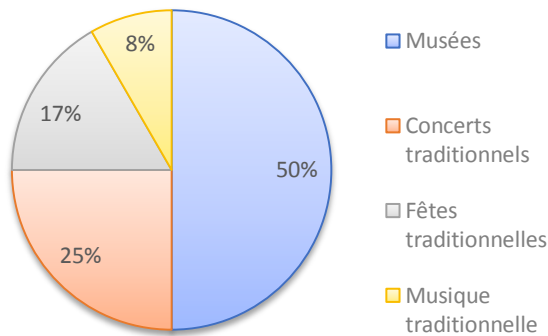


La randonnée est l'activité sportive qui domine chez les natifs de l'île ayant quitté le territoire. Elle représente 48% de l'ensemble des activités sportives pratiquées et concerne 62% de cette catégorie de jeunes touristes. Le canyoning et les sports d'eaux-vives représentent quant à eux 27% des sports cités et sont pratiqués par un peu plus du tiers (35%). Les sports de pleine mer correspondent à 24% de l'ensemble des mentions. Enfin, le

trail, le vélo et le VTT rencontrent moins de succès et comptent 6% des choix sportifs.

▪ *Activités culturelles*

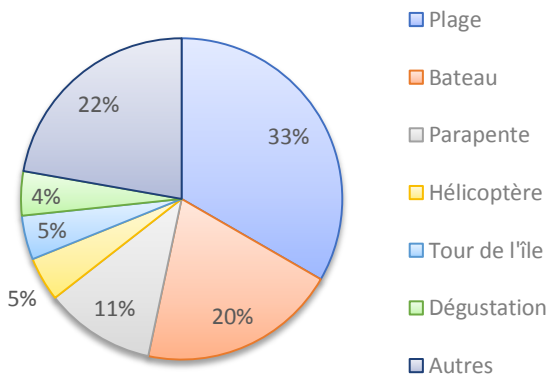
Figure 297 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes réunionnais



Les activités culturelles sont le type d'activité qui intéresse le moins les jeunes touristes nés à La Réunion. Parmi ceux qui s'y adonnent, la visite de musées domine. Elle correspond à 50% de l'ensemble des choix culturels émis et concerne 15% de l'échantillon total de cette catégorie. La part de la participation à des concerts traditionnels ainsi que l'intérêt porté à la musique traditionnelle est de 33%. Celle des fêtes traditionnelles est de 17%.

▪ *Autres activités*

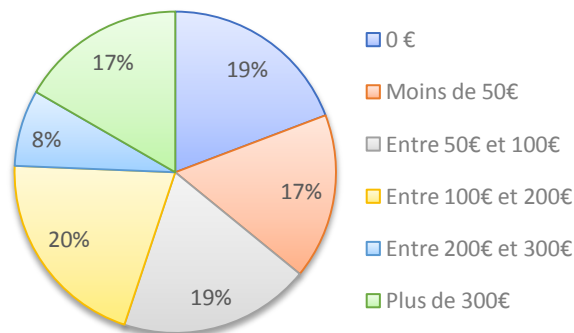
Figure 298 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes réunionnais



La part de la fréquentation des plages compose un tiers de l'ensemble des autres choix formulés, 19% des jeunes natifs de La Réunion vont à la plage lorsqu'ils sont sur l'île. Le bateau et le parapente sont les suivants. Ils en constituent respectivement 20% et 11%. Ce qui correspond à 12% de l'échantillon pour la première activité et moitié moins pour la seconde. Les autres activités citées sont des sports de forme ou de combat ainsi que l'accrobranche et les sorties nocturnes.

▪ *Budget*

Figure 299 : Budget total consacré aux activités des jeunes touristes réunionnais



Les montants des budgets accordés aux activités par les jeunes touristes natifs de l'île sont répartis. 36% déclarent dépenser moins de 50€ pour leur réalisation sur l'ensemble du séjour. 39% y consacrent entre 50€ et 200€. 25% ont un budget supérieur ou égal à 200€.

✚ Moyens de transport

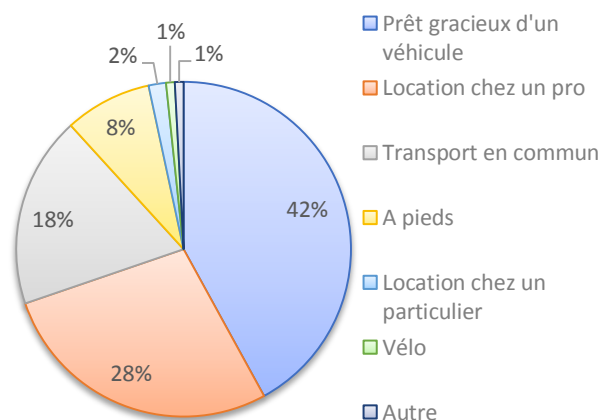
Figure 300 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes touristes réunionnais

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
<i>Location d'un véhicule chez un professionnel</i>	16	17	0	33
<i>Location d'un véhicule chez un particulier</i>	2	0	0	2
<i>Prêt gracieux d'un véhicule</i>	38	12	0	50
<i>Transport en commun</i>	20	2	0	22
<i>À pied</i>	1	0	9	10
<i>Vélo</i>	0	0	1	1
<i>Autre</i>	1	0	0	1
<i>Total</i>	78	31	10	119

Autre : voiture personnelle

Les jeunes touristes natifs de l'île se servent de trois modes de transport différents. Ils sont 40% à en citer au moins deux et 13% en utilisent trois.

Figure 301 : Modes de déplacement utilisés par les jeunes touristes réunionnais



Le principal moyen de transport usité est l'utilisation du véhicule d'un proche. Il occupe 42% sur l'ensemble des moyens de déplacement cités et concerne 64% de l'échantillon. La location de véhicule chez un professionnel est le second mode préféré avec une part de 28% du total des mentions et presque la moitié de l'échantillon (42%) se déplaçant grâce à elle. Les transports en commun sont utilisés par 28% des jeunes

touristes natifs de l'île et 13% se déplacent à pied.

✚ Restauration

Figure 302 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes réunionnais

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Choix 5	Total
<i>A domicile</i>	7	8	2	8	6	31
<i>Boulangerie, points chauds</i>	3	15	11	2	0	31
<i>Chez des amis ou de la famille</i>	29	8	17	9	2	65
<i>Restaurants gastronomiques</i>	4	1	0	1	0	6
<i>Restaurants</i>	12	10	7	0	2	31
<i>Snack, bar, pizzeria</i>	23	31	4	2	0	60
<i>Total</i>	78	73	41	22	10	224

Les lieux de restauration choisis sont diversifiés, en effet, 94% en déclarent au moins deux, 53% au moins trois, 28% au moins quatre et 13% visitent cinq lieux de restauration.

Figure 304 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes réunionnais

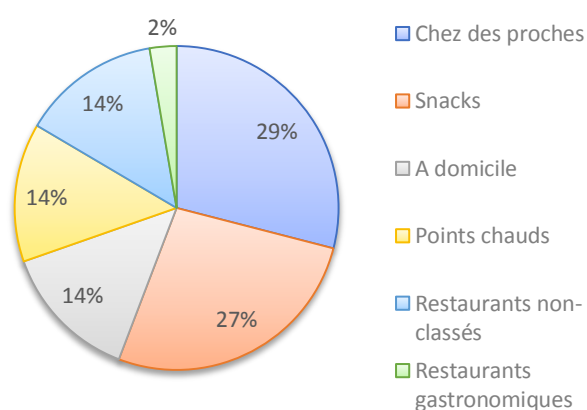
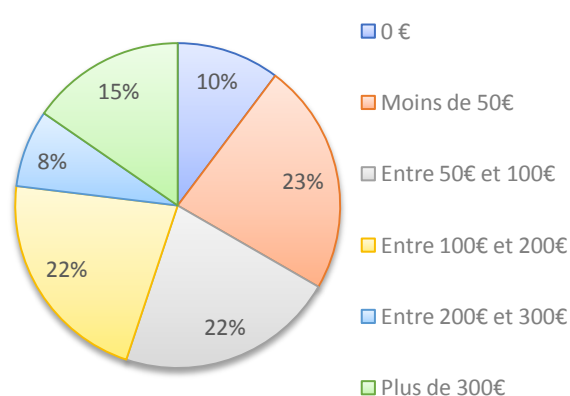


Figure 303 : Budget accordé à la restauration des jeunes touristes réunionnais



Presque un tiers (29%) des lieux de restauration cités sont chez des proches et 14% à domicile. Ils concernent respectivement 83% et 40% de l'échantillon. Les snacks et les points chauds sont ensuite les modes de restauration privilégiés. Ils composent à eux deux 41% des mentions et sont respectivement fréquentés par 77% et 40% de l'échantillon. Enfin, 47% se rendent dans

les restaurants lors de leur séjour sur l'île. Les budgets accordés varient, un tiers dépensent moins de 50€, 44% entre 50€ et 200€ et 23% plus de 200€.

g) *Ce que pensent les jeunes touristes externes de l'île de La Réunion*

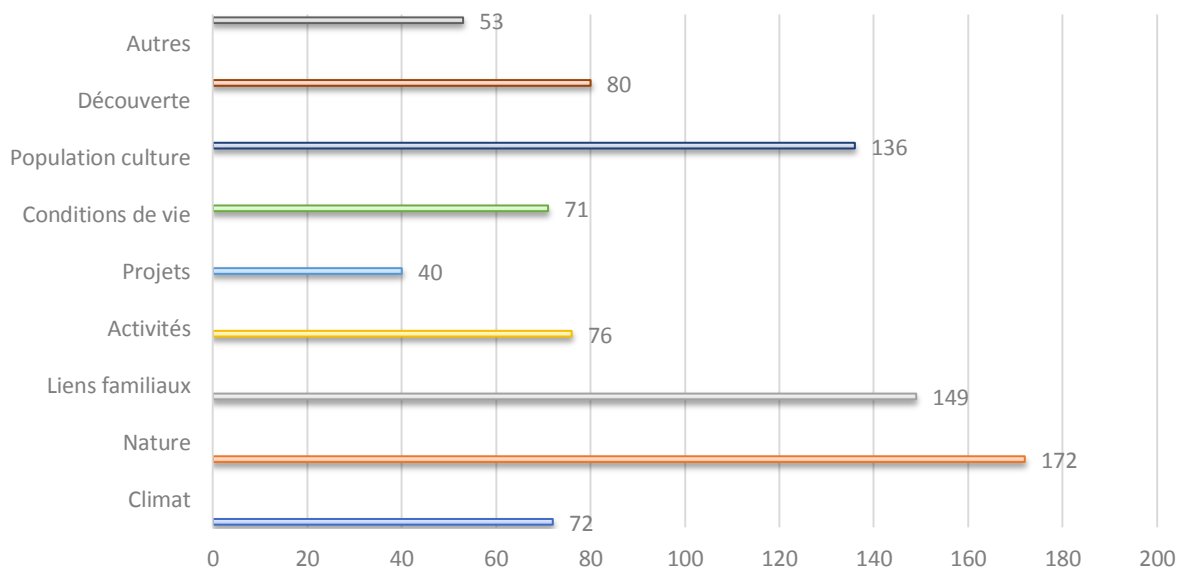
✚ Retour sur l'île pour un prochain séjour ?

Figure 305 : Nombre de jeunes touristes externes qui envisagent de revenir sur l'île pour un séjour de vacances



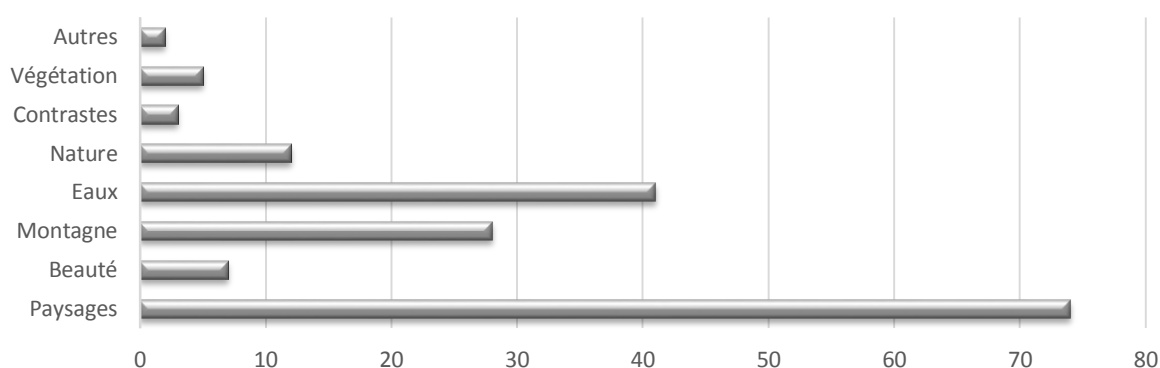
Quelle que soit leur réponse à la question 31, il est demandé aux jeunes de justifier leur choix. Cette question ouverte et obligatoire laisse parler les jeunes afin d'étudier leurs réponses (450) à travers une analyse lexicale. Pour ceux qui envisagent de revenir, huit thématiques sont mises en évidence : le climat, la nature, les liens familiaux ou amicaux, la population et la culture, les activités, les conditions de vie, les projets, la découverte, le plaisir de voyager et un dernier item regroupant les autres réponses.

Figure 306 : Motivations au retour des jeunes touristes externes



La nature (172), les liens familiaux (146) ainsi que la culture et la population (139) sont, respectivement, les thèmes qui sont les plus récurrents dans les motivations au retour sur l'île. Viennent ensuite la découverte (80), les activités (76), le climat (72) et les conditions de vie (71), puis les projets (40) et enfin les autres raisons (53). Pour davantage de clarté et gagner en précision, les thématiques sont, d'une part, détaillées en sous-catégories et les expressions sont, d'autre part, classées dans les tableaux suivants. Les graphiques facilitent la visualisation de l'importance de chaque sous-thématique.

Figure 307 : Motifs de motivation au retour relatifs au thème de la nature



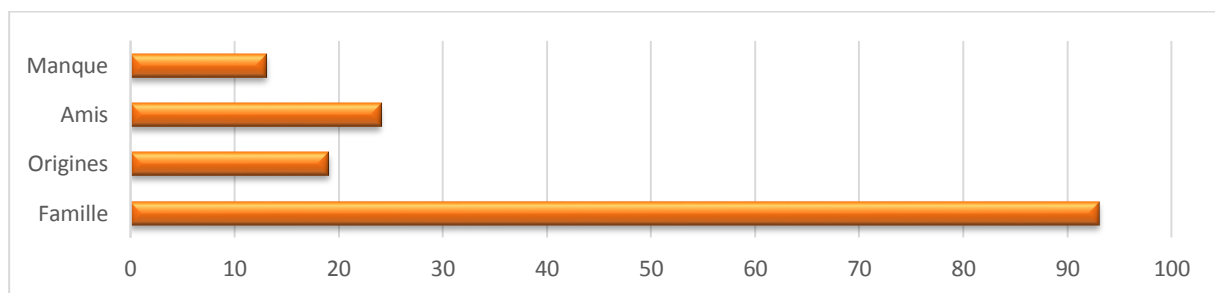
Nature (172)

Paysage (74)	"pour le paysage" (x27) "le paysage est super"(x4), ;"le paysage est charmant" ; "j'ai eu un coup de foudre pour le paysage, la nature" ; "magnifique paysage" ; "j'aime le paysage" (x22) ; "la diversité du paysage"(x4) ; "voir le paysage"(x5) ; "le paysage est très beau" ; "le paysage est plaisant"(x2) ; "profiter du paysage" ; "paysage réconfortant", "paysage joli", "paysage splendide", "paysage magnifique", "le paysage est pas mal",
Beauté (7)	"c'est beau ici (x5)", "c'est bien, tout est super : fruits, mer, montagne, plage", "beauté de l'île"
Montagne (28)	"j'aime la montagne"(x12) , "voir le Piton des Neiges" (x2), "Les cirques me plaisent : Mafate, Salazie/(re)visiter les cirques"(x5)"je souhaite voir le volcan", "revoir le volcan"(x8)
Eaux (41)	"j'aime la plage" (x27) , "j'aime la mer/l'océan"(x7), "j'aime le lagon de l'Hermitage" ; "voir des bassins" ; "voir les cascades, les rivières"(x4) ; "les rivières et la mer manquent"(x2),
Nature (12)	"j'aime la nature", "beaucoup de nature"(x4), "la nature, il n'y a rien de mieux"(x2), "l'environnement est magnifique"(x3), "L'écosystème est bien", "Nous pouvons avoir des produits bio, exotiques et sains"

Contraste (3)	"il y a tout, la mer et la montagne", "contraste mer-montagne"(x2)
Végétation (5)	"Végétation que je ne connais pas"(x2), "La verdure"(x2), "au milieu de la forêt, je respire de grandes bouffées d'air"
Autres (2)	"les lieux cachés", "j'aime le fait que ce soit une île"

Le paysage est la principale source de motivation (74 fois cité) appartenant à la thématique nature. Plus d'un quart des jeunes touristes externes reviennent spécifiquement pour le paysage (27 fois cité) et 30% parce qu'ils l'apprécient. Le reste le qualifie de « pas mal, très beau, réconfortant, joli, splendide... ». L'un d'entre eux parle de « coup de foudre ». La catégorie « eaux » regroupe les cours d'eaux vives, l'océan et ses plages ainsi que les bassins. Sur 41 jeunes exprimant vouloir revenir pour « les eaux », 35 le font spécifiquement pour tout ce qui a trait à l'océan : ils aiment l'océan, la plage et/ou le lagon. Certains expriment aussi un désir de retrouver la rivière et la mer (2), en employant l'expression « sensation de manque ». Les montagnes, avec les cirques et les deux Pitons, sont la troisième spécificité naturelle qui donne envie aux jeunes de revenir (41).

Figure 308 : Motifs de motivation au retour relatifs à la thématique des liens familiaux ou amicaux



Liens familiaux ou amicaux (149)

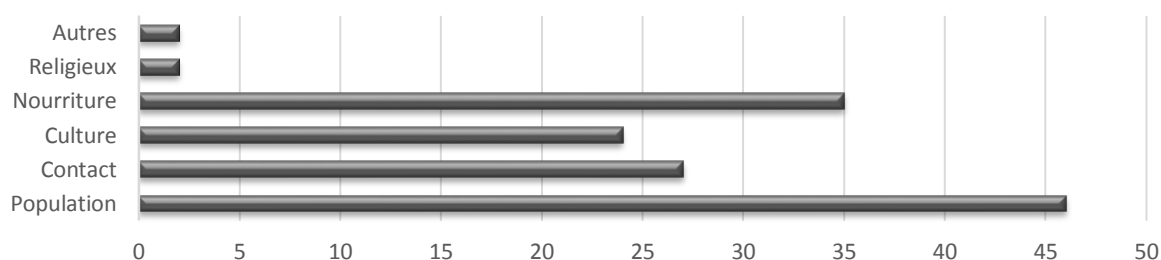
Famille (93)	"pour voir ma famille" (x88) ; "ma famille est ici, je suis née ici"(x2) ; "pour voir mon frère" ; "ma sœur m'a donné envie de venir. Tous les retours des gens qui viennent ici sont positifs"
Origines (19)	"C'est mon pays (x4)" ; "revenir aux sources/me ressourcer"(x4) ; "j'ai vécu ici, j'ai mes souvenirs ici" ; "j'ai grandi ici une partie de ma vie, c'est symbolique de revenir" ; "ici c'est chez moi" ; "c'est mon île"(x6) ; "je reviens ici souvent, j'aime mon pays" ; "c'est ma nation",
Amis (24)	"revoir nos amis "(x15), "mon ami est là" (x3), "ma femme est ici"(x5), "pour voir ma copine",

**Manque
(13)**

"tout me manque"(x2), "je suis née ici et comparé à la France, rien à voir. Tout me manque"(x6), "Oui ce n'est même pas envisager, c'est sûr. La Réunion c'est mon plus gros manque. Ça été une bouffée d'air", "rien ne peut remplacer La Réunion" ; "les gens me manquent, la politesse, la convivialité, la musique, les repas", "les gens sont simples ici, ils communiquent également, alors qu'en France tu es seule au monde", "La nourriture de ma mémé m'avait manqué"

La majorité des jeunes étant motivés par des liens personnels sur l'île reviennent pour voir leur famille (93 fois cité) et 16% souhaitent y retrouver des amis. Ce qui semble intéressant dans la thématique des origines est la façon dont chacun évoque La Réunion. Certains l'appellent « leur pays », « leur nation », et la détache ainsi de toute entité nationale, alors que d'autres emploient des termes plus neutres en la nommant « leur île » ou « chez eux ». Ces qualificatifs sont utilisés par des jeunes étant nés ou ayant vécu sur l'île. À travers leur utilisation apparaît la question de l'identité réunionnaise. Un attachement à l'île ressort de cette section mais également de la précédente, avec les termes évoquant le « manque ». L'on constate que quitter l'île est pour certains difficile et qu'y retourner est un besoin : « revenir aux sources », « ça a été une bouffée d'air ».

Figure 309 : Motifs au retour relatifs à la thématique de la culture



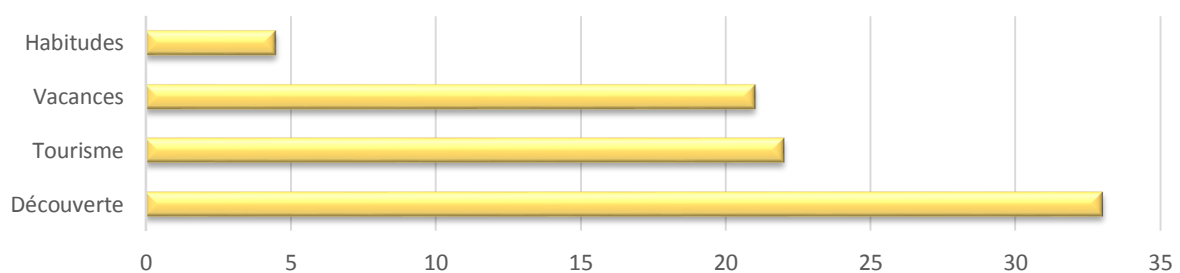
Population, culture (136)

Population (46)	"les gens sont gentils (x8), "les gens sont courtois", "les gens sont agréables"(x2), "les gens sont plaisants"(x9), " les gens sont sympathiques "(x10), "les gens sont aimables", "les gens sont souriants/ils ont la joie de vivre"(x4), "j'aime les habitants qui sont super ouverts"(x3), "la population est chaleureuse"(x6), "population emplie de bienveillance", "pour les femmes", "les gens ont beaucoup d'éducation"
Contact (27)	"l'accueil des gens est super/agréable" (x15), "le savoir-vivre des gens, la politesse et l'accueil"(x2), "il y a un côté humain", "rencontrer des gens"(x2), "j'aime l'accueil des Réunionnais"(x2), "contact avec les personnes très agréable"(x2), "les Réunionnais sont contents d'accueillir les touristes, ils m'ont appris à danser le Séga", "tout le monde se respecte ici, nous sommes tous des humains", "respect de la population",

Culture (24)	"diversité de cultures" (x2), "le côté mélangé des cultures, le métissage"(x2), "mixité des personnes", " <i>"j'aime la culture"</i> (x9), "j'aime la culture réunionnaise"(x4), "j'en ai pris plein les yeux face à votre culture", "la culture est exceptionnelle, incroyable"(x2), "richesse culturelle", "j'aime la coutume, le niveau de vie et la manière d'être, qui est différente", "j'aime le système français"
Nourriture (35)	<i>"pour la nourriture"</i> (x31), "découvrir la gastronomie", "Pour la Dodo, le rhum arrangé", "je pense avoir pris 5kg. La nourriture est très bonne", "il y a beaucoup de petits marchés avec la vente de samoussas, bonbons réunionnais. C'est un délice",
Religieux (2)	"il y a des manifestations religieuses (musulman)", "assister à divers rituels"
Autres (2)	"l'amusement"(x3), "j'aime la musique"(x2)

La population réunionnaise est appréciée par les jeunes, qui la citent comme raison de retour (46 fois citée). Les compliments ne manquent pas et l'éloge des Réunionnais se fait par l'emploi de termes tels que « sympathiques, gentils, courtois, chaleureux et souriants ». Le contact avec ces derniers est d'ailleurs apprécié, 27 jeunes espèrent pouvoir revenir pour l'accueil qu'ils ont reçu lors de leur séjour. La nourriture est également une source de motivation importante : 35 interrogés l'évoquent et l'un d'entre eux mentionne également la dégustation de rhum arrangé et de la bière locale, la « Dodo ». La culture réunionnaise, par sa diversité et sa richesse, est évoquée par 24 jeunes.

Figure 310 : Motifs relatifs à la thématique de découverte et liés au plaisir de voyager



Découverte, plaisir de voyager (80)

Découverte (33)	"pour découvrir d'autres endroits de la Réunion" ; "pour découvrir/pour visiter" (x5), "pour faire la découverte de l'île" (x2), "découvrir le plus possible de choses comme les espèces autochtones, les oiseaux, les plantes dans les cirques de la Réunion", "curieuse de découvrir la nature", "faire des découvertes", "découvrir le paysage", "il y a énormément de choses à découvrir, c'est difficile d'avoir une vision générale", " <i>"continuer"</i>
------------------------	--

à découvrir l'île"(x11), "mieux découvrir l'île, il y a beaucoup de choses que nous n'avons pas faites"(x4), "découvrir les recoins un peu moins touristiques, les coins insolites", "moi qui suis accro au sport, ça a été un plaisir de découvrir La Réunion", "j'aimerais découvrir plus de choses car je n'ai vu que St-Denis", "découvrir le cadre en lui-même", "explorer l'île de façon plus sportive"

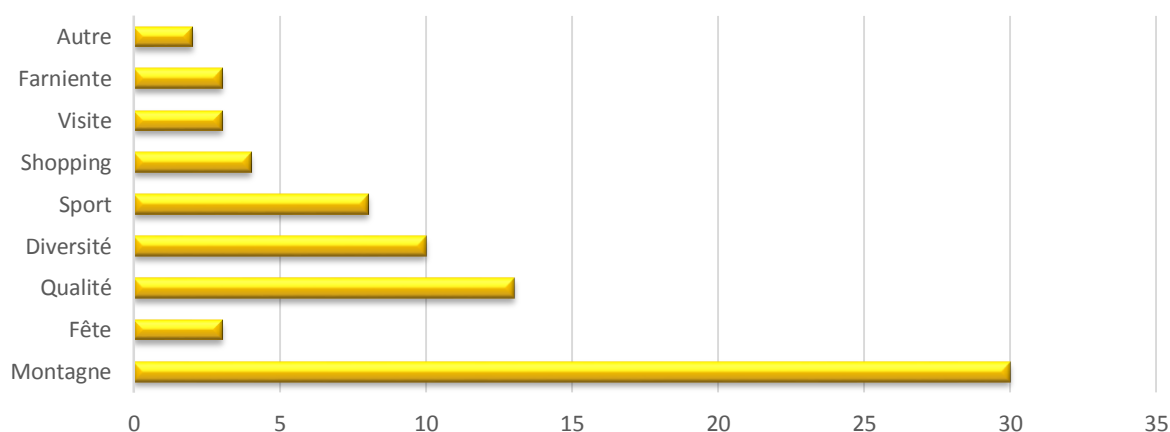
Tourisme (22) *"pour faire du tourisme" (x13)*, "visiter des lieux"(x2), "pour visiter ce que je n'ai pas pu visiter", "pour le plaisir de voyager", "j'aime le dépaysement"(x3), "explorer le cœur de l'île", "hôtellerie haut de gamme"

Vacances (21) "pour prendre des vacances" (x18), "pour me reposer", "pour profiter de La Réunion"(x2),

Habitude (4) "mes parents viennent souvent ici et j'ai moi aussi pris l'habitude de venir. Ça change du quotidien. Ça permet de souffler un peu avant de retourner à la réalité. Ici, c'est le côté irréel, les gens sont en détente, pas comme chez nous" ; "Mon père bouge beaucoup avec son travail et nous, nous avons pris goût aux voyages également" ; "Ce voyage fut agréable, nous voulons donc revenir"(x2)

Les jeunes envisagent aussi de revenir sur l'île pour mieux la découvrir (33), y faire du tourisme (22) ou pour y passer des vacances (21). 4 font le choix de s'y rendre parce que c'est une destination qu'ils apprécient et qu'ils en ont l'habitude. Parmi eux, deux reproduisent ce que leurs parents leur ont inculqué.

Figure 311 : Motifs de retour relatifs au thème des activités

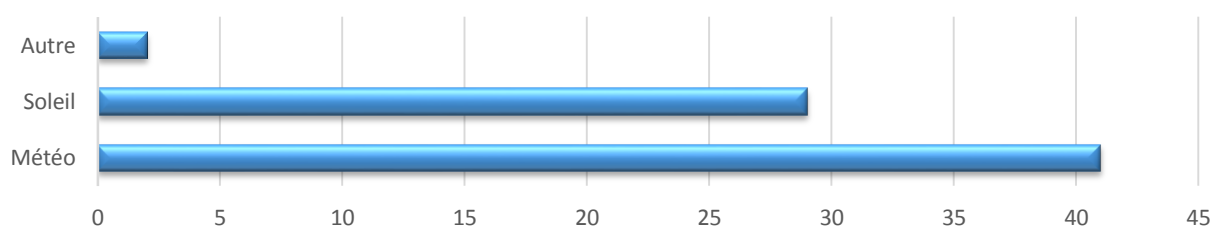


Activités (76)

Montagne (30)	"randonnée" (x26), "possibilité de faire du trail", "le trail", "participer au grand raid", "Descentes en VTT"
Fête (3)	"sortir", "faire la fête", "le karaoké"
Qualité, nature des activités (13)	"les activités sont superbes" (x4), "faire des activités" (x3), "j'aime les activités"(x3), "faire des activités de pleine nature", "les activités sont qui sont bien et que je ne connais pas forcément", "j'aimerais découvrir le parapente et la plongée"
Diversité (10)	"il reste beaucoup de choses à faire", "on peut faire beaucoup de choses", "il y a beaucoup d'activités pour les enfants", "diversité d'activités"(x6), "il y a tellement de choses que je rêve de faire"
Sport (8)	"sport" (x2), "la compétition"(x3), "j'adore le sport", "pour les opportunités sportives" (x2)
Shopping (4)	"les boutiques sont bien", "faire les courses, shopping" (x3)
Visite (3)	"faire un tour de l'île", "les balades", "j'aime les différents endroits à explorer. Je me prends comme dans Koh Lanta"
Farniente (3)	"bronzer"(x2), "boire des cocktails les pieds en éventail dans le sable"
Autres (2)	"les repas de famille du dimanche", "aller à des cérémonies religieuses"

La pluralité des activités (10) et de leur nature constituent d'autres motivations. Les activités de montagne sont celles qui sont les plus citées, en particulier la randonnée (26).

Figure 312 : Motifs de retour relatifs à la thématique du climat

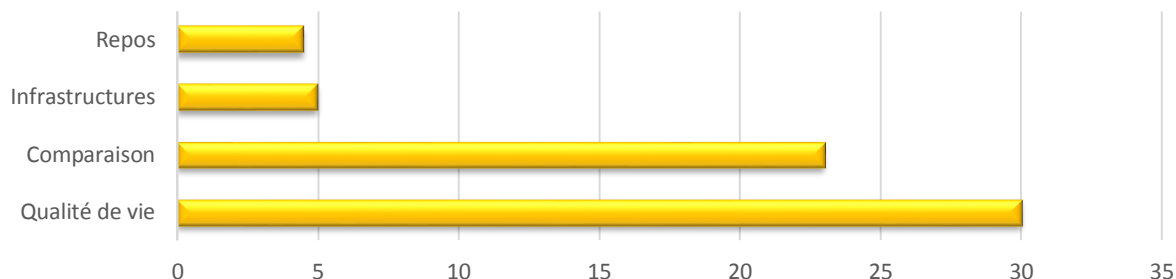


Climat (72)

Météo (41)	"il fait beau"(x2), "pour le temps qu'il fait ici"(x3), ""temps idéal"(x2), "la température est superbe", " <i>j'aime le climat</i> "(x16), "le temps est agréable"(x3), "j'aime la température", "j'aime la chaleur"(x14)
Soleil (29)	"pour être sous le soleil"(x3), "le soleil est appréciable"(x2), "c'est ensoleillé"(x2), " <i>j'aime le soleil</i> " (x22),
Autres (2)	"micros-climats", "la température de l'eau"

Ces jeunes reviennent parce qu'ils aiment le climat de l'île, la chaleur et le soleil. Ainsi, les conditions météorologiques (41) et particulièrement le soleil (21) sont les termes qui apparaissent le plus dans les raisons de retour relatives au climat.

Figure 313 : Motifs de retour relatifs à la thématique des conditions de vie



Conditions de vie (71)

Qualité de vie (30)	"il fait bon vivre"(x2), "la vie est superbe ici"(x3), "la vie est bien ici"(x2), "la vie est perfection", "La vie ici est pas mal, on ne sent pas vraiment la pauvreté, il y a le choix d'activités", "c'était très chouette à La Réunion", "j'aime le mode de vie", "le cadre de vie"(x4), "mode de vie simple et agréable", "Ambiance au top"(x7), "ici c'est calme, les gens sont cool", "j'aime le cadre de vie", "pour le cadre", "Je m'amuse beaucoup quand je viens"(x2), "j'aime la façon de vivre, la tolérance", "beaucoup d'énergie concentrée sur un petit espace"(x2)
Comparaison (23)	"la vie ici est bien, à Mayotte c'est difficile", "beaucoup de différences, comparé à Madagascar, j'aime la ville, les restaurants", "j'ai vécu un moment en Martinique et je pense que La Réunion c'est pareil, ça me plaît", "en France la vie n'a rien à voir. Les gens sont distants là-bas, c'est spécial.", "c'est moins stressant qu'en France, l'ambiance est bonne"(x3), "c'est un endroit vraiment tranquille, ça me fait beaucoup penser à Maurice mais en plus développé", "c'est mieux ici au niveau de la convivialité, du paysage, de la température et des activités", "je n'aime pas trop aller à Madagascar. À La Réunion, je suis en France, chez moi. Facilité de se déplacer en ville", "j'aime la vie ici, elle est agréable. Cependant j'aime la Martinique", "Ici c'est plus riche que Madagascar. La vie est plus simple"(x3), "même ambiance qu'à La Martinique. Ici on aime manger et faire la fête"(x2), "C'est comme la France en moins compliqué", "je trouve ici moins cher : la nourriture, les vêtements...", "Les gens sont très différents de mon pays. Il y a des facilités ici, des aides et des services sociaux", "J'aime l'atmosphère de La Réunion, c'est très différent de Mayotte"(x2), "Le paysage remplace largement les activités payantes, c'est un peu comme à Maurice en plus évolué" ; "en France, c'est dépitant"

**Infrastructures
(5)**

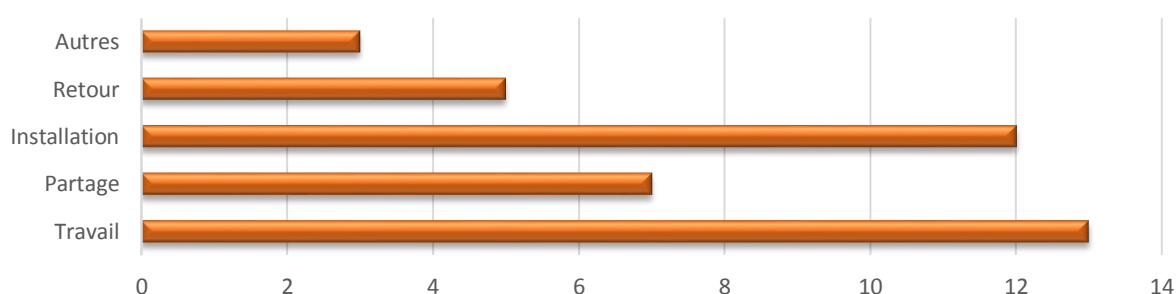
"La Réunion est un pays développé", "c'est hyper propre", "ici, c'est propre et il y a de la convivialité", "La route est bien", "la ville de stage à St-Denis"

Repos (13)

"J'aime bien cette atmosphère zen. Tout est ressourçant ici", "Je suis tellement reposé quand je suis ici, c'est impressionnant ; Ça doit être l'atmosphère ou tout l'amour qu'il y a à La Réunion", "dépaysement total, loin du stress quotidien. Ça me donne vraiment envie de venir habiter ici. Les femmes sont vraiment belles. L'alcool et l'amusement d'ici, c'est super. Rien à dire", "Il n'y a nul autre endroit où je me sens chez moi" ; "pour être tranquille"(x3), "le rythme de vie et l'ambiance me plaisent"(x2), "j'aime le cadre cocooning de La Réunion", "j'aime beaucoup l'ambiance à la cool de La Réunion, les gens qui peuvent se promener en savates, short sans être critiqués"(x2), "Je viens ici souvent depuis que je suis petit. Au début, c'était avec les parents, maintenant c'est tout seul ou avec des amis. J'aime énormément le paysage et l'atmosphère zen. J'aurais aimé habiter ici mais entre vivre et être en vacances il y a un écart, ne plus être dans le confort familial".

Parmi ceux qui apprécient les conditions de vie de l'île, presque la moitié sont sensibles à la qualité de vie. À savoir l'ambiance, l'énergie et le fait qu'il y fasse « bon vivre ». Le rythme de vie et le fait qu'ils puissent s'y reposer sont également un point important pour eux (13). Les jeunes interrogés comparent La Réunion avec Mayotte, la France métropolitaine, la Martinique, Madagascar et Maurice, toutes ces destinations sont les lieux dans lesquels ils vivent ou ont vécu.

Figure 314 : Motifs au retour relatifs à la thématique de projets



Projets (40)

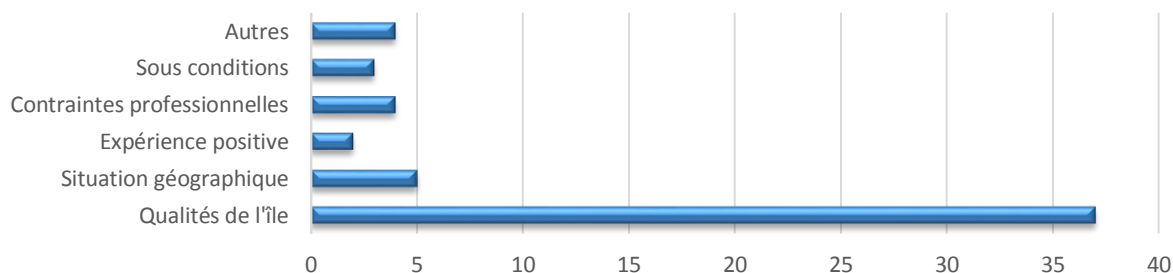
Travail (13)

"j'aimerais travailler ici" (x6), "je reviendrai si je trouve du travail ici", "projet personnel ici, c'est-à-dire le transport de touristes", "je reviens dans 4

	mois pour mettre en place des projets professionnels. Je souhaite mettre en place des projets sur les bijoux", "je reviendrais pour rechercher des investisseurs. J'aime les gens, il y a beaucoup de choses à faire ici.", "faire des projets avec les mairies", "professionnellement, je dois revenir. Beaucoup de partenariats intéressants avec l'île de La Réunion", "pour travailler dans le bâtiment",
Partage (7)	"je souhaite venir ici en famille"(x2), "je voudrais revenir, cette fois-ci, avec des amis pour pouvoir profiter encore plus", "j'aimerais revenir ici pour la famille, la tranquillité, le paysage, la nourriture. Surtout pour le soleil", "j'ai la volonté de revenir avec des amis", "nos proches"(x2)
Installation (12)	"pour m'installer" "pour y vivre" (x11)
Retour (5)	"rentrer à la maison, à La Réunion il y a beaucoup de nature et beaucoup de choses à mettre en place au niveau professionnel", "pouvoir revenir chez moi"(x2), "pour revenir dans mon pays. Ma vie en France n'est pas ce que j'espérais"(x2)
Autres (3)	"pour des formalités administratives", "pour un futur stage", "pour y continuer mes études"

Certains jeunes envisagent un retour pour développer des projets personnels et/ou professionnels. S'installer à La Réunion représente un objectif pour 12 jeunes et 13 souhaitent y travailler. Ainsi, l'île est un territoire dans lequel ils se projettent.

Figure 315 : Autres motifs évoqués par les jeunes touristes externes



Autre (55)

Qualités de l'île (37)	"Destination de rêve"(x2), "tout me plaît" (x13) , "j'adore la Réunion"(x2), "La Réunion, c'est plus grandiose de ce qu'on en dit en Métropole", "c'est une île magique, tout est magnifique"; "tout est perfection", "Destination proche. La culture et le mode de vie
-------------------------------	--

ressemblent au nôtre. J'aime beaucoup la similarité même si ici, c'est un peu plus riche que chez moi" ; "J'en ai pris plein les yeux, c'est juste magnifique" ; "Ici, c'est beau et agréable" ; "c'est un endroit formidable" ; "J'aime beaucoup La Réunion" ; "Cadre idyllique"(x3) ; "Je ne trouve aucun point négatif" ; "j'adore être ici, je me balade, je vis" ; "c'est charmant ici" ; "l'île est plaisante"(x3) ; "C'est bien, La Réunion"(x3)

Situation géographique (5)

"c'est à une heure d'ici, c'est à côté" ; "Près de Madagascar" ; "Proximité avec d'autres îles pour voyager" ; "c'est à côté de l'Île Maurice" ; "l'île Maurice n'est pas loin, donc ça me permet de partir là-bas également"

Expérience positive (2)

"séjour magnifique même si au niveau de l'hébergement, j'ai pris cher" ; "j'ai eu une bonne impression de La Réunion"

Contraintes professionnelles (4)

"mon travail d'hôtesse de l'air me contraindra à revenir" ; "le travail me fait revenir tous les mois" ; "je reviendrai dans le cadre du travail" ; "pour des raisons professionnelles, je continue à suivre mes clients réunionnais"

Sous conditions (3)

"j'aimerais revenir si le voyage me plaît et que les parents ont les moyens financiers", "si le voyage me plaît"(x2)

Autres (4)

"Le fait d'avoir tout à portée de main" ; "C'est une île française" ; "Par habitude" ; "C'est un déchirement de devoir repartir, j'aime ma vie ici"

Parmi les autres raisons qui motivent les jeunes à se rendre à nouveau sur l'île, 37 le font parce qu'ils aiment La Réunion pour ce qu'elle représente : « destination de rêve », « cadre idyllique », « tout me plaît ici ». La position géographique de l'île est également prise en compte : les jeunes viennent à La Réunion soit parce qu'elle est proche de leur île, soit parce qu'elle constitue une étape d'un voyage composé de plusieurs destinations.

✚ Difficultés rencontrées

Figure 317 : Part des jeunes touristes externes de notre échantillon ayant rencontré des difficultés

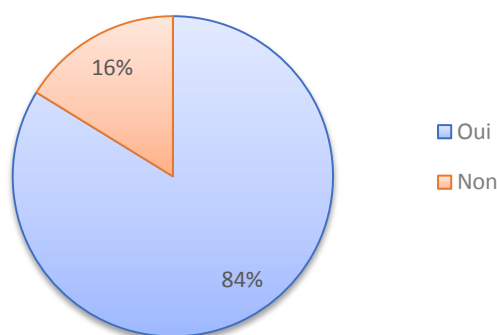
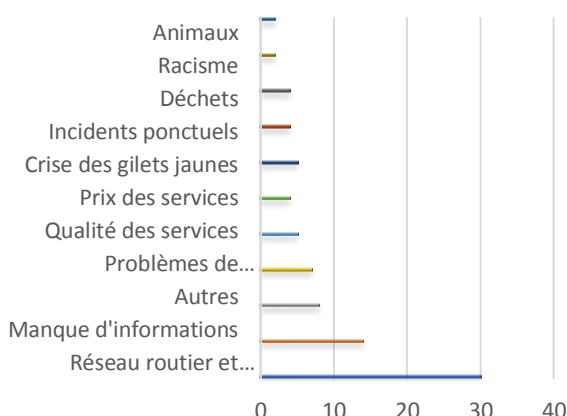


Figure 316 : Difficultés rencontrées par les jeunes touristes externes

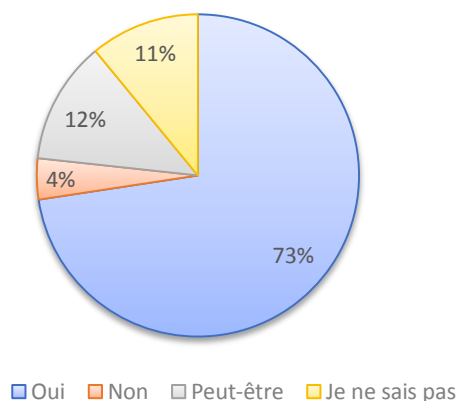


La majorité des interrogés ne rencontrent aucune difficulté (84%). Pour les autres, elles sont principalement liées à des difficultés de transport ou de circulation (41%). Les jeunes se plaignent du manque de bus (4) et de leurs horaires non respectés (9). En effet, les bus arrivent soit en avance, soit en retard, voire pas du tout et sont souvent pleins. Les embouteillages (7) et le fait que les routes soient encombrées (3) par le trop grand nombre de voitures constituent également un problème évoqué. Le fait qu'il n'y ait pas assez de pistes cyclables est mentionné par une personne. Le deuxième problème le plus rencontré est le manque d'informations (19%). 6 jeunes déclarent s'être perdus à cause d'une mauvaise signalisation sur les routes ou les sentiers de randonnée. Le manque d'informations concernant les navettes, les bus ou les taxis est aussi soulevé par deux personnes. Enfin, 3 jeunes se retrouvent en difficultés lors d'une escale à l'Île Maurice car leur compagnie aérienne ne les a pas tenus informés de la nécessité de disposer d'un passeport pour cette étape de leur trajet. 10% de nos interlocuteurs indiquent avoir rencontré des difficultés de communication. La majorité (5 sur 7) mentionne une barrière entre la langue créole et la langue française, barrière qui les empêche de communiquer avec certains de leurs interlocuteurs. Les autres (2) éprouvent des difficultés à se faire comprendre, dont un qui regrette le manque de personnel pouvant communiquer en anglais.

En ce qui concerne la qualité des services et leurs prix, 3 jeunes trouvent que la nourriture est trop chère et estiment que la location de véhicule est trop onéreuse. De plus, 2 jeunes se plaignent d'un mauvais accueil : un dans les transports en commun, l'autre dans un hôtel. La crise des gilets jaunes mentionnée en introduction de cette partie a engendré des perturbations relevées par cinq jeunes, que cela concerne la circulation (3), la fermeture des commerces (1), voire des tensions sociales, avec un jeune « victime de racisme ». Quatre autres jeunes

rapportent des problèmes de racisme, en dehors du contexte de la crise des gilets jaunes. Le manque de propreté sur l'île (2) ainsi que la condition animale (2), notamment concernant les chiens errants, est souligné. L'un des jeunes précise que : « les touristes sont souvent choqués par l'état des animaux d'ici. J'ai rencontré des gens qui ne veulent plus revenir ici à cause de cette situation ». Enfin certains jeunes font face à des incidents ponctuels : « voiture vandalisée sur la plage » ; « pneus crevés sur la route des plaines » ; « dispute avec une femme à cause d'un accident de voiture » et « une mauvaise expérience aux urgences de Saint-Pierre ». Quant aux autres raisons évoquées, elles sont les suivantes : « soucis avec de nombreux insectes, surtout les moustiques », « j'ai chuté de nombreuses fois dans les randonnées malgré un équipement sportif plutôt fourni », « réflexions sur Madagascar désagréables », « je n'ai pas pu surfer à des endroits, car c'est interdit », « il y a un problème avec l'alcool », « activités aquatiques contrariées par une mauvaise météo », « la chaleur ».

Figure 318 : Part des jeunes touristes externes qui envisagent de revenir sur l'île alors qu'ils ont rencontré des difficultés



Sur les 73 jeunes qui rencontrent des difficultés, seulement 3 ne souhaitent pas revenir sur l'île. Les raisons évoquées sont la volonté de découvrir d'autres destinations : « j'aime voyager partout, pas être au même endroit, mais ici c'est beau et agréable ». Le coût des prestations : « non pas pour l'instant. C'était une découverte formidable mais je compte un jour partir ailleurs si j'ai la possibilité. L'argent est vite dépensé ici ». Les problèmes de communication : « Je suis ici

pour explorer La Réunion mais pas pour une prochaine fois. Je ne parle pas français, c'est difficile de parler avec les gens. »

✚ Suggestions

Figure 319 : Suggestions d'axes d'amélioration du tourisme à La Réunion proposées par les jeunes touristes externes

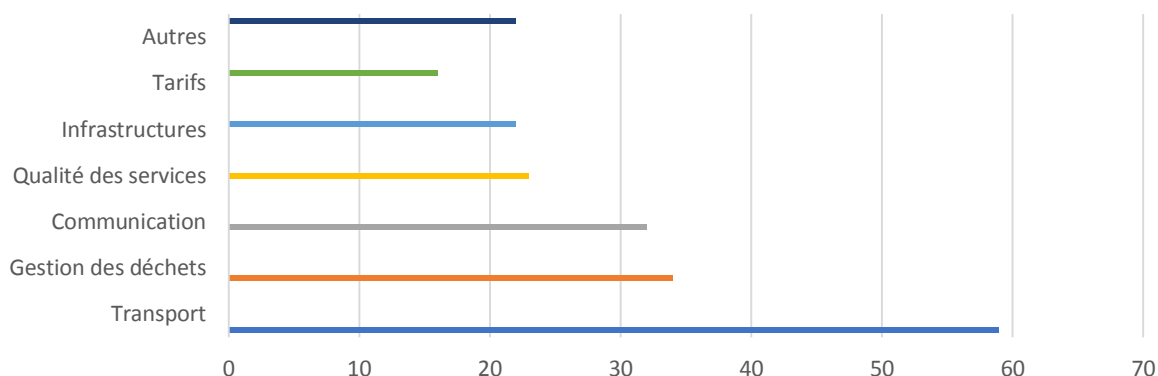
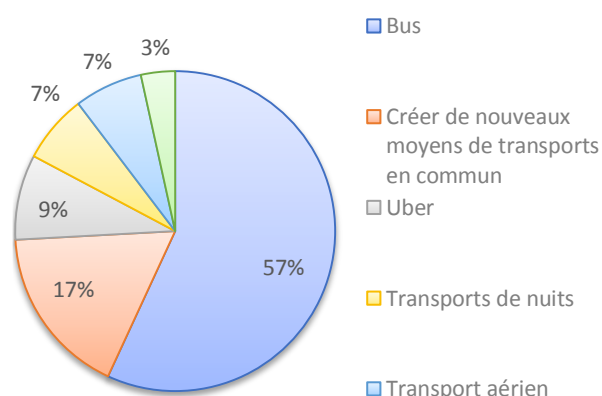


Figure 320 : Suggestions proposées pour l'amélioration des transports

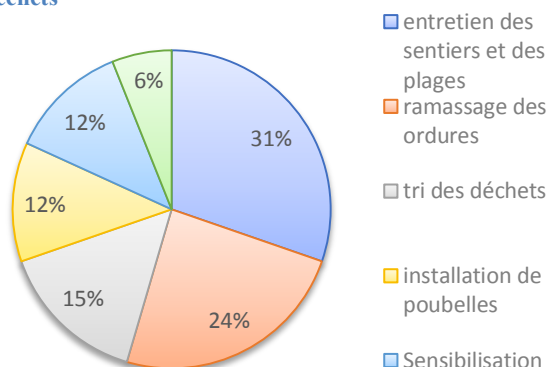


Le thème le plus abordé est celui des transports (28% de l'ensemble des suggestions). Plus de la moitié des suggestions concernent le réseau de bus actuel (33 propositions sur 59 soit 55%). Les jeunes souhaitent qu'il y ait plus de bus (10), plus régulièrement (6) et que les horaires soient respectés (7). L'augmentation de leur plage horaire serait aussi appréciée, notamment pour des aménagements de nuit (4). Outre ces

bus de nuit, certains de nos interlocuteurs pensent qu'il serait intéressant de développer des transports nocturnes de façon générale (2) et deux précisent qu'instaurer un service d'Uber et de taxis à la sortie des boîtes de nuit serait pertinent. Cinq jeunes mentionnent qu'un service de Uber est une alternative de transport qu'ils aimeraient trouver sur l'île. Par souci d'écologie et pour une meilleure fluidité sur les routes, cinq jeunes préconisent le développement des transports en commun de façon générale, trois proposent la création d'une ligne de train ou de tramway, et deux celle d'un système développé de covoiturage. Enfin, concernant les transports terrestres, deux jeunes suggèrent d'établir des bus ou des navettes réservés spécialement aux touristes, entre les sites d'intérêts touristiques et les hôtels. Quatre idées sont émises en rapport avec les transports aériens. La possibilité d'avoir plus de compagnies qui se rendent à Mayotte, l'instauration d'une meilleure fluidité des vols entre l'Allemagne et La Réunion, le

développement des vols sur l'aéroport de Saint-Pierre et la mise à disposition d'avions plus spacieux.

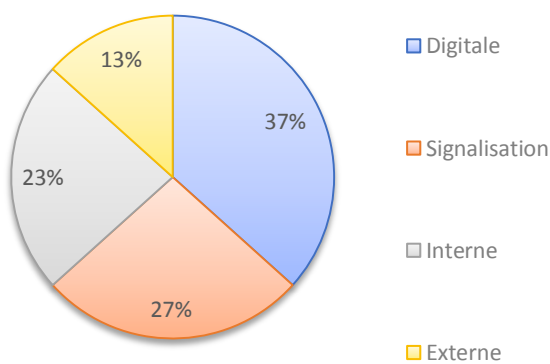
Figure 321 : Suggestions proposées pour la gestion des déchets



L'amélioration de la gestion des déchets est le deuxième thème de suggestion le plus mentionné (16% de l'ensemble des suggestions). Sur 32 déclarants, 10 souhaitent qu'une vigilance soit apportée en ce qui concerne l'entretien des sentiers et des plages, 8 spécifient qu'il est nécessaire que les communes organisent des ramassages d'ordures plus fréquents, 5 préconisent une amélioration du tri des déchets, 5 pensent

qu'il serait intéressant d'installer plus de poubelles et un précise « avec des cendriers ». 4 jugent important de sensibiliser les populations à la préservation de la planète grâce à une meilleure gestion des déchets. Les autres suggèrent des actions ponctuelles de ramassage de déchets sur les plages et la suppression du plastique dans les supermarchés.

Figure 322 : Suggestions proposées pour l'amélioration de la communication

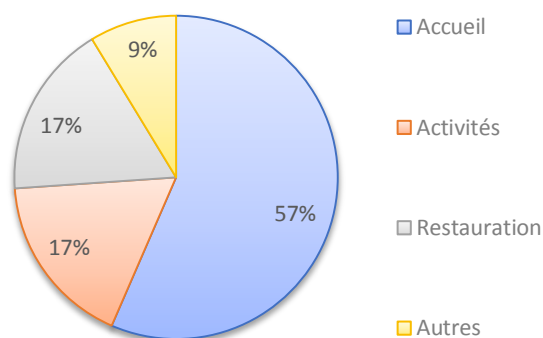


La communication est le troisième cadre de préconisations (15% de l'ensemble des suggestions). Améliorer la communication digitale est celle qui est la plus citée (11 suggestions sur 32 soit 37%). Être plus présents sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram (2), faire davantage de publicité digitale (2), améliorer la communication digitale sur les sports de l'île (1) ainsi que celle à destination de l'Irlande,

créer une plateforme de promotion et d'échanges web à destination des jeunes (1) et une pour les bus, sont les idées soumises par les jeunes. Selon eux, la signalisation est à améliorer également (8). Que ce soit au niveau des panneaux de signalisation sur les routes et les sentiers (7), ou des pancartes d'information sur les plages pour signaler l'autorisation ou non de baignade (1). En plus de la signalisation, 7 jeunes pensent qu'il serait utile de développer la communication interne sur l'île. Ils souhaitent obtenir davantage d'informations sur les bus, leurs horaires et leurs parcours, qu'il y ait plus de communication au niveau de l'aéroport (2),

que davantage de sentiers et d'informations routières soient recensés, que les activités aquatiques soient mises en avant et qu'il y ait une meilleure communication sur les spectacles de musique comme le Kaloo bang. Enfin, une amélioration de la promotion extérieure est proposée (4). Il faut, selon l'un d'entre eux, « faire plus connaître l'île de La Réunion car en France, beaucoup de personnes croient que vous êtes limite au Moyen Âge ». Communiquer sur l'ensemble des activités possibles sur l'île est également conseillé pour « faire comprendre qu'il n'y a pas que la "crise requin" », tout comme travailler la communication à la télévision.

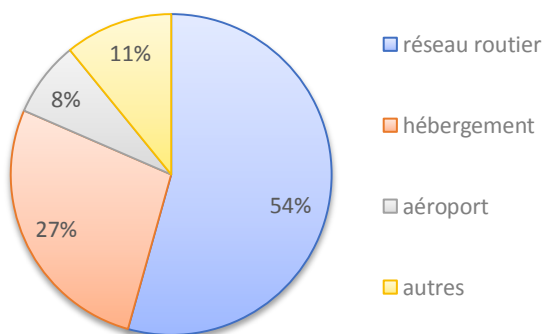
Figure 323 : Suggestions proposées pour l'amélioration de la qualité de services



La qualité des services fait aussi l'objet de recommandations. Plus de la moitié concerne l'accueil (13 sur 23). L'amélioration des capacités linguistiques des professionnels du tourisme est la suggestion la plus récurrente (8 sur 13). Concernant les langues, une personne souhaiterait plus d'ouverture de la part des créoles : « apprendre à s'ouvrir aux autres et ne pas rester dans la langue créole, surtout dans les bus ou dans les snacks ». Un

meilleur accueil à l'aéroport et sur les sites touristiques (2), avec notamment plus de guides, est également préconisé. Pour ce qui est des activités, les jeunes apprécieraient qu'elles soient réparties sur l'ensemble de l'île et non concentrées sur une région. Deux souhaitent qu'il y ait plus d'activités pour les touristes, notamment dans les hôtels et sur les plages, etc. Le dernier souhaiterait qu'un service de jeux en réalité augmentée soit proposé. Pour la restauration, une personne demande une amélioration globale des services et deux conseillent de limiter l'import de produits pour favoriser l'utilisation des produits locaux. A contrario, un jeune désire qu'il lui soit proposé « des services de nourritures atypiques comme thaïlandais ou espagnol ».

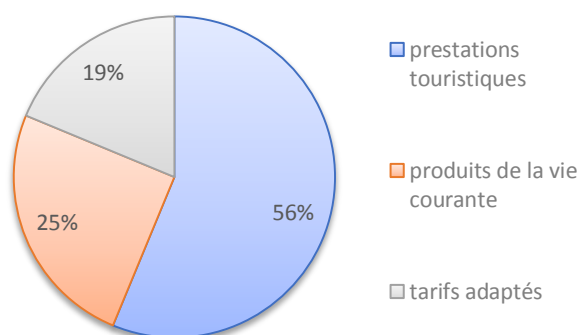
Figure 324 : Suggestions d'amélioration des transports



10 recommandations sur les infrastructures concernent le réseau routier et ce qui concerne principalement : « faire plus de pistes cyclables », « améliorer les axes routiers » (3), « mettre plus de feux rouges au milieu des ronds-points », « mettre plus de parkings dans les lieux touristiques », « avoir plus d'arrêts de bus », « améliorer les routes

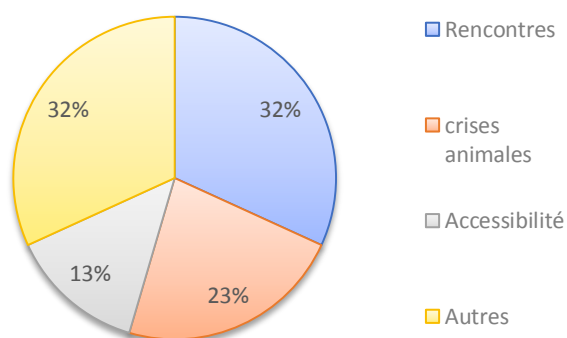
de l'Est », « moins d'autoroutes sur l'eau » (2). Le dernier fait selon nous référence à la nouvelle route du littoral qui fait polémique, notamment en raison de l'impact écologique qu'implique sa construction. Des gîtes d'étapes (ex : celui du Piton des Neiges) plus confortables sont les préconisations qui sont faites au niveau de ceux qui existent déjà sur l'île. La construction d'auberges de jeunesse, d'hébergements moins chers, d'hôtels moins imposants pour préserver l'authenticité et de davantage de campings sur les sentiers de grande randonnée sont également mentionnés. Pour ce qui concerne l'aéroport, deux personnes recommandent sa climatisation, une l'amélioration de son standing et une autre celle du confort de ses salles d'attentes. Un jeune suggère la construction d'un vestiaire afin d'éviter que les gens ne se changent dans les toilettes. Enfin, deux jeunes souhaitent que plus de toilettes soient construites sur l'ensemble de l'île.

Figure 325 : Suggestions d'amélioration sur les tarifs des prestations de services et des produits touristiques



9 jeunes pensent que les prestations touristiques sont trop chères et proposent de réduire le prix des activités (3), le prix des hôtels (2), le prix des billets d'avion (3) et le prix de location de voitures. Pour les produits de la vie courante, deux jeunes suggèrent une réduction de leur prix, l'un d'entre eux relève le prix de la bière importée, et un mentionne le coût de la vie. Enfin, la mise en place de tarifs adaptés est mentionnée deux fois : une fois pour des tarifs jeunes et l'autre fois pour des tarifs établis en fonction des revenus fiscaux.

Figure 326 : Autres suggestions d'amélioration proposées par les jeunes touristes externes



22 autres jeunes formulent d'autres propositions. 7 souhaitent que les rencontres soient facilitées : « mettre en place une plateforme pour faire des sorties avec d'autres personnes » (2), « mettre en place une plateforme pour le covoiturage » (3), « mettre en place un système de parrainage des étudiants dans le pays », proposer des solutions de mélange culturel entre Malgaches et Réunionnais ». L'amélioration

de l'accessibilité de certains hôtels et sites de randonnée ainsi que leur sécurisation est citée par 3 personnes. Résoudre la « crise requin » est mentionné à trois reprises, et pallier le problème des chiens errants revient deux fois. Les autres préconisations sont les suivantes : « améliorer l'urgence de St-Pierre et faire connaître aux gens qui viennent ici sans famille, l'association OVS pour avoir des contacts avec d'autres personnes », « éviter les sucreries à portée de vue. Il y a trop de nourriture à la vue de tous, comme les glaces, le chocolat. Tentation pour les enfants », « mettre d'autres mesures en plus de la continuité territoriale pour permettre aux Réunionnais de revenir encore plus », « faire plus de questionnaires de satisfaction, c'est bien pour améliorer l'île », « ne pas faire trop de tourisme de masse », « améliorer le programme scolaire des Réunionnais », « proposer des projets d'insertion professionnelle pour les jeunes qui veulent s'installer ».

4. Synthèse

Les populations sont les premières ambassadrices de l'île. Pour cause, 89% des jeunes touristes externes présents dans l'échantillon connaissent La Réunion grâce à leur(s) proche(s) ou parce qu'ils y sont nés. À l'inverse, seulement 11% sont touchés par la communication internet, publicitaire ou autre effectuée par les différents acteurs du tourisme. Par conséquent, il est donc important que chaque jeune, qu'il soit résident ou touriste, vive une expérience positive sur l'île afin d'en faire sa publicité une fois qu'il la quitte ou qu'il en parle à d'autres personnes. Les vacances sont le motif principal de séjour : elles concernent 84% de l'échantillon. Néanmoins, si l'on analyse les motivations en détail, la part de l'affinitaire est importante. 39% déclarent se rendre à La Réunion pour y retrouver leurs proches. L'on retrouve ici un certain mimétisme par rapport à la fréquentation touristique générale de l'île. La moyenne de séjour de l'ensemble des jeunes touristes externes est légèrement supérieure à celle des séjours de l'ensemble des touristes du même type. Elle est de 20 jours, alors que celle des autres atteint 17 jours⁴⁸⁷. Les jeunes touristes d'affaires et les natifs de l'île sont responsables de cet écart. En effet, la moyenne de durée de séjours des jeunes touristes d'affaires est de 40 jours. Venus sur l'île pour des stages, des formations, des études ou des emplois de courte durée, ils ont un projet concret et restent naturellement plus longtemps que les autres types de touristes. Les jeunes natifs de

⁴⁸⁷ « Plaquette de fréquentation 1er semestre 2019 », Saint-Paul (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, août 2019, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/frequentation/destination-et-ocean-indien/plaquette-de-frequentation-1er-semestre-2019>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

l'île séjournent en moyenne 25 jours sur l'île. Retrouvant pour la majorité d'entre eux leurs proches et ayant peu de dépenses d'hébergement, ils se permettent de rester plus longtemps sur l'île. Si l'on compare cette moyenne à celle des jeunes touristes affinitaires, l'on s'aperçoit qu'elle est supérieure, ces derniers restant en moyenne 18 jours, soit 7 jours de moins. Cette durée de séjour rapproche les jeunes non natifs de l'île, se rendant sur l'île pour retrouver leurs proches résidents, des jeunes touristes d'agrément, qui ont une durée moyenne de séjour égale à 17 jours.

Seuls 10% hésitent avec une autre destination. Les pays de la zone océan Indien sont ceux qui font majoritairement « concurrence » à La Réunion, en premier lieu l'île Maurice et Madagascar. Ces deux îles appartenant aux îles Vanille, il est intéressant de se demander si ces trois îles n'attireraient pas plus de jeunes touristes en créant des combinés « spécial jeunes » leur permettant de toutes les découvrir lors d'un même séjour. La visite des proches et le fait que l'île soit française sont les principales motivations des jeunes touristes externes qui hésitent à choisir La Réunion. L'on constate l'envie de retrouver les proches dans les raisons qui poussent les jeunes à revenir sur l'île pour un prochain séjour. La nature, la population et la culture constituent les principales autres motivations dans le cadre d'un retour. Enfin, seuls 16% de l'échantillon a rencontré des difficultés pendant son passage à La Réunion. Ces difficultés sont liées essentiellement au transport, puisque les déplacements des jeunes touristes externes sont perturbés par le réseau de bus actuel. Ils suggèrent d'ailleurs que des efforts soient entrepris à ce niveau.

De manière comparable aux jeunes touristes internes, une synthèse des principales caractéristiques pour chaque catégorie de touristes externes est réalisée grâce à une fiche récapitulative à laquelle sont jointes un certain nombre de recommandations.

Groupe	Caractéristiques
<i>Affinitaires</i>	<p>Durée moyenne de séjour : 18 jours</p> <p>De tous âges</p> <p>Plutôt en emploi et étudiants : 58% et 34%</p> <p>Plutôt sans enfant et célibataires : 79% et 54%</p> <p>Plutôt autonomes en ce qui concerne leur résidence : 69%</p> <p>Plutôt originaires de France métropolitaine : 71%</p> <p>Sportifs : 76%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (64%) 2. Sports d'eaux vives (17%) 3. Vélo, VTT (11%)</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Musées (13%) 2. Fêtes traditionnelles (6%) 3. Concert de musique traditionnelle (5%)</p> <p><u>Autres</u> : 1. Plage (14%) 2. Parapente (10%) 3. Bateau (5%)</p> <p><u>Transports</u> : 1. Prêt gracieux d'un véhicule (41%) 2. Location d'un véhicule chez un professionnel (35%) 3. Transports en commun (27%)</p> <p><u>Restauration</u> : 1. Chez des proches (75%) 2. Snacks (72%) 3. Restaurants (46%)</p> <p><u>Budgets</u> : Activités : Plutôt hétérogène Restauration : Réparti dans les différentes tranches définies</p>
<p>Recommandations</p> <p>Clientèle adepte de randonnée, sports d'eaux-vives et de plage, il est essentiel de lui proposer un maximum d'activités en contact avec la nature. Avec ses budgets variés, la catégorie des jeunes touristes affinitaires comprend des individus aux moyens financiers divers et accordant des sommes hétérogènes à la pratique d'activités lors de leur séjour. Le mode de déplacement principal est fourni par les proches. Nous supposons que lorsque les jeunes touristes affinitaires se rendent sur l'île, ils incitent leurs proches à pratiquer des activités touristiques afin de partager le maximum de temps ensemble. Ainsi, il s'agit d'une clientèle qui va favoriser les activités de groupe réalisables en famille ou entre amis.</p>	

Groupe	Caractéristiques
<i>Agrément</i>	<p>Durée moyenne de séjour : 17 jours</p> <p>Plutôt jeunes : 84% ont entre 15 et 25 ans</p> <p>Plutôt étudiants et en emploi : 41% et 50%</p> <p>Plutôt sans enfant et célibataires : 90% et 63%</p> <p>Plutôt autonomes en ce qui concerne leur résidence : 55%</p> <p>Plutôt originaires de France métropolitaine : 65%</p> <p>Sportifs : 83%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (86%) 2. Sports d'eaux-vives (33%) 3. Vélo, VTT (21%)</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Musées (23%) 2. Concerts de musique traditionnelle (4%) 3. Fêtes traditionnelles (1%)</p> <p><u>Autres</u> : 1. Visite de l'île (9%) 2. Plage (9%) 3. Bateau (6%)</p> <p><u>Transports</u> : 1. Location de véhicule (78%) 2. Transports en commun (25%) 3. À pied (25%)</p> <p><u>Restauration</u> : 1. Snacks (78%) 2. Restaurants (80%) 3. Points chauds (59%)</p> <p><u>Budgets</u> : Activités : Majoritairement inférieur à 50€ (53%) Restauration : Réparti dans les différentes tranches définies</p>
<p>Recommandations</p> <p>Majoritairement âgée entre 15 et 18 ans, nous supposons qu'une partie de cette clientèle se rend sur l'île pour un séjour de vacances avec ses parents. Les autres clients sont des adultes autonomes en emploi et qui sont autonomes au niveau de leur résidence habituelle. Adeptes de randonnées et appréciant les sports d'eaux-vives ainsi que le vélo, ils consacrent peu de temps aux autres activités. La visite des musées est la seule activité culturelle que l'on peut considérer comme intéressante pour ce public. Ayant des dépenses élevées en hébergements, ils dépensent moins dans les activités. En revanche, ils n'ont pas de préférence pour les lieux de restauration.</p>	

Groupe	Caractéristiques
<i>Affaires</i>	<p>Durée moyenne de séjour : 40 jours</p> <p>Plutôt des hommes : 63%</p> <p>Plutôt âgés entre 19 et 25 ans : 63%</p> <p>Plutôt en emploi et étudiants : 57% et 40%</p> <p>Plutôt sans enfants : 70%</p> <p>Plutôt en autonomie résidentielle : 83%</p> <p>Plutôt originaires de France métropolitaine : 63%</p> <p>Plutôt sportifs : 60%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (50%) 2. Sports d'eaux vives (20%) 3. Vélo, VTT (17%)</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Musées (17%) 2. Concerts de musique traditionnelle (10%) 3. Fêtes traditionnelles (7%)</p> <p><u>Autres</u> : 1. Plage (7%) 2. Bateau (3%) 3. Hélicoptère (3%)</p> <p><u>Transports</u> : 1. Location de véhicule chez un professionnel (67%) 2. Transports en commun (23%) 3. Prêt gracieux, taxi, à pied (13% chacun)</p> <p>Restauration : 1. Restaurants (70%) 2. À domicile (47%) 3. Snacks (40%)</p> <p><u>Budgets</u> : Activités : Majoritairement inférieur à 50€ (54%) ou supérieur à 300€ (27%) Restauration : Majoritairement supérieur à 200€ (47%)</p>
Recommandations	
<p>La clientèle d'affaires est celle qui séjourne le plus longtemps sur l'île. Par conséquent, son budget de restauration pour l'ensemble du séjour est plus important que ceux des autres jeunes. En revanche, ils sont moins nombreux que les autres catégories à pratiquer des activités. Le sport domine mais la randonnée n'est réalisée que par la moitié de l'échantillon. Sans enfant, étudiants ou en emploi, ces jeunes apprécient également les sorties nocturnes et elles leurs sont possibles car ils se déplacent en majorité grâce à des véhicules de location ou de prêt. Ce public restant longtemps sur l'île et ayant une activité professionnelle ou de formation, la majeure partie de leur temps, ils sont adeptes des événements de type « after work », qui leur permettent de rencontrer du monde et de se détendre en fin de journée. Les activités qu'ils pratiquent se font sur les week-ends représentatifs de leur temps libre.</p>	

Groupe	Caractéristiques
<p align="center">« Réunionnais »</p>	<p>Durée moyenne de séjour : 17 jours</p> <p>Plutôt jeunes : 84% ont entre 15 et 25 ans</p> <p>Plutôt en emploi et étudiant : 57% et 40%</p> <p>Plutôt sans enfant et célibataires : 70% et 63%</p> <p>Plutôt autonomes au niveau de leur résidence : 76%</p> <p>Résidents plutôt en France métropolitaine : 78%</p> <p>Plutôt sportifs : 67%</p> <p><u>Activités sportives</u> : 1. Randonnée (62%) 2. Sports d'eaux vives (28%) 3. Plongée sous-marine (21%)</p> <p><u>Activités culturelles</u> : 1. Musées (15%) 2. Concerts de musique traditionnelle (8%) 3. Fêtes traditionnelles (5%)</p> <p><u>Autres</u> : 1. Plage (21%) 2. Bateau (12%) 3. Parapente (6%)</p> <p><u>Transports</u> : 1. Prêt gracieux d'un véhicule (64%) 2. Location de véhicule (45%) 3. Transport en commun (28%)</p> <p><u>Restauration</u> : 1. Chez des proches (29%) 2. Snacks (27%) 3. Restaurants (17%)</p> <p><u>Budgets</u> : <i>Activités</i> : Variées <i>Restauration</i> : Réparti dans les différentes tranches définies</p>
<p align="center">Recommandations</p> <p>Comme les jeunes touristes affinitaires, un véhicule leur est prêté pour leurs déplacements. Les autres préfèrent louer une voiture et utiliser les transports en commun. La randonnée reste l'activité phare. Les sports d'eaux-vives, la plongée sous-marine, la plage et le bateau viennent ensuite. Concernant l'aspect culturel, seules les visites de musées sont réalisées par plus de 10% d'entre eux. Ainsi, les budgets liés aux activités sont variés. Les budgets liés à la restauration aussi. Venus sur l'île en majorité pour voir leurs proches, leurs pratiques se rapprochent de celles des résidents. Néanmoins, ils constituent parfois un moteur, incitant ceux à qui ils rendent visite à se rendre en leur compagnie sur les sites touristiques. Plutôt jeunes, sans enfant et célibataires, ils apprécient eux aussi les sorties nocturnes lorsqu'ils sont entre eux. En revanche quand ils sont en famille, il est essentiel de leur proposer des activités adaptées à ce cadre.</p>	

B. Bilan des enquêtes quantitatives

Les enquêtes internes et externes permettent d'établir les différences et les points communs des us et coutumes touristiques des jeunes en fonction de leurs origines familiales pour les résidents, et en fonction des motifs des séjours pour les clientèles extérieures. Les jeunes touristes externes d'agrément, habitués à se déplacer dans le cadre de leurs vacances, ont les moyens financiers de se rendre sur l'île et consomment des hébergements marchands, pratiquent des activités de plein-air et fréquentent des lieux de restauration marchands. À l'image du tourisme réunionnais, ils proviennent essentiellement de France métropolitaine et connaissent l'île grâce aux réseaux sociaux et au bouche-à-oreille.

Les touristes externes affinitaires sont composés de jeunes aux caractéristiques plus hétérogènes. Présents sur l'île pour rendre visite à des proches ou des amis, ils logent chez eux et font des économies sur l'hébergement. Il peut s'agir de jeunes Réunionnais partis en France métropolitaine ou à l'étranger pour des études ou du travail et qui reviennent pendant leurs vacances. Il concerne également les jeunes qui rendent visite à l'un de leur proches métropolitains ou étrangers venu s'installer sur l'île pour des études ou du travail. L'activité de chacun dépend essentiellement des habitudes de consommation touristique de leur hôte, ce dernier se transformant, le temps du séjour, en « *guide touristique* ». En effet, s'il a l'habitude de pratiquer des activités de pleine nature, de sortir et de participer à la vie culturelle locale, ses visiteurs en feront probablement de même. En revanche, si cela n'entre pas dans ses mœurs et qu'il n'a pas le réflexe d'occuper ses convives à travers la découverte de l'île, leur participation touristique est logiquement limitée. Sensibiliser les jeunes habitants de l'île et les inclure en tant que clientèle touristique locale semble donc essentiel au développement de l'activité.

Nous constatons que les jeunes résidents participent à l'activité touristique de leur île à travers des courts séjours et des excursions. Néanmoins, la pratique diffère en fonction de leur origine familiale. Les jeunes résidents d'origine métropolitaine ou étrangère, installés avec leurs parents depuis des années, ou récemment dans le cadre de leur profession, sont acculturés à la pratique touristique et consomment régulièrement des activités de loisirs sportifs et culturels. Ils sont majoritaires à consommer des activités de pleine nature et à se déplacer fréquemment sur l'île pour des séjours et des excursions. De même pour les jeunes participant à des programmes d'échanges de longue durée, tel que le programme ERASMUS, par exemple. Les jeunes nés à la Réunion ou dans les îles voisines, attachés à leur culture et leur famille, participent aussi à l'activité touristique, mais préfèrent dormir chez leurs proches lorsqu'ils se déplacent sur l'île pour des séjours. Ils sont familiers à la pratique excursionniste impliquée par

les pique-niques familiaux du dimanche. Ainsi, le tourisme des jeunes n'est pas très lucratif en lui-même mais il est facteur d'encouragement au tourisme pour les proches qui reçoivent, pour les familles qui se déplacent et pour l'avenir par l'éducation à la mobilité.

Le point commun à l'ensemble de ces clientèles est la pratique d'activités sportives, plus particulièrement de la randonnée. Les activités culturelles sont en revanche en crise. La seule qui ressort distinctement du lot pour l'ensemble des jeunes touristes est la visite des musées. La participation aux festivals et aux concerts musicaux confirme l'hypothèse émise par les chercheurs en sciences politiques Djakouane et Négriers⁴⁸⁸, qui affirment que la participation aux festivals et aux concerts se fait essentiellement par des jeunes locaux. Une revalorisation des activités culturelles à travers une communication adaptée au public jeunes serait pertinente. Sonder les jeunes sur leurs intérêts culturels permettrait également de proposer une offre adaptée à la demande. Répertorier ensuite l'ensemble de ces activités sur un calendrier diffusé sur les réseaux sociaux permettrait au public de trouver simplement les informations recherchées. Mieux encore, créer un site internet multilingue répertoriant l'ensemble des activités culturelles et sportives à destination des jeunes, par zone et en fonction des tarifs proposés, puis communiquer son existence à travers les réseaux sociaux faciliterait l'accès à ces informations centralisées. Ajouter les moyens de transport et les hébergements qui leurs sont proposés leur offrirait une information complète.

L'île dispose, selon nous, d'un produit touristique intéressant pour les clientèles de jeunes dans la mesure où il permet, grâce à ses espaces naturels, la pratiques d'activités multiples de pleine nature et propose des loisirs nocturnes avec ses bars et ses discothèques dans l'Ouest, le Nord et le Sud de l'île. Sa situation culturelle est d'autant plus intéressante pour ce public car elle démontre que plusieurs communautés de religions et de valeurs différentes peuvent vivre en harmonie. Dans un contexte mondial dans lequel la montée de l'extrémisme religieux engendre des conflits politiques majeurs, l'île pourrait constituer un terrain d'observation pour les séjours scolaires et extra scolaires des jeunes. Néanmoins, la faiblesse de son transport en commun et le manque d'hébergement destiné à ce public constituent des contraintes à son développement.

Le moyen de déplacement préféré est la voiture, qu'elle soit empruntée, louée ou achetée et seuls les jeunes résidents nés sur l'île ou dans les pays de la zone océan Indien mentionnent les

⁴⁸⁸ A. DJAKOUANE et E. NEGRIER, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public de festivals », *art. cit.*, p.76.

transports en commun comme moyen de déplacement principal. Ces derniers sont d'ailleurs largement critiqués par l'ensemble des jeunes touristes pour leur manque de ponctualité et leur service trop limité. Pour répondre au mieux aux attentes de ce public, il est essentiel que le territoire améliore son réseau de transports en commun, réfléchisse à une politique tarifaire avantageuse, tant au niveau des billets d'avion que des services touristiques payants proposés. À l'heure actuelle, il est aussi indispensable que les réseaux de bus revoient leur organisation et proposent un service permettant aux jeunes de se déplacer sereinement sur l'ensemble du territoire. Les questions relatives à l'hébergement juvénile sont, quant-à-elles développées dans la partie suivante tant du point de vue de l'offre que de la demande.

V. L'hébergement des jeunes à La Réunion

L'analyse documentaire démontre à travers l'histoire du tourisme de l'île que depuis sa naissance, à la fin du XIX^{ème} siècle, la capacité d'hébergement est au centre des préoccupations de la gouvernance du secteur. Malgré les investissements permanents effectués depuis les années 1980, la presse locale rappelle de nouveau en 2008 que « le tourisme est freiné par le manque d'hébergement »⁴⁸⁹. Cet élément est confirmé par les préconisations émises dans l'actualisation du Schéma de développement et d'aménagement touristique de la Réunion (SDATR) du 22 juin 2018 : l'une des faiblesses de l'offre est « une densité touristique en hébergement relativement faible, avec un manque d'établissements iconiques et/ou de groupes internationaux »⁴⁹⁰. Ce dernier souligne également des disparités dans la répartition régionale des structures marchandes avec une forte concentration dans l'Ouest et le Sud au détriment de l'Est et du Nord de l'île⁴⁹¹. Concernant le segment de clientèle étudié, aucun établissement spécifique n'existe, sauf dans le cadre du tourisme social. Les trois centres de vacances⁴⁹² positionnés sur les groupes de jeunes, sont situés dans l'Ouest et le Sud et accueillent essentiellement des scolaires. Considérés vétustes, ils font actuellement l'objet d'une politique de rénovation et de diversification⁴⁹³.

Ainsi, plusieurs interrogations subsistent quant à l'hébergement des jeunes touristes autonomes. N'ayant à ce jour aucun établissement dédié à leur accueil, on peut se demander quels établissements fréquentent-ils lors de leurs séjours ? En sont-ils satisfaits ? Qu'en est-il des auberges de jeunesse ? Nous pensons en effet, qu'en tant que structure adaptée à la clientèle étudiée, les auberges de jeunesse ont toute leur place sur le territoire. Aussi, une attention particulière se porte sur l'histoire du réseau local qui a fonctionné de 1989 à 2010. Nous

⁴⁸⁹ T. LAURET, « Le tourisme freiné par le manque d'hébergement », *Clicanoo.re*, 18 avril 2008, [En ligne]. <https://www.clicanoo.re/Economie/Article/2008/04/18/7Le-tourisme-freine-par-le-manque-dhebergement_95773>. (Consulté le 5 avril 2021).

⁴⁹⁰ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 147.

⁴⁹¹ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 45.

⁴⁹² La Fédération des œuvres sociales de La Réunion (FOS) Les Makes de La Rivière, le Centre Jacques Tessier, situé à Saint Paul, et le Centre Manin à l'Entre-Deux.

⁴⁹³ « Diagnostic du tourisme pour tous de l'Île de La Réunion », Saint-Denis (Réunion), KPMG Advisory THL pour l'IRT, décembre 2013, p. 55, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/ingenierie/developpement-de-produits/diagnostic-du-tourisme-pour-tous-de-lile-de-la-reunion>>. (Consulté le 8 juillet 2020).

examinons les raisons de son échec. Serait-il envisageable de le réhabiliter ? Nous observons ensuite, grâce aux réponses recueillies lors des enquêtes quantitatives, les options d'hébergements des jeunes lors de leurs séjours et leur degré de satisfaction. Au regard de ces éléments et du déficit en matière d'hébergement des jeunes, nous préconisons la création de la pension Eco². Il s'agit là d'un projet concret, innovant qui nous semble adapté aux dynamiques territoriales, aux exigences du développement durable et qui répondrait aux attentes des jeunes touristes.

A. Le cas des auberges de jeunesse

1. L'ancien réseau : de 1989 à 2010

a. L'approche qualitative : l'histoire du réseau local

Afin de mieux connaître le fonctionnement de l'ancien réseau d'auberges de jeunesse réunionnais, les raisons de sa disparition ainsi que les impressions des acteurs vis-à-vis de la réhabilitation d'un nouveau réseau, une première enquête qualitative semi-directive auprès des anciens responsables est entreprise. Bien que nous ayons tenté d'obtenir des échanges avec une dizaine de personnes impliquées initialement, nous n'avons finalement recueilli les impressions de cinq d'entre elles. En effet, il apparaît très vite, lors des entretiens, que le sujet de l'enquête est épineux et que certains membres ne souhaitent pas l'aborder à nouveau. La majorité désire préserver son anonymat, aussi nous ne révélons pas leur identité et les désignons par leur fonction au sein du réseau.

Figure 327 : Présentation des acteurs de l'ancien réseau des auberges de jeunesse à La Réunion

Fonction de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien	Missions
Membre de la Direction de la jeunesse et des sports à La Réunion À la Direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale, à St Denis, le 13/12/2013	Ses missions étaient d'organiser des stages pour les jeunes ou les dirigeants d'associations. Il s'occupait également de la gestion des subventions accordées aux auberges pour les salaires des emplois jeunes. Il entretenait un lien étroit avec les auberges, dans le sens où il favorisait ces structures pour l'organisation de ses stages et séminaires. De plus, il encourageait les associations locales à en faire de même.
Ancien « emploi jeune » présent au siège de la Ligue réunionnaise des auberges de jeunesse À la ligue de l'enseignement à St Denis, le 10/12/2013	Ses missions principales étaient d'accueillir les groupes, d'animer le réseau et de maintenir le lien entre le siège et le personnel des auberges.

<p>Ancien père-aubergiste de l'Entre-Deux</p> <p>Par téléphone, le 15/12/2013</p>	<p>Il gérait l'auberge du Bernica. Salarié, il avait pour mission de tenir les comptes de son auberge et de les transmettre au siège. C'est également lui qui était chargé de l'accueil des groupes, des réservations et de faire respecter les règles dans son établissement. À sa charge, il avait un employé responsable de l'entretien des chambres, des pièces communes et de la cuisine lors des réservations effectuées par les groupes.</p>
<p>Ancien président de la Fédération des auberges de jeunesse</p> <p>Par téléphone, le 16/12/2013</p>	<p>Bénévole, il participait à la prise de décision des orientations structurelles et financières dans la gestion du réseau.</p>
<p>Président fondateur des auberges à la création du réseau</p> <p>Par téléphone, le 17/12/2013</p>	<p>Bénévole, il a participé à la création du réseau et aux prises de décision nécessaires à son développement.</p>

Afin de vérifier si la réhabilitation d'un réseau d'auberges de jeunesse est en accord avec les orientations touristiques fixées par la région, nous rencontrons quatre acteurs institutionnels en 2014.

Figure 328 : Présentation des institutions touristiques interrogées dans le cadre de l'enquête sur les auberges de jeunesse

<p>Nom et fonction de l'interlocuteur Lieu et date d'entretien</p>	<p>Présentation</p>
<p>Conseil département – Anaïs Nany, chargée de mission – Pôle développement et infrastructure, mission aménagement</p> <p>Au Conseil général, le 3/02/2014</p>	<p>Le conseil départemental a pour mission de gérer la problématique du tourisme social au niveau régional et de mettre en œuvre sa politique à travers le comité d'orientation stratégique du tourisme (COST). Piloté par le préfet, il réunit le président de région, Didier Robert, et la présidente de département, Nassimah Dindar, dans le but de faire de La Réunion une destination de référence. Anaïs Nany centralise les informations sur le tourisme social.</p>
<p>Région Réunion – Monsieur Pascal Teysedre, Direction du tourisme – Pôle mise en tourisme du territoire</p> <p>À la direction des affaires économiques à St Denis, le 15/01/2014</p>	<p>La Direction Régionale du Tourisme a pour mission, au niveau régional, de mettre en œuvre la politique du tourisme.</p>
<p>Observatoire du Tourisme – Monsieur Raoul Vincent, Directeur, et Patrick Hoarau, chargé de mission</p> <p>À l'Observatoire à St Paul, le 26/12/2013</p>	<p>Cet observatoire a pour objectif de disposer de données statistiques précises, d'études sectorielles et de prospective fiable pour agir de façon optimale, asseoir l'action promotionnelle sur les marchés et la structuration de l'offre touristique de l'île de La Réunion.</p>

Le questionnaire à destination des gérants de l'ancien réseau est scindé en trois parties. Souhaitant obtenir un maximum d'informations sur ce dernier, nous choisissons de ne poser que des questions ouvertes, en laissant les interlocuteurs répondre librement sans contrainte de temps.

Questions

Thème 1 : Fonctionnement de l'ancien réseau

1. En tant que [mission de la personne interrogée] des auberges de jeunesse de La Réunion, quelles étaient vos missions ?
2. Que savez-vous au sujet de l'ancien réseau des auberges de jeunesse à La Réunion ?
3. Les auberges étaient-elles financièrement indépendantes ? Si non, de quels organismes dépendaient-elles ?

Thème 2 : Prestations complémentaires et clientèles

4. Quelles prestations complémentaires à l'hébergement proposaient-elles ?
5. Existait-il un profil type du « client auberge de jeunesse » à La Réunion ? Si oui, pouvez-vous me le décrire ?
6. Avez-vous des données concernant la fréquentation des auberges pendant leur existence et les prix appliqués ?

Thème 3 : Pertinence d'un nouveau réseau sur l'île

7. Savez-vous pourquoi le réseau n'existe plus aujourd'hui ? Selon vous, quelles sont les causes de sa fermeture ?
8. Si un nouveau réseau devait se mettre en place, que changeriez-vous de l'ancien système ?
9. Que pensez-vous de l'idée d'instaurer un nouveau réseau d'auberges de jeunesse à La Réunion ?

Thème 4 : Suggestions

10. Avez-vous des questions ? Suggestions ? Idées ?

La première partie regroupe des questions concernant le fonctionnement de l'ancien réseau. La question 1 permet de définir la position de la personne interrogée. Il s'agit d'un point important car il vise à discerner le niveau d'objectivité des réponses. Cette partie du questionnaire s'intéresse également aux tâches réalisées par l'ensemble des acteurs du réseau. Elle peut s'adapter en fonction de la personne interrogée. Les réponses à la question 2 découvrent la structure de l'ancien réseau, les institutions qui le dirigeaient et le statut juridique sous lequel fonctionnaient les auberges. Il convient également d'étudier la nécessité de conserver ou de

modifier l'ancien système de gouvernance. La dernière question éclaire sur le mode de financement du réseau.

La deuxième partie analyse les prestations complémentaires à l'hébergement proposées par les auberges. Elle évalue leur fréquentation, tant sur le plan qualitatif que quantitatif. À travers la question 4, nous cherchons à savoir si des activités culturelles, sportives ou à destination de professionnels et séminaristes étaient mises en place. La question 5 renseigne sur les clientèles de l'ancien réseau. La dernière question permet d'aborder la politique de prix de l'association.

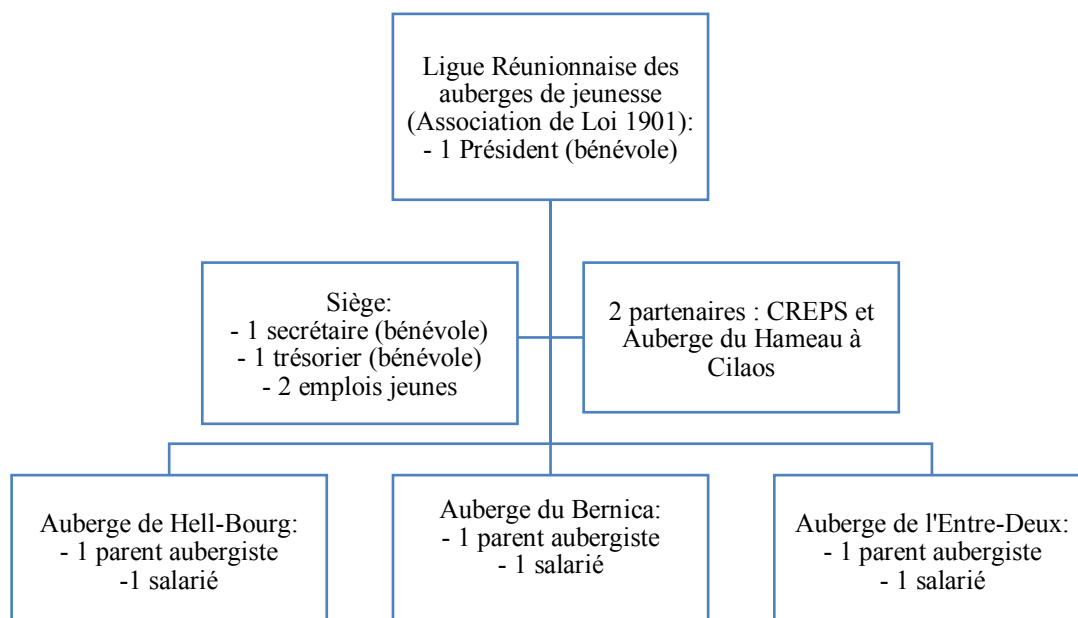
La dernière partie est réservée aux impressions des interrogés au sujet de la réhabilitation d'un nouveau réseau. La question 7 éclaire sur les raisons de la fermeture de l'ancien réseau. La question 8 révèle les axes d'amélioration possibles et les erreurs à éviter. Les réponses à la question 9 évaluent si, dans l'ensemble, les personnes responsables de l'ancien réseau sont favorables ou non à la réhabilitation d'une nouvelle auberge.

La question 10 clôt l'entretien en s'assurant que la personne interrogée a pu exprimer l'ensemble de sa pensée.

b. Résultats

✚ Organisation et fonctionnement

Figure 329 : Schématisation de l'ancien réseau réunionnais des auberges de jeunesse



Les cinq entretiens menés dépeignent l'organisation de l'ancien réseau. Le concept du réseau, construit dans un esprit associatif, est d'être peu onéreux et convivial. L'accès aux auberges du réseau LFAJ (Ligue française des auberges de jeunesse) et FUAJ (Fédération universelle des auberges de jeunesse) est conditionné par l'obtention d'une carte d'adhérent. La capacité d'hébergement moyenne des auberges est de 20 à 30 lits, répartis dans des chambres de 2 à 10 lits. Sous la présidence de Gérard Roussain⁴⁹⁴, de 2004 à 2007, l'idée d'un élargissement du réseau à l'océan Indien est émise, mais n'aboutit pas. De lourds frais sont engagés pour son développement, sa promotion ainsi que pour les indemnités kilométriques des déplacements des personnes chargées de récupérer les supports. Enfin, il est important de retenir que l'ensemble des personnes actives dans le réseau, tant bénévoles que salariées, sont des militants convaincus de l'utilité des auberges de jeunesse sur l'île. La définition donnée par l'ancien

⁴⁹⁴ Premier directeur de l'association Arts et Traditions en 1982, il est à l'origine de la constitution de la première phonothèque de l'île. De retour de Mayotte en 2004, où il dirigeait le Centre mahorais d'action culturelle, il reprend ses activités de bénévoles dans l'éducation populaire en tant que président du réseau d'auberge à La Réunion jusqu'en 2007, année de son décès.

président fondateur le confirme: « base géographique et physique pour un ensemble d'activités sociales et symbole de fraternité ». Il ajoute également que « les auberges de jeunesse ont un rôle social indéniable, pas seulement au niveau des jeunes mais pour l'ensemble d'un tourisme ouvert aux plus défavorisés »⁴⁹⁵.

Concernant l'aspect pécuniaire, le réseau est financé par des subventions publiques : les fonds proviennent majoritairement du Conseil général et des communes. Plus précisément, l'auberge du Bernica et celle de l'Entre-Deux exercent dans des locaux fournis par le Conseil général et subsistent grâce à des subventions de l'État, alors que celle de Hell-Bourg loue ses locaux à la mairie de Salazie pour un euro symbolique. La Direction de la jeunesse et des sports de l'île aide elle aussi le réseau, en finançant les salaires des deux emplois jeunes mis à la disposition du siège. Néanmoins, l'ancien emploi jeune, présent au siège soulève un point notable en évoquant le fait que « l'association vivait grâce à des subventions de la part de collectivités mais versées irrégulièrement »⁴⁹⁶, Cet aspect aurait participé à la déliquescence du réseau.

La fréquentation du réseau est étroitement liée à l'organisation d'ateliers culturels les week-ends. L'auberge de l'Entre-Deux propose un accompagnement en excursion-randonnée, la préparation des repas pour les groupes, l'accueil des séminaristes, des groupes de scolaires et des colonies de vacances. En effet, l'ancien père-aubergiste mentionne la présence de séminaristes : « le séjour était, pour les professionnels et séminaristes, pratique car tout était sur place »⁴⁹⁷. Il précise également la fréquentation de centres de loisirs et de colonies de vacances. Les auberges accueillent les associations et les randonneurs. Les scolaires, comme public sont cités plusieurs fois, néanmoins, le membre de la direction régionale de la jeunesse et des sports mentionne qu'avec l'apparition de normes concernant l'accueil des mineurs, les auberges se sont vues retirer le droit d'accueil des publics jeunes⁴⁹⁸. En effet, pour respecter la loi, des travaux trop onéreux pour la fragile trésorerie des auberges sont nécessaires. En ce qui concerne les tarifs, il apparaît que dans le concept initial, il est possible qu'en échange d'une faible contribution financière⁴⁹⁹ et d'une participation à l'ensemble des travaux et tâches ménagères

⁴⁹⁵ Ancien président fondateur, le 17/12/2013

⁴⁹⁶ Ancien emploi jeune présent au siège, le 10/12/2013

⁴⁹⁷ Ancien père aubergiste de l'Entre-Deux, le 15/12/2013

⁴⁹⁸ Membre de la direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale, le 13/12/2013

⁴⁹⁹ 5% du coût de revient.

de l'auberge, un client dispose du gîte et du couvert. Or, ce concept évolue peu à peu en raison de l'exigence croissante des clients : les prestations proposées doivent donc s'améliorer et une augmentation des prix, ces derniers restant toutefois abordables, se fait sentir. En 2008, la nuitée seule coûte 75 FF, ce qui équivaut à 11€43. Les tarifs proposés en 2005 n'excèdent pas les 16€ par personne et par nuit.

✚ Les raisons d'un échec

Les avis concordent sur ce sujet : la raison fondamentale de la disparition du réseau revêt un aspect financier. Ainsi, la crise bancaire et financière de 2008⁵⁰⁰, s'ajoutant à la crise sanitaire du Chikungunya de 2006⁵⁰¹ qui participe à la baisse de la fréquentation touristique à La Réunion, se révèlent fatales au réseau, ce dernier vivant essentiellement des subventions en provenance de l'État. En effet, le réseau dispose de salariés. Il doit nécessairement dégager des bénéfices afin de les rémunérer et d'honorer les charges courantes d'exploitation. La situation géographique des auberges est également soulevée comme l'une des causes de fermeture. Il est exact que ces auberges sont situées à la fois dans des lieux mal desservis par les transports, mais également éloignés des sentiers : les touristes ne sont donc pas nombreux à les fréquenter. La gestion est elle aussi remise en cause, car elle est essentiellement assurée par des bénévoles qui ne peuvent consacrer tout leur temps à cette activité. Ces lacunes sont soulevées par la totalité des personnes interviewées. Le fait que l'état d'esprit des auberges évolue avec le temps est mis en exergue par l'ancien président de la fédération⁵⁰². En effet, répondre aux nouvelles exigences des clients implique nécessairement une hausse des dépenses, ce que le réseau peine à assumer.

Une trop grande dépendance financière, des problèmes de gestion et de management, une situation géographique peu stratégique : tels sont les facteurs qui, selon les personnes interrogées, poussent la ligue réunionnaise des auberges de jeunesse à déposer le bilan. L'auberge d'Hell – Bourg ouvre la marche, avant d'être suivie la même année par celles du Bernica et de l'Entre Deux. Actuellement, le concept semble en théorie attirer mais

⁵⁰⁰ « D'après une étude de l'Insee : La crise de 2008 a freiné le rattrapage économique réunionnais », *Imaz Press Réunion : l'actualité de la Réunion en photos*, 4 juillet 2019, [En ligne]. <<http://www.ipreunion.com/actualites-reunion/reportage/2019/07/04/d-apres-une-etude-de-l-insee-la-crise-freine-le-rattrapage-economique-reunionnais,104596.html>>. (Consulté le 20 mars 2021).

⁵⁰¹ « Chikungunya : péril sur l'économie réunionnaise », *Afrik.com*, 10 février 2006, [En ligne]. <<https://www.afrik.com/chikungunya-peril-sur-l-economie-reunionnaise>>. (Consulté le 20 mars 2021).

⁵⁰² Ancien président de la fédération, le 16/12/2013

malheureusement, les moyens font défaut aux acteurs pour le mettre en pratique. Une clientèle essentiellement composée de groupes associatifs, de scolaires et de randonneurs est en demande mais ne trouve pas de réponse en raison des difficultés d'accessibilité à ces lieux d'hébergement. De plus, le manque de communication limite de ce fait, le nombre de prospects atteints. Les points de vue des anciens acteurs du réseau se rejoignent sur le fait que les causes de la déliquescence du réseau ne sont pas liées au concept mais à la façon dont il est géré, tant sur le plan humain que financier. Ce sont des erreurs à ne pas reproduire dans l'hypothèse de l'instauration d'un nouveau réseau. Avec du recul, et au regard de l'histoire sociale et politique de l'île, il semble qu'un facteur supplémentaire participe à la « chute » de ce réseau : l'esprit militant des aijistes n'a pas eu autant de succès qu'en Europe.

✚ Une réhabilitation possible ?

Selon les responsables de l'observatoire⁵⁰³, l'idée de réhabiliter un réseau d'auberges de jeunesse n'est pas la priorité. En effet, le public ciblé leur semble trop restreint, sauf pour Anaïs Nany, qui porte de l'intérêt à cette idée. Cependant, elle ne sait appréhender la plus-value qu'un tel réseau pourrait apporter par rapport aux villages de vacances⁵⁰⁴. De nos échanges, découle la conclusion suivante : les villages de vacances sont plus favorables à l'accueil des familles, à la recherche de vacances avec des activités pour tous. Les auberges de jeunesse, elles, répondent davantage aux attentes des jeunes ou des personnes de passage, recherchant un hébergement peu onéreux et convivial, qui leur permet de rencontrer des personnes de leur génération⁵⁰⁵. Lorsque Pascal Tesseydre livre son appréciation, il explique qu'il est favorable à l'idée d'une réhabilitation et qu'elle peut bénéficier des aides de la Région, à condition que dans sa présentation, l'aspect innovant et écologique soit mis en avant. Il souligne aussi le fait qu'une étude approfondie de la demande doit être réalisée afin de prouver qu'elle est bien effective et de d'y répondre de manière cohérente⁵⁰⁶. Des points que nous jugeons encourageants dans la poursuite de notre recherche.

2. Représentations des acteurs du tourisme et de la jeunesse

⁵⁰³ Raoul Vincent directeur et Patrick Hoarau chargé de mission, observatoire IRT, le 26/12/2013

⁵⁰⁴ Anaïs Nany, chargée de mission, Conseil Général et COST, le 3/02/2014

⁵⁰⁵ Anaïs Nany, chargée de mission, Conseil Général et COST, le 3/02/2014

⁵⁰⁶ Pascal Teyssedre, directeur du pôle de mise en tourisme, Région Réunion, le 15/01/2014

Aujourd'hui, deux auberges « backpackers », Elize o îles et les toîts d'Imany, n'appartenant pas au réseau et gérées sur des fonds privés proposent une alternative, mais ne sont pas connues. Aussi, est-il intéressant d'analyser les représentations que ces hébergements suggèrent aux acteurs institutionnels et du secteur jeunesse. Présentée dans le guide d'entretien de la pré-enquête qualitative, introduisant les études quantitatives, nous réservons une partie à la thématique de l'hébergement juvénile. Composée de deux questions, elle interroge sur la définition du concept des auberges de jeunesse et la pertinence de la création d'un nouveau réseau.

a. Leurs définitions

Les auberges de jeunesse sont dans l'ensemble correctement définies par les personnes interrogées. Tous pensent qu'elles constituent des hébergements à prix abordable. Les interlocuteurs définissent les auberges de jeunesse comme des « hébergements de courte durée et à très bon prix »⁵⁰⁷, des « structures adaptées au budget des jeunes. Bon marché »⁵⁰⁸, des « hébergements pas chers »⁵⁰⁹, ou encore des « hébergement à prix modérés »⁵¹⁰. La notion de dortoirs collectifs ainsi que la mise à disposition d'une cuisine commune sont également évoquées, en parlant d'« hébergements avec dortoirs, pas chers mais sans tout le confort que l'on peut trouver dans les autres types d'hébergements »⁵¹¹, d'« endroits décents et accessibles avec une capacité d'hébergement suffisante »⁵¹², ou de « lieux où l'on peut faire son repas soi-même »⁵¹³. L'idée d'un logement moins confortable qu'un hôtel classique est aussi évoquée. Cela sous-entend que les personnes qui fréquentent les auberges de jeunesse font des concessions et privilégient le prix par rapport au confort. Il est à signaler que Jacques Bougault, président de la YMCA locale, remarque que ces auberges tentent d'évoluer et d'offrir différentes gammes d'hébergement : il parle de nuits « souvent en dortoirs » mais rappelle qu'aujourd'hui, « on y trouve des chambres doubles, modernes et confortables »⁵¹⁴.

⁵⁰⁷ Raoul Vincent – Directeur à l'observatoire du tourisme Réunion, le 06/04/2017

⁵⁰⁸ Pascal Teyssedre, directeur du pôle mise en Tourisme du territoire à La Région Réunion, le 09/03/2018

⁵⁰⁹ Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

⁵¹⁰ Sylvie Tumoine, directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances, le 07/04/2018

⁵¹¹ Séverine Virapin - Responsable de la Coordination des acteurs du territoire à l'OTI Est, le 19/06/2017

⁵¹² Carole Lallemand, Cheffe de projet tourisme au TCO, le 23/04/2018

⁵¹³ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁵¹⁴ Jacques Bougault, président de la YMCA, le 10/04/2018

L'aspect convivial des auberges et leur rôle dans la création de liens sociaux est également mis en lumière. Elles sont perçues comme des « lieux de rencontres, de liens sociaux, d'activités diverses et variées pour les jeunes »⁵¹⁵, « lieux de partage d'expériences et échanges de bons plans »⁵¹⁶, « lieux de vie basés sur la mutualisation »⁵¹⁷, « endroit où tu peux poser ton sac à dos, comme à la maison mais avec beaucoup de monde »⁵¹⁸, « alternative au tourisme de masse où les jeunes privilégient les échanges »⁵¹⁹, « chaleureux, participatif »⁵²⁰. Enfin, le fait qu'il s'agisse de lieux d'accueil accessibles à tous et permettant à une destination de se faire connaître à l'international est mentionné : « hébergement ouvert à tous, sans limite d'âge »⁵²¹, « souvent fréquenté par une diversité de profils, clientèle souvent internationale et demandeuse de ce type d'infrastructure »⁵²², « donne une bonne visibilité à une destination au niveau international »⁵²³.

b. Leur place sur l'île

Pour la majorité des personnes interrogées, les auberges de jeunesse ont leur place sur le territoire. Grâce à elles, l'île diversifie son offre d'hébergements. Elles répondent à une demande qui n'est actuellement pas satisfaite, surtout d'un point de vue tarifaire. L'un des acteurs du tourisme pense qu'un réseau ultramarin d'auberges de jeunesse est pertinent⁵²⁴. Les ayant toutes fréquentées, il s'est rendu compte qu'elles éprouvent les mêmes difficultés et que la mutualisation de leurs efforts leur permettrait de gagner en visibilité. Les arguments formulés en ce sens montrent que la présence d'auberges est essentielle car « il n'y en a pas et qu'il faut à tout prix concurrencer les hôteliers qui sont beaucoup trop chers »⁵²⁵ ; « elles devraient par leur fonctionnement s'adapter au public »⁵²⁶ ; « elles font partie du panel d'hébergement à côté

⁵¹⁵ Mickaël Maillot, directeur de la CCEE à St Denis, le 21/04/2017

⁵¹⁶ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁵¹⁷ Julien et Tiphaine, gérants des Toïts d'Imany, le 25/04/2018

⁵¹⁸ Sylvie Tumoine, directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances, le 07/04/2018

⁵¹⁹ Jacques Bougault, président de la YMCA, le 10/04/2018

⁵²⁰ Elise Rollet, gérante d'Elize O îles, le 11/04/2018

⁵²¹ Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

⁵²² Olivier Tartrat, responsable administratif de la DRI à l'Université de La Réunion, le 6 septembre 2017

⁵²³ Anne-Françoise Glad-Segalen – présidente de l'association Tang Koala, le 14/02/2018

⁵²⁴ Jacques Bougault, président de la YMCA, le 10/04/2018

⁵²⁵ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁵²⁶ Carole Lallemand, Cheffe de projet tourisme au TCO, le 23/04/2018

des gîtes et des campings »⁵²⁷ ; « c'est un mode d'hébergement qui a une bonne visibilité et qui répond à un besoin »⁵²⁸.

La première condition citée, pour que l'intégration d'un réseau d'auberges sur l'île se réalise avec succès, repose sur la concentration des efforts relatifs à la médiatisation de son image et à la qualité de l'offre. En effet, il est essentiel que les auberges se fassent connaître auprès des parents et des institutions scolaires comme des lieux d'apprentissage adaptés aux jeunes. Elles doivent souligner leur évolution ainsi que leurs investissements dans des équipements modernes pour répondre à des demandes diversifiées. Pour nos interlocuteurs, les auberges doivent « vulgariser au maximum la définition de ce lieu avec une totale transparence sur les activités présentes pour éviter l'assimilation à l'auberge espagnole et rassurer les parents »⁵²⁹, « donner l'impression que l'on est dans un hôtel afin que les jeunes s'y rendent de leur propre chef »⁵³⁰, « imaginer un réseau avec les auberges nationales (packages) et qui puisse profiter aux échanges scolaires, universitaires et sportifs »⁵³¹, « mettre en avant le fait qu'elles permettent l'apprentissage de la vie en communauté pour les jeunes »⁵³².

D'un point de vue qualitatif, ils avancent « que quand on construit pour les jeunes, notamment les locaux, on fait des choses basiques »⁵³³. Il est donc essentiel de pallier ces économies, en construisant des structures qui disposent d'un bon emplacement « à côté des sites touristiques »⁵³⁴ et qui ne soient pas vétustes : « il ne faut pas qu'elles ressemblent à l'auberge du Piton des Neiges »⁵³⁵. Le gîte du Piton des neiges ne dispose pas d'eau courante. Il est compliqué de s'y laver. Il se limite à une offre en dortoirs. La rentabilité est la dernière condition de réussite annoncée. « Il faut que les auberges soient économiquement viables et ne dépendent pas de subventions »⁵³⁶. « Elles ne doivent pas être trop grandes afin que leur taux de remplissage soit bon »⁵³⁷. Enfin, l'un des professionnels du tourisme reste prudent sur le succès

⁵²⁷ Raoul Vincent – Directeur à l'observatoire du tourisme Réunion, le 06/04/2017

⁵²⁸ Mickaël Maillot, directeur de la CCEE à St Denis, le 21/04/2017

⁵²⁹ Anne-Françoise Glad-Segalen – présidente de l'association Tang Koala, le 14/02/2018

⁵³⁰ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁵³¹ Olivier Tartrat, responsable administratif de la DRI à l'Université de La Réunion, le 6 septembre 2017

⁵³² Jacques Bougault, président de la YMCA, le 10/04/2018

⁵³³ Nathalie Olivette, directrice du Club Animation Prévention, le 19/07/2018

⁵³⁴ Mickaël Abelard, directeur du CRIJ Réunion, le 14/04/2017

⁵³⁵ Ludovic Aimé, chargé de mission Europe, le 09/04/2017

⁵³⁶ Raoul Vincent – Directeur à l'observatoire du tourisme Réunion, le 06/04/2017

⁵³⁷ Nadira Maleck-Bertrand, directrice OTI ouest, le 27 juin 2017

de ce type de structure sur le territoire : « Je ne sais pas. L'esprit des auberges de jeunesse des grandes capitales ne fonctionnera peut-être pas ici. Les Réunionnais friands d'hébergements de qualité sont prêts à payer plus, à condition d'être dans le "waw". »⁵³⁸ Cette opinion est sans nul doute à prendre en considération car l'emplacement d'une auberge de jeunesse est primordial. Pour rappel, l'une des principales causes de la déliquescence de l'ancien réseau tient aux lieux d'implantation des auberges et à leur accessibilité difficile.

B. Habitudes de fréquentation des jeunes

Une part du questionnaire des enquêtes quantitatives concerne les préférences des jeunes en terme de lieux d'accueils touristiques. Les questions sur le type d'hébergement fréquenté et sur le budget accordé, sont abordées. Entre finalement en compte la satisfaction avec une demande de justification. L'objectif est ici, de savoir si l'offre proposée par l'île comble les attentes des différentes catégories de jeunes interrogés.

1. Jeunes touristes internes

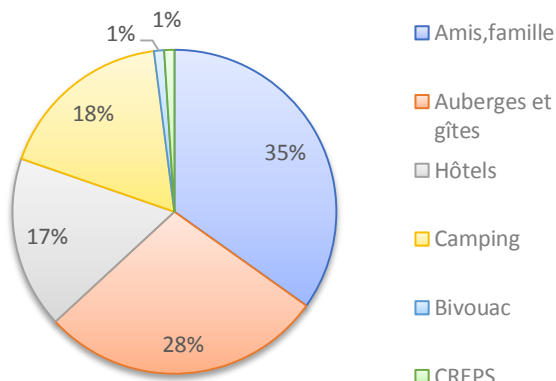
a. Nés à La Réunion

Figure 330 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés à La Réunion pour la pratique d'activités

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Totaux
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	30	22	16	1	0	69
<i>Bivouac</i>	4	6	7	4	0	21
<i>Camping</i>	10	20	5	0	0	35
<i>Auberges et gîtes</i>	41	15	0	0	0	56
<i>Hôtels</i>	34	0	0	0	0	34
<i>Air BnB</i>	0	0	0	1	2	3
<i>CREPS</i>	1	0	0	0	0	1
<i>Totaux</i>	120	63	28	6	2	219

⁵³⁸ Pascal Teyssedre, directeur du pôle mise en Tourisme du territoire à La Région Réunion, le 09/03/2018

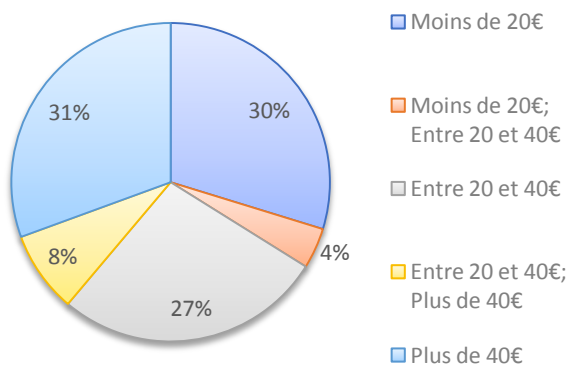
Figure 331 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés à La Réunion



Les jeunes nés à La Réunion fréquentent plusieurs lieux d'hébergements pour l'exercice de leurs loisirs : 53% en choisissent au moins deux et 23% au moins trois. Les auberges, les gîtes (34%) et les hôtels (28%) sont en tête des choix numéros 1. En revanche, la nuit chez des proches (34%) ainsi que dans des campings (32%) sont ceux qui sont le plus cités en choix numéro 2. Dans l'ensemble, nous constatons que 63% des jeunes nés à La Réunion se rendent dans des

hébergements payants pour la pratique de leurs loisirs. 35% dorment chez des amis ou des membres de leur famille et la dernière fraction, soit 1%, bivouaque⁵³⁹. La fréquentation du Centre de ressources, d'expertise et de performance sportive (CREPS) n'est pas retenue dans cette analyse car les activités sont réalisées régulièrement et donc, par définition, non touristique.

Figure 332 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés à La Réunion



Les budgets accordés à l'hébergement sont variables. Ceci reflète la diversité des lieux fréquentés. 30% ne dépensent pas plus de 20€. En comparant ces chiffres au graphique précédent, nous supposons qu'ils ne dépensent rien pour l'hébergement, étant donné que 35% logent chez des amis ou des membres de leur famille. Les 27% suivants dépensent entre 20€ et 40€ par nuitée et 31% d'entre eux versent plus de 40€.

La partie restante, minoritaire, se rend dans différents établissements et y consacre des montants variés.

⁵³⁹ Camper en dehors des zones de campings.

Ainsi, 4% accordent à la fois moins de 20€ et entre 20€ et 40€ à leurs nuitées et 8% entre 20€ et 40€, voire plus de 40€.

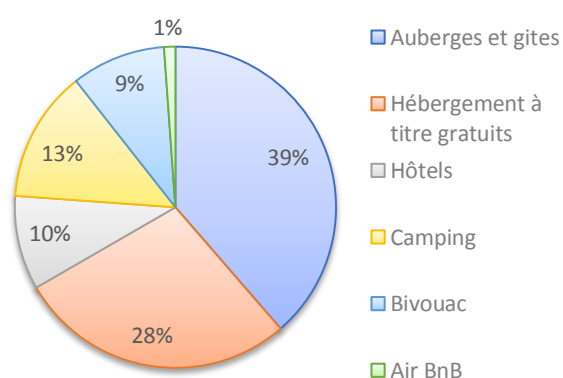
b. Nés en France métropolitaine

Figure 333 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés en France métropolitaine pour la pratique d'activités

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Ch. 3</i>	<i>Ch. 4</i>	<i>Totaux</i>
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	10	43	18	3	74
<i>Bivouac</i>	4	8	14	0	26
<i>Camping</i>	13	18	4	0	35
<i>Auberges et gîtes</i>	83	19	0	0	102
<i>Hôtels</i>	25	0	0	0	25
<i>Air BnB</i>	1	2	0	0	3
<i>Totaux</i>	136	90	36	3	265

Le tableau montre que les jeunes nés en métropole sont capables de consommer des catégories d'hébergement différentes pour la pratique de leurs activités, qu'elles soient culturelles ou sportives.

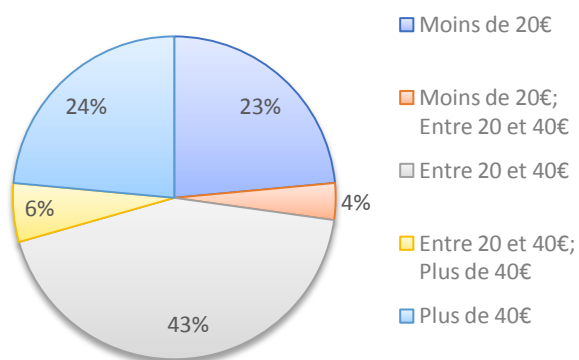
Figure 334 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés en France métropolitaine



En effet, ils sont 66% à en choisir au moins deux et 27% en désignent au moins trois. Dans ce panel, 61% séjournent en auberges et gîtes en premier lieu, pour la pratique de leurs loisirs. En deuxième choix, ils favorisent les hébergements à titre gratuit chez des proches pour 48%. Ce sont les lieux d'hébergements les plus cités et ils représentent à eux deux 67% de l'ensemble des choix effectués : 39% des jeunes déclarent séjourner dans des auberges et des gîtes et 28% chez des proches.

auberges et des gîtes et 28% chez des proches.

Figure 335 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés en France métropolitaine



À propos des budgets accordés à l'hébergement, 43% dépensent en moyenne entre 20€ et 40€. Ils sont 4% à accorder autant et parfois moins de 20€. 23% ne dépensent jamais plus de 20€, ce qui signifie que parmi eux, certains sont logés gratuitement. Contrairement à eux, 24% dépensent exclusivement plus de 40€ par nuitée et 6% autant ou entre 20€ et 40€. Globalement, 73% des jeunes nés en France métropolitaine

dépensent 20€ ou plus par nuitée lorsqu'ils en consomment dans le cadre de leurs activités de loisirs.

c. Natifs de l'océan Indien

Figure 336 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) pour la pratique d'activités

	<i>Ch. 1</i>	<i>Ch. 2</i>	<i>Totaux</i>
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	5	0	5
<i>Camping</i>	0	1	1
<i>Auberges et gîtes</i>	1	0	1
<i>Totaux</i>	6	1	7

Le choix en termes d'hébergement de cette catégorie est restreint. Cinq sur six se rendent chez un proche pour l'exercice de leurs loisirs tandis que le dernier favorise les auberges, les gîtes ainsi que les campings. Par conséquent, les budgets accordés coïncident avec ces choix. La majorité dépense donc moins de 20€ par nuitée voire rien, alors que le dernier déclare dépenser plus de 40€. Il s'agit d'une étudiante en tourisme originaire de Madagascar. Le cursus scolaire dans lequel elle est inscrite nous incite à penser que ses pratiques sont motivées par l'intérêt qu'elle porte au secteur touristique. Concernant le nombre de nuitées, quatre personnes n'en consomment pas plus d'une par mois et deux plus de quatre par mois. L'étudiante, qui est la seule à se rendre dans des hébergements marchands, ne le fait que très occasionnellement.

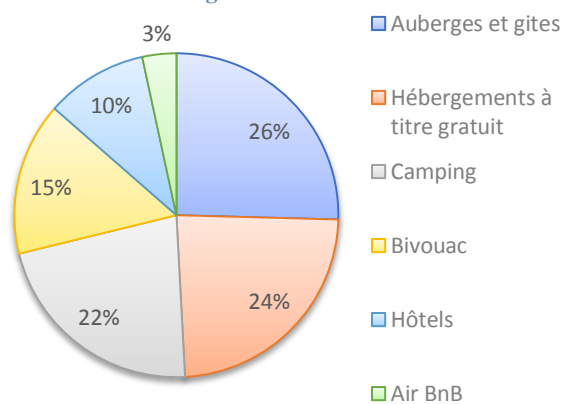
d. Domiens (hors zone océan Indien) ou étrangers

Figure 337 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI) pour la pratique d'activités

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Ch. 4	Ch. 5	Totaux
<i>Hébergement à titre gratuit</i>	3	7	1	3	0	14
<i>Bivouac</i>	1	2	4	0	2	9
<i>Camping</i>	5	5	3	0	0	13
<i>Auberges et gîtes</i>	12	3	0	0	0	15
<i>Hôtels</i>	6	0	0	0	0	6
<i>Air BnB</i>	0	0	0	2	0	2
<i>Totaux</i>	27	17	8	5	2	59

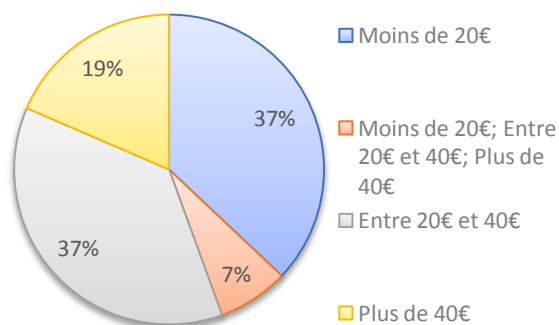
63% des jeunes nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI) choisissent deux types d'hébergements pour la pratique de leurs loisirs et 30% optent pour trois.

Figure 338 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés à l'étranger



Les auberges et gîtes sont ceux qui sont essentiellement sélectionnés en premier. Les hébergements à titre gratuit et le camping sont les plus cités en choix 2. Les auberges et les gîtes (26%), l'accueil chez des proches (24%) et les campings (22%) sont les hébergements principaux pour la pratique des loisirs de cette catégorie et 15% choisissent de bivouaquer, alors que 10% préfèrent les hôtels.

Figure 339 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés à l'étranger



Les budgets accordés à l'hébergement sont variés, 37% consacrent moins de 20€ par nuitée et le même pourcentage dépense entre 20€ et 40€. Presque 20% ont un budget plus important et dépensent plus de 40€. 7% ont des dépenses variables dépendant du type d'hébergement trouvé.

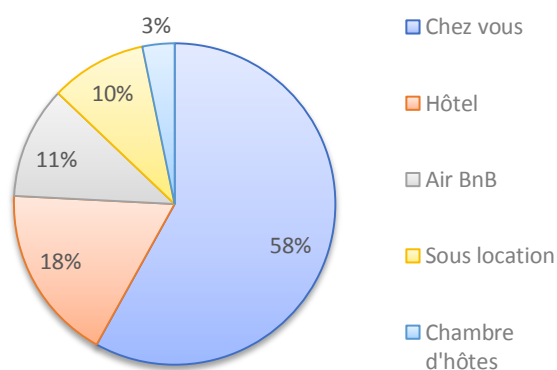
e. Visiteurs des jeunes en mobilité

Figure 340 : Hébergements choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité

	Ch. 1	Ch. 2	Ch. 3	Totaux
Hôtel	4	6	1	11
Chambre d'hôtes	0	2	0	2
Air BnB	3	4	0	7
Sous location	1	4	1	6
Chez vous	36	0	0	36
Totaux	44	16	2	62

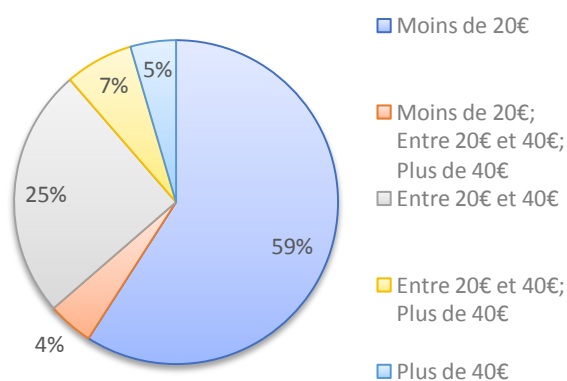
36% des visiteurs dorment dans deux lieux différents au cours de leurs séjours. Néanmoins, se dégage une nette domination de l'hébergement à titre gratuit chez la personne qu'ils viennent voir à La Réunion, notamment dans les choix numéro 1 (82%).

Figure 341 : Répartition des hébergements choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité



Plus de la moitié des visiteurs dorment chez le jeune qu'ils viennent voir (58%). Concernant les hébergements marchands, le plus mentionné est l'hôtel, avec 18% d'adeptes. La location via la plateforme Air BnB est citée par 11%, 10% déclarent que leurs proches logent dans des appartements ou des maisons qu'ils sous-louent. Enfin, une minorité (3%) dort en chambres d'hôtes.

Figure 342 : Budget journalier dépensé pour l'hébergement des visiteurs des jeunes en mobilité

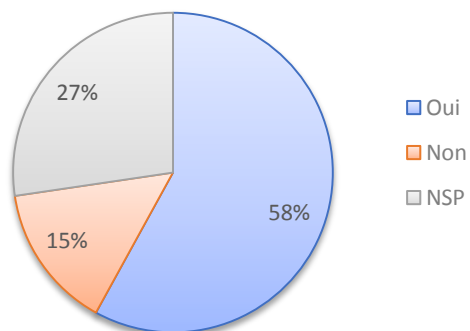


Comme pour la restauration, la plus grande partie des visiteurs dépense le moins possible pour l'hébergement. Ils sont 59% à accorder moins de 20€ par personne et par nuit. 25% dépensent entre 20€ et 40€. Une minorité (5%) dépense plus de 40€. 9% accordent des montants variés en fonction des lieux qu'ils fréquentent. Nous en déduisons que la présence des jeunes en mobilité sur le

territoire, n'apporte pas une réelle plus-value aux recettes touristiques dégagées par l'hébergement local.

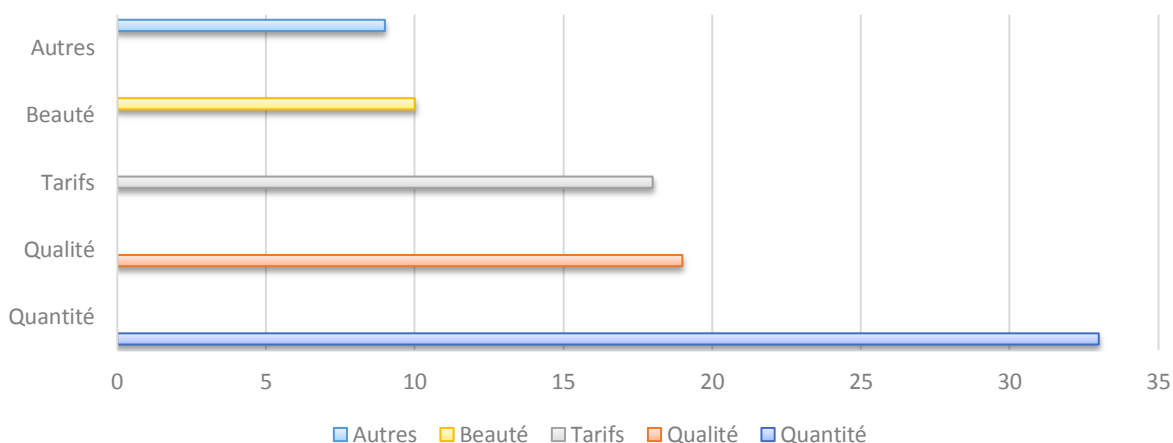
f. Regards sur les prestations

Figure 343 : Part de jeunes satisfaits par l'offre d'hébergement à La Réunion



Plus de la moitié des jeunes de l'échantillon des jeunes touristes internes (58%) sont satisfaits par l'offre d'hébergement proposée sur l'île. A contrario, 15% en sont déçus et 27% n'émettent pas d'avis car pour la plupart, ils dorment rarement voire pas du tout en dehors de chez eux. Sur les 450 jeunes, 138 justifient leur choix (31%).

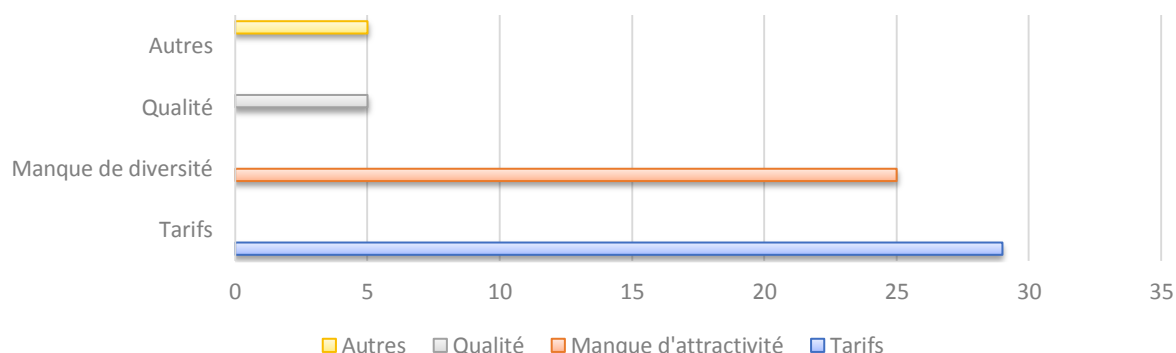
Figure 344 : Motifs de satisfaction des hébergements, avancés par les jeunes installés sur l'île



Les jeunes qui sont satisfaits de l'offre d'hébergement proposée par l'île apprécient pour 34% qu'il y en ait beaucoup et 9% valorisent sa diversité. Ils aiment le fait qu'il y ait un large choix de gîtes pour la randonnée, de nombreux hôtels et beaucoup d'endroits pour camper. 19% pensent qu'ils sont de qualité et précisent qu'ils offrent un bon accueil. Ils les trouvent également confortables et bien entretenus. Les prix sont appréciés par 18%, en mettant en avant le fait qu'il y en ait « pour tous les budgets » et qu'ils offrent un bon rapport qualité/prix. 10% aiment la beauté des lieux d'accueil, ils estiment que les gîtes sont bien tenus et que l'on

découvre de beaux hébergements. Les 9% restant affectionnent le fait que les gîtes facilitent les rencontres, soient authentiques, bien placés et pratiques pour visiter la ville.

Figure 345 : Motifs d'insatisfaction prononcés par les jeunes installés sur l'île



Les insatisfaits de l'offre d'hébergement pensent que les tarifs sont trop élevés (45%) et se plaignent du manque de diversité (39%). 20% d'entre eux mettent en lumière l'absence d'auberge de jeunesse. La qualité est également remise en question par 8%, qui pensent que certains gîtes sont parfois en mauvais état et cela principalement dans les Hauts de l'île. Les 8% restant sont déçus en raison du fait que la plupart des hébergements n'acceptent pas les chiens, mais également parce qu'ils manquent d'originalité et qu'ils ne communiquent pas assez sur leurs prestations.

Ainsi, les opinions sur l'hébergement divergent : certains sont insatisfaits par les tarifs proposés, la qualité des établissements et le manque de variété alors que d'autres les valorisent. Il nous est donc difficile d'affirmer ou d'infirmier catégoriquement que les jeunes sont satisfaits par l'offre présente sur l'île. Nous pouvons seulement avancer qu'une majorité l'est et que la création d'une nouvelle structure pourrait, si elle prend en compte les revendications des insatisfaits, répondre à un plus grand nombre de jeunes.

2. Les touristes externes

a. Pratiques de l'échantillon

Figure 346 : Hébergements choisis par les jeunes touristes externes lors de leur séjour sur l'île

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Choix 4	Total
<i>Bivouac</i>	3	1	2	1	7
<i>Camping</i>	4	10	1	0	15

<i>Chez de la famille</i>	171	7	0	0	178
<i>Chez des amis ou une connaissance</i>	58	14	0	0	72
<i>Location marchande autre que AirBNB</i>	52	5	0	0	57
<i>Dans une location via Air BnB</i>	67	10	2	0	79
<i>Gîte</i>	14	11	2	0	27
<i>Hôtel classé</i>	22	4	0	0	26
<i>Hôtel non classé</i>	46	12	0	0	58
<i>Maison d'hôtes</i>	8	3	0	0	11
<i>Autre</i>	5	0	0	0	5
Total	450	77	7	1	535

Autre : CREPS, Logement personnel, échange de maison, échange scolaire

Figure 348 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes externes

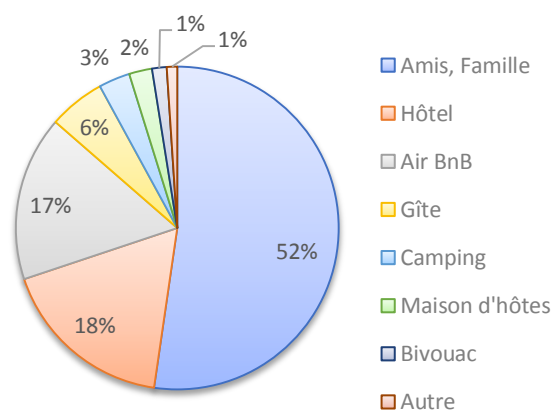
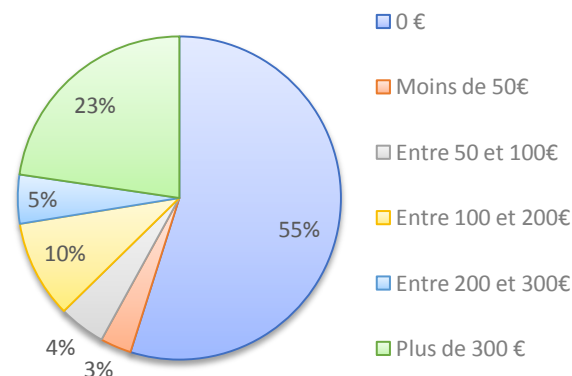


Figure 347 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes externes



46% des jeunes sont hébergés chez des proches et 1% bivouaquent. Les autres logent dans des structures marchandes. Ces choix coïncident avec les montants des budgets accordés aux logements sur la durée totale des séjours. Plus de la moitié des répondants affirment ne pas dépenser d'argent pour l'hébergement, 3% moins de 50€ et seulement 23% dépensent plus de 300€. Le reste de l'échantillon se situe dans une fourchette de dépenses allant de 50€ à 300€ avec une majorité (10%) accordant entre 100 et 200€. Ramenées à la durée moyenne de séjour de 20 jours, les dépenses liées à l'hébergement n'excèdent pas, ou pour une minorité, 15€ par jour.

b. Affinitaires

Figure 349 : Hébergements choisis par les jeunes touristes affinitaires

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
Camping	1	5	0	6
Chez de la famille, amis	217	6	0	223
Location marchande autre que AirBNB	16	0	0	16
Dans une location via Air BnB	16	5	1	22
Gîte	4	2	0	6
Hôtel classé	3	2	0	5
Hôtel non classé	6	8	0	14
Autre	1	1	0	2
Total	264	29	1	294

En règle générale, le lieu d'hébergement principal des jeunes touristes affinitaires se situe chez leurs proches. Ils sont 76% à le citer et 82% à en faire leur mode d'hébergement principal. En revanche, 41 jeunes, soit 15%, ne dorment pas chez des proches alors que l'objet principal de leur séjour est affinitaire.

Figure 351 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes affinitaires

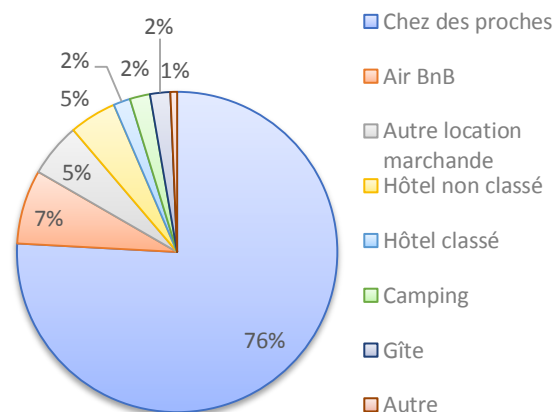
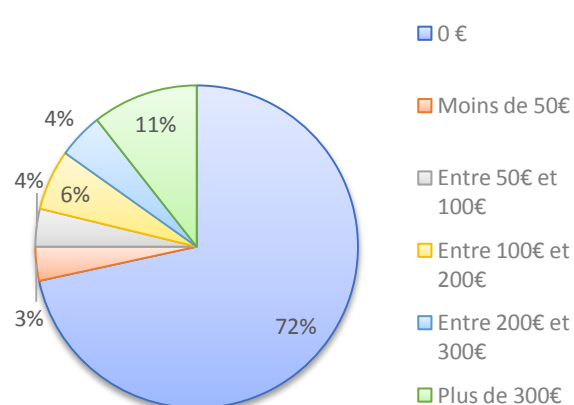


Figure 350 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes affinitaires



La location marchande est celle qui domine après l'hébergement par des proches. Elle concerne 14% de cette catégorie. 5% choisissent de loger également en hôtel non classé. Les autres types d'hébergement rencontrent moins de succès auprès des jeunes touristes affinitaires. Par conséquent, une importante majorité ne dépense rien pour se loger lors du séjour à La Réunion (72%). Néanmoins, 11% accordent un budget de plus de 300€ au logement pour l'ensemble de leur séjour.

c. Touristes d'agrément

Figure 352 : Lieux d'hébergements choisis par les jeunes touristes d'agrément

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
Bivouac	3	1	2	6
Camping	3	5	0	8
Location marchande autre que AirBNB	25	3	1	29
Dans une location via Air BnB	44	6	0	50
Gîte	9	4	2	15
Hôtel classé	15	2	0	17
Hôtel non classé	31	4	0	35
Maison d'hôtes	7	3	0	10
Autre	1	0	0	1
Total	138	28	5	171

La majorité des jeunes touristes d'agrément se concentre sur peu d'hébergements différents lors d'un même séjour. Seulement 20% en sélectionnent au moins deux et 4% trois. En revanche, les choix sont variés, il s'agit d'une clientèle qui fréquente des lieux d'hébergement différents, contrairement aux touristes affinitaires, dont une grande majorité loge chez des proches.

Figure 353 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes d'agrément

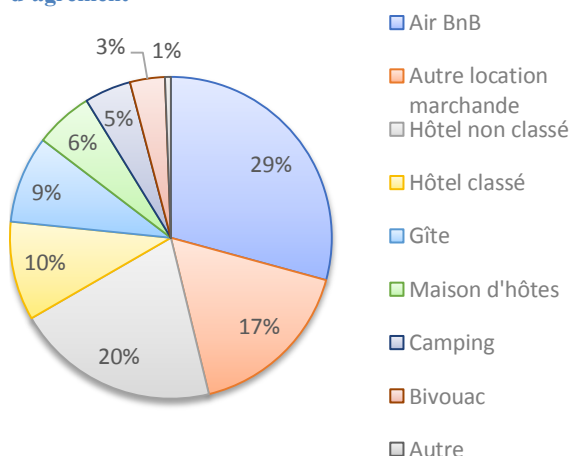
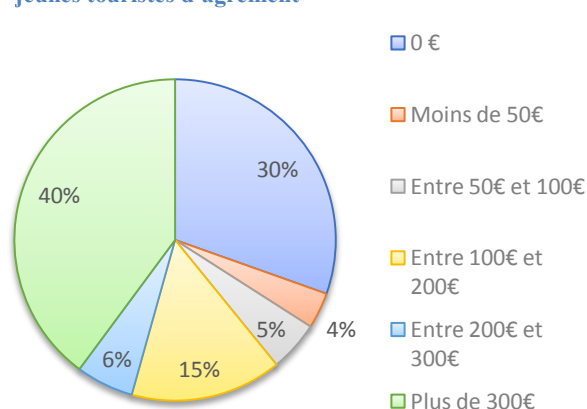


Figure 354 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes d'agrément



La location marchande, que ce soit via la plateforme Air BnB ou non, est préférée par cette catégorie (49%). Les séjours en hôtels ou en gîtes sont les second les plus cités (39%). Les

maisons d'hôtes, le bivouac et le camping ont moins de succès et sont à eux trois mentionnés par 9% des jeunes touristes d'agrément. 30% déclarent ne rien dépenser pour l'hébergement. Pour la majorité, âgée entre 15 et 18 ans (93%), et la partie restante des 19 et 25 ans, il est supposé qu'ils se rendent sur l'île en compagnie de leurs parents. Par conséquent, la charge du logement durant les vacances revient à ces derniers. À l'inverse, 40% déclarent dépenser plus de 300€ pour l'ensemble du séjour. Par rapport à la durée moyenne de séjour de 17 jours, la plupart dépense au moins 18€ par jour pour son hébergement, 26% dépensent entre 50€ et 300€ et 4% moins de 50€.

d. Affaires

Figure 355 : Hébergements choisis par les jeunes touristes d'affaires

	<i>Choix 1</i>
<i>Chez de la famille, amis</i>	4
<i>Location marchande autre que AirBNB</i>	7
<i>Dans une location via Air BnB</i>	6
<i>Gîte</i>	1
<i>Hôtel classé</i>	3
<i>Hôtel non classé</i>	7
<i>Autre</i>	2
<i>Total</i>	30

La particularité que nous relevons concernant les touristes d'affaires est qu'un seul choix d'hébergement par personne est effectué sur l'ensemble de leur séjour.

Figure 357 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes d'affaires

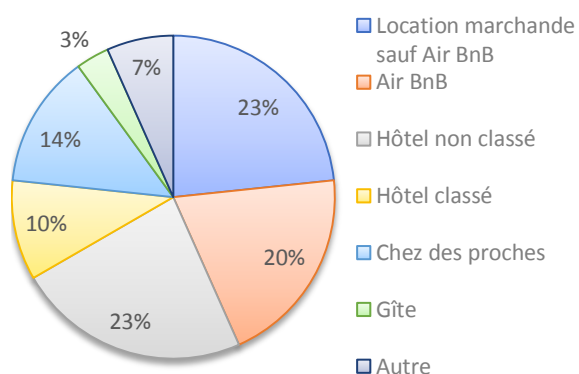
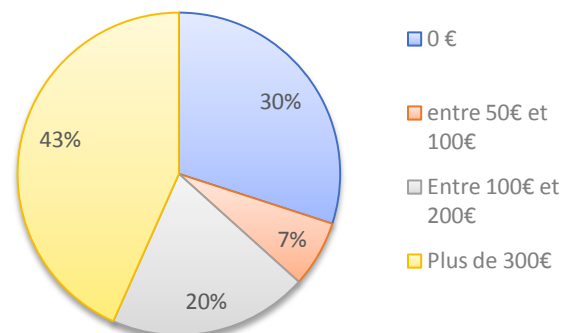


Figure 356 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes d'affaires



La location marchande domine. Elle concerne 43% de cette catégorie de jeunes touristes. Les hôtels sont les deuxièmes lieux préférés, 33% des jeunes touristes d'affaires déclarent y séjourner. Une majorité d'entre eux favorisent les hôtels non classés (23%) par rapport aux établissements étoilés (10%), 14% sont logés chez des proches et 3% séjournent dans des gîtes. Enfin, les autres lieux d'accueil cités sont le CREPS et chez un correspondant étudiant.

e. Natifs de l'île

Figure 358 : Hébergements choisis par les jeunes touristes nés à La Réunion

	Choix 1	Choix 2	Choix 3	Total
<i>Chez de la famille, amis</i>	74	0	0	74
<i>Camping</i>	0	1	0	1
<i>Dans une location via Air BnB</i>	1	0	1	2
<i>Gîte</i>	0	2	0	2
<i>Hôtel classé</i>	2	1	0	3
<i>Hôtel non classé</i>	0	3	0	3
<i>Autre</i>	1	0	0	1
Total	78	7	1	86

Autre : Maison personnelle

Certains jeunes touristes natifs de l'île font jusqu'à trois choix d'hébergement lors de leur séjour, mais la tendance pour une grande majorité de cette catégorie est de se concentrer sur un seul. Il s'agit du séjour chez les proches alors qu'ils sont 8% à mentionner deux lieux et 1% à en citer trois. Nous constatons que ceux qui préfèrent les hôtels classés y dorment exclusivement, tout comme la catégorie qui préfère une location via la plateforme Air BnB. Tous les trois âgés entre 15 et 18 ans, ils sont étudiants et vivent chez leurs parents. Présents sur l'île pour un séjour de vacances, il est déduit qu'ils se sont déplacés avec leurs proches. La catégorie qui réside dans sa maison personnelle lors de son séjour à La Réunion est âgée entre 26 et 30 ans et ne fréquente pas d'autres lieux pour y dormir. Ainsi, les 7 jeunes qui effectuent un deuxième choix sont principalement logés chez leurs proches et profitent de quelques nuits pour fréquenter d'autres sites d'hébergement.

Figure 360 : Hébergement fréquentés par les jeunes touristes nés à La Réunion

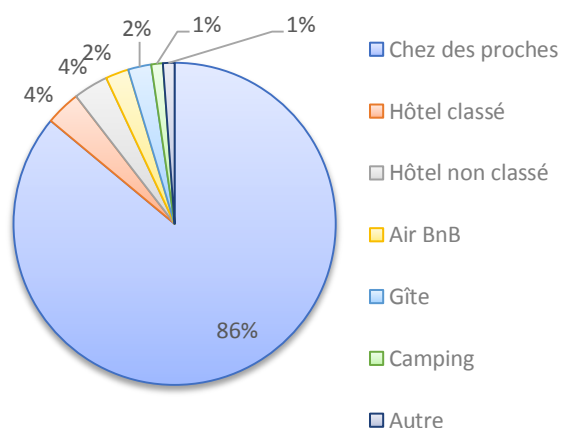
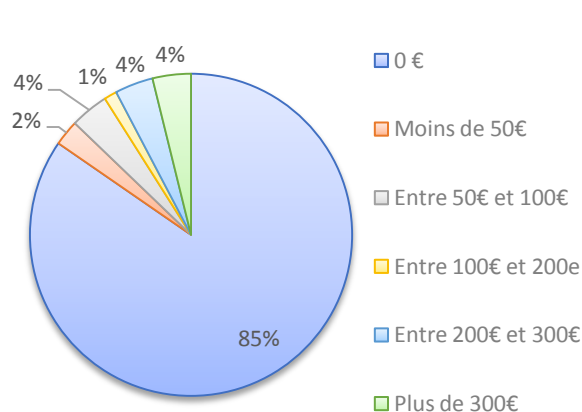


Figure 359 : Budget accordé à l'hébergement par les jeunes touristes nés à La Réunion



L'hébergement chez les proches domine largement. Il occupe 86% de l'ensemble des choix émis et concerne 95% de l'échantillon de jeunes touristes natifs de l'île. Les hôtels sont les plus choisis par le peu de jeunes qui dorment ailleurs. Ils représentent 8% de l'ensemble des mentions de l'échantillon. Les gîtes et les campings sont ensuite cités. En tant qu'hébergements secondaires, ils correspondent aux lieux fréquentés lors de déplacement sur l'île pour visiter des sites plus éloignés du logement de leurs proches. Les budgets s'accordent aux tendances : 85% déclarent ne rien dépenser pour l'hébergement et 2% moins de 50€. Ils sont seulement 9% à accorder 100€ et plus pour l'ensemble des nuits passées sur l'île.

3. Synthèse

En guise de synthèse, nous proposons, à l'image des fiches de préconisations effectuées pour les pratiques de chaque type clientèle, des tableaux résumant les caractéristiques importantes liées à l'hébergement.

a. Clientèle interne

<i>« Réunionnais »</i>	
<i>Rappel des caractéristiques sociales</i>	Majoritairement jeunes : 49% ont entre 15 et 18 ans Étudiants et demandeurs d'emplois : 32% et 46% Célibataires et sans enfants : 79% Dépendants des proches pour le logement : 74%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Amis, famille (30%) 2. Auberges et gîtes (24%) 3. Hôtels (15%)
<i>Budget accordé</i>	Plutôt inférieur ou égal à 40€ (61%) et presque un tiers (31%) qui dépensent plus de 40€ par nuitée.
<i>Observations</i>	N'ayant pas de frais de logement pour la plupart d'entre eux, ils sont prêts à s'accorder quelques nuits en auberges, gîtes et hôtels dans le cadre de leurs loisirs. Les auberges de jeunesse sont un produit qui répondrait parfaitement à leurs attentes.

<i>« Métropolitains »</i>	
<i>Rappel des caractéristiques sociales</i>	Majoritairement des femmes : 65% Plus âgés : 93% ont entre 19 et 30 ans En emploi : 66% Sans enfant : 89% En couple : 56% Autonomes au niveau de leur résidence : 87%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Auberges et gîtes (62%) 2. Amis, famille (45%) 3. Hôtels (15%)
<i>Budget accordé</i>	Plutôt entre 20€ et 40€ (43%)
<i>Observations</i>	Plus âgés et ayant une autonomie résidentielle, les hébergements chaleureux disposant d'espaces privatisés répondront plus facilement à leurs attentes.

« Voisins » ⁵⁴⁰

<i>Rappel des caractéristiques sociales</i>	Majoritairement des hommes : 83% Jeunes : ils ont tous entre 15 et 25 ans Sans emploi et étudiants : respectivement 83% et 13% Sans enfant : 87% Célibataires : 88% Dépendants au niveau de leur résidence : 79%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Amis, famille (21%) 2. Camping (4%) 3. Gîtes (4%)
<i>Budget accordé</i>	Plutôt inférieur ou égal à 20€ (72%)
<i>Observations</i>	Ayant un budget plus limité que les autres catégories, ils favorisent les hébergements gratuits ou ne dépassant pas 20€.

« Étrangers »

<i>Rappel des caractéristiques sociales</i>	Majoritairement en emploi et étudiants : respectivement 40% et 60% Sans enfant : 93% Célibataires : 63% Autonomes au niveau de leur résidence : 90%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Auberges et gîtes (50%) 2. Amis, famille (47%) 3. Camping (47%)
<i>Budget accordé</i>	Plutôt inférieur ou égal à 20€ (37%), Plutôt entre 20 et 40€ (37%)
<i>Observations</i>	Les jeunes « étrangers » en emploi ayant un budget plus important fréquentent plus facilement les auberges et les gîtes alors que les étudiants préfèrent les campings. Célibataires et sans enfant, intéressés par la culture locale, les auberges de jeunesse répondraient également à leurs attentes.

b. Clientèle externe

⁵⁴⁰ Natifs de l'océan Indien (hors Réunion)

Affinitaires

<i>Rappel des caractéristiques sociales et durée de séjour</i>	Durée moyenne de séjour : 18 jours De tous âges Majoritairement en emploi et étudiants : 58% et 34% Sans enfant et célibataires : 79% et 54% Autonomes en ce qui concerne leur résidence : 69% Originaires de France métropolitaine : 71%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Amis, famille (84%) 2. Location saisonnière (14%) 3. Hôtels (7%)
<i>Budget accordé</i>	Ne dépensent souvent rien (72%)
<i>Observations</i>	Venus sur l'île pour y voir leurs proches, ces jeunes dépensent très peu pour l'hébergement. Néanmoins, ils profitent de certaines nuits pour fréquenter des hôtels et des locations saisonnières plus proches de certains sites touristiques que leur lieu d'accueil principal.

Agrément

<i>Rappel des caractéristiques sociales et durée de séjour</i>	Durée moyenne de séjour : 17 jours Majoritairement jeunes : 84% ont entre 15 et 25 ans Étudiants et en emploi : 41% et 50% Sans enfant et célibataires : 90% et 63% Autonomes en ce qui concerne leur résidence : 55% Originaires de France métropolitaine : 65%
<i>Type d'hébergements préférés</i>	1. Location saisonnière (57%) 2. Hôtels (38%) 3. Gîtes (11%)
<i>Budget accordé</i>	Majoritairement supérieur à 100€ (61%)
<i>Observations</i>	N'ayant pas de proches vivant sur l'île, le budget qu'ils consacrent à l'hébergement est plus important que celui des touristes affinitaires. Essentiellement célibataires et sans enfant, ces touristes pourraient être intéressés par un réseau d'auberges de jeunesse. Celui-ci n'existant pas, ils se rabattent aujourd'hui sur des locations saisonnières considérées comme moins chères que les autres prestataires.

Affaires

<i>Rappel des caractéristiques sociales et durée de séjour</i>	<p>Durée moyenne de séjour : 40 jours</p> <p>Majoritairement des hommes : 63%</p> <p>Âgés entre 19 et 25 ans : 63%</p> <p>En emploi et étudiants : 57% et 40%</p> <p>Sans enfants : 70%</p> <p>En autonomie résidentielle : 83%</p> <p>Originaires de France métropolitaine : 63%</p>
<i>Type d'hébergements préférés</i>	<p>1. Location saisonnière (43%)</p> <p>2. Hôtels (33%)</p> <p>3. Famille, amis (13%)</p>
<i>Budget accordé</i>	Majoritairement supérieur à 300€ (43%)
<i>Observations</i>	Séjournant plus longtemps (40 jours) que les autres, leur budget d'hébergement pour l'ensemble du séjour est plus important que celui des autres jeunes. Ayant la particularité de ne choisir qu'un hébergement, les auberges de jeunesse ont tout intérêt à atteindre cette clientèle. Elle leur permettrait d'assurer des recettes constantes sur du long-terme.

« Réunionnais »

<i>Rappel des caractéristiques sociales et durée de séjour</i>	<p>Durée moyenne de séjour : 17 jours</p> <p>Majoritairement jeunes : 84% ont entre 15 et 25 ans</p> <p>En emploi et étudiant : 57% et 40%</p> <p>Sans enfant et célibataires : 70% et 63%</p> <p>Autonomes au niveau de leur résidence : 76%</p> <p>Résidents plutôt en France métropolitaine : 78%</p>
<i>Type d'hébergements préférés</i>	<p>1. Amis, familles (95%)</p> <p>2. Hôtels (8%)</p>
<i>Budget accordé</i>	Ne dépensent rien (85%)
<i>Recommandations</i>	Comme les jeunes touristes affinitaires, ils séjournent essentiellement chez leurs proches.

Les nuits chez des amis dominent pour les jeunes résidents nés dans la zone de l'océan Indien, y compris à La Réunion. De même chez les jeunes touristes externes affinitaires et originaires de l'île. Les jeunes touristes internes métropolitains et les jeunes étrangers favorisent quant à eux les nuits en auberges ou gîtes. Les touristes externes d'agrément et d'affaires séjournent

essentiellement dans des locations saisonnières. Les campings sont exclusivement cités par les jeunes touristes internes, originaires de l'étranger et des pays de la zone océan Indien. Les hôtels sont fréquentés par tous, sauf les jeunes résidents étrangers et ceux qui proviennent des « pays voisins ». La majorité de l'échantillon est satisfaite par l'offre locale, néanmoins ceux qui émettent des réserves le font à cause des prix qu'ils estiment trop élevés, du manque d'établissement et de la vétusté de certains. Aucun des jeunes interrogés n'a mentionné la fréquentation des deux « *backpackers* » présentes sur l'île dans le cadre de leurs pratiques touristiques. Leur manque de visibilité et leur faible capacité d'accueil explique selon nous cette situation. En effet, les gérants de ces établissements déclarent un taux de remplissage moyen atteignant les 85%⁵⁴¹, ce qui prouve leur succès. Convaincue de l'utilité d'un nouveau réseau sur le territoire, nous préconisons, dans la prochaine partie, sa création après une étude de marché. Nous repérons grâce aux données des enquêtes quantitatives, différents segments de clientèle intéressants pour la structure, notamment les résidents « réunionnais » et « métropolitains » âgés entre 15 et 18 ans qui fréquentent déjà pour un tiers d'entre eux des gîtes et des hôtels pour la pratique de leurs activités. En majorité jeunes, célibataires et sans enfants, ils sont prêts à dépenser jusqu'à 40€ par nuit. La formule en dortoirs, avec des tarifs correspondant à leur budget et facilitant les rencontres ou les séjours en groupe d'amis, est celle qui nous paraît la plus adaptée. Pour les plus âgés, nous recommandons la privatisation de chambres doubles ou de petits dortoirs dotés d'un maximum de quatre lits. Ils profitent ainsi d'espaces plus calmes et conviviaux qu'ils pourront financer étant donné qu'ils disposent d'un budget plus élevé. Pour la clientèle externe, les auberges ont tout intérêt à développer leur communication après des touristes d'agrément et d'affaires. N'ayant souvent pas d'autre alternative, ces catégories de touristes sont obligés de fréquenter des établissements marchands. En proposant des tarifs attractifs ainsi que des espaces propices aux rencontres et au travail, l'établissement a toutes ses chances pour répondre aux attentes de ces jeunes. Nous n'excluons pas les jeunes résidents originaires des îles voisines mais il est important de relever le manque d'acculturation au tourisme et les faibles dépenses accordées par l'échantillon, ce qui limite son impact dans les recettes. Il faudra pour attirer cette clientèle, faire un effort sur les tarifs

⁵⁴¹ Julien et Tiphaine, gérants des Toïts d'Imany, le 25/04/2018
Elise Rollet, gérante d'Elize O îles, le 11/04/2018

proposés. De même pour les touristes affinitaires qui, majoritairement logés par leurs proches, séjournent rarement dans des structures marchandes.

C. L'auberge Eco²

Hébergements à prix abordable, initialement destinés aux jeunes mais ouverts à tous les publics, les auberges de jeunesse sont internationalement connues et sont pratiques pour les personnes à la recherche d'un logement convivial, économique et à proximité des zones d'activités de loisirs. Ayant pris connaissance de l'existence de ce type d'hébergement lors de nos différents séjours à l'étranger, nous nous sommes interrogés sur les raisons qui font qu'il n'en existe plus à La Réunion aujourd'hui. Ainsi, après avoir interrogé différents acteurs de l'ancien réseau, nous réalisons que les principales causes de la disparition du réseau sont d'ordre financier et managérial. C'est pourquoi nous envisageons la création d'une auberge de jeunesse répondant à la fois à la demande du marché des jeunes, et en accord avec la politique de développement régional. Ainsi, nous préconisons une auberge de jeunesse écologique implantée dans l'Est, où le déficit en termes d'hébergement est flagrant. Pour ne pas exclure les clientèles ne se percevant pas comme « jeunes », nous favorisons l'appellation de « pension » à celle d'« auberge de jeunesse », même si dans les faits, la structure se rapproche davantage d'une auberge de jeunesse.

1. Objectifs du projet

À travers ce projet, nous souhaitons faciliter l'accès à un hébergement économique, écologique et convivial, aux touristes ayant un budget limité. En effet, il n'existe aujourd'hui pas d'établissement de ce type sur l'île. Les gîtes des Hauts sont des structures pouvant offrir des prestations et des tarifs similaires mais qui sont concentrés sur une zone limitée. Ils sont souvent complets lors de la haute saison. Au regard de l'étude sur l'offre répondant à la demande du tourisme social⁵⁴², nous comprenons qu'une politique de rénovation des villages de vacances est mise en place pour redynamiser le secteur. Avec le projet de pension Eco², nous entrons dans cette logique de développement en ajoutant au parc du tourisme social déjà existant, une structure nouvelle. Enfin, être en accord avec l'esprit de préservation de l'environnement et participer à une logique de développement d'établissements écologiques est une dimension que

⁵⁴² « Diagnostic du tourisme pour tous de l'Île de La Réunion », *op. cit.*, p. 39.

nous souhaitons mettre en avant. Ainsi, nous répondons aux objectifs fixés par la Région et aux tendances actuelles, qui prônent la croissance économique de l'île dans le respect de la nature⁵⁴³.

L'objectif de l'entreprise sur le long terme est d'implanter d'autres auberges sur l'ensemble de l'île afin de créer un réseau offrant aux touristes la possibilité de parcourir le territoire en séjournant uniquement dans celui-ci. Ainsi, des circuits peuvent être proposés en fonction de la demande alliant activités propres à chaque région et hébergement écologique à moindre coût⁵⁴⁴.

2. Caractéristique de l'offre

Dans l'Est, la vocation de séjour est limitée par sa faible capacité d'accueil en lits marchands : moins de 600 lits, ce qui représente moins de 10% de la capacité de La Réunion. L'effet de levier sur les autres activités résidentielles⁵⁴⁵ est donc très faible car la « rotation » des clientèles est insuffisante. Le développement de la capacité d'accueil est donc indispensable pour structurer le développement touristique de la microrégion. De plus, il s'agit de la zone la plus « naturelle » de l'île. Son territoire est propice aux pratiques touristiques de pleine nature. Le patrimoine naturel constitue un support de premier choix à de nombreuses activités telles que : la randonnée pédestre, la randonnée équestre, le VTT, les parcours acrobatiques, le canyoning, l'escalade, les activités d'eaux-vives⁵⁴⁶. Les rivières de l'Est constituent des sites particulièrement propices à ces activités.

Ainsi, nous implantons la structure dans cette microrégion, plus précisément à La plaine des palmistes. En effet, cette commune est idéalement positionnée. Souhaitant nous spécialiser dans un hébergement proche de la nature proposant des activités sportives adéquates, nous favorisons la proximité immédiate du Parc national, des cirques et du volcan, dans une zone située en altitude pour mieux atteindre les rayons du soleil⁵⁴⁷. Le label « Village Créoles » dont dispose la commune, justifie de l'authenticité du lieu et représente un atout supplémentaire.

⁵⁴³ « Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », *op. cit.*, p. 5.

⁵⁴⁴ Exemple : rejoindre l'auberge de l'Est depuis l'auberge du Nord à vélo.

⁵⁴⁵ Loisirs, culture, nature, sports.

⁵⁴⁶ Kayak, randonnée aquatique, rafting, hydro speed.

⁵⁴⁷ Pour les panneaux photovoltaïques.

La stratégie de commercialisation s'adresse aux jeunes résidents, principalement actifs, étudiants et ERASMUS⁵⁴⁸. Pour ce qui est des touristes externes, elle s'adresse aux étrangers en quête d'hébergement atypique. Nous visons à la fois les « touristes sacs à dos » et plus « classiques » grâce à la diversité des formules. Enfin, dans une démarche éco citoyenne, nous n'oublions pas la population locale répondant à la logique du tourisme social, à qui nous proposons un accès rapide aux activités de l'Est à moindre coût. En résumé, nous visons les :

- touristes internes et externes à la recherche d'un hébergement peu coûteux dans l'Est,
- jeunes Réunionnais (16-30 ans),
- étudiants ERASMUS,
- randonneurs.

3. Les moyens commerciaux

L'hébergement dans l'Est économique et écologique !

Dans ce slogan, nous resituons l'emplacement de l'auberge « dans l'Est ». Nous mettons également en avant le fait que le service proposé est avant tout de l'hébergement. Enfin, nous accentuons les caractéristiques « économique et écologique », qui sont les points forts de la structure et la distingue de la concurrence.

a. Politique de produit

L'auberge de jeunesse de l'Est « pension Eco² » est équipée de 2 dortoirs mixtes composés de 8 lits superposés, de 2 dortoirs mixtes de 4 lits et de 3 chambres doubles pouvant intégrer un troisième lit. Chaque lit possède des draps, des oreillers et des couvertures. Une cuisine commune est mise à disposition de l'ensemble des usagers. Elle est équipée d'un four, d'un four micro-ondes, de plaques de cuisson, de placards et d'un grand réfrigérateur. La pension Eco² est 100% écologique et propose des produits issus de l'agriculture biologique fournis par des producteurs et/ou commerçants bio locaux, mais également en provenance du jardin et du verger dont elle dispose. Le petit déjeuner, lui aussi 100% bio, peut-être préparé après réservation, en contrepartie de 6€. Ayant noué des partenariats avec les prestataires d'activités sportives et culturelles ainsi que les restaurateurs locaux, elle propose des « packages » grâce

⁵⁴⁸ Ils effectuent de nombreuses sorties le week-end, sont à la recherche d'un hébergement peu coûteux et savent définir ce que sont les auberges de jeunesse.

auxquels ses usagers découvrent l'Est à des prix avantageux. La région étant réputée pour les sports d'eaux-vives, ils sont mis en avant dans la communication des services proposés par la pension. Ainsi, les usagers ont la garantie d'intégrer un hébergement avec petit déjeuner compris, en accord avec la nature et à des prix raisonnables.

b. Politique de prix

Figure 361 : Politique de prix proposée par l'auberge Eco²

	Dortoir (8 personnes)	Dortoir (4 personnes)	Chambre double
Prix/nuit/pers	17€	20€	35€
Location vélo	15€/jour/adulte et 10€/jour/enfant		
Activités culturelles et sportives	Réduction de 30% à 50% sur les prestations proposées par nos partenaires		

Pour définir ses prix, l'auberge s'appuie sur les tarifs proposés par les gîtes des Hauts, qui offrent le même type de prestations. En ce qui concerne les réductions effectuées par ses partenaires, elles varient en fonction de ce qui est conclu lors des négociations.

Créer un hébergement « low cost » est donc un moyen de diversifier l'offre d'hébergement actuelle tout en répondant à la demande d'une clientèle actuellement non satisfaite. De plus, la structure doit mettre en valeur le territoire dans lequel elle est implantée et le dynamiser par la création de partenariats avec les associations locales. Nous l'avons constaté, les auberges de jeunesse sont des lieux d'étapes. La plupart des personnes qui y séjournent y demeurent pour quelques jours seulement et préfèrent dépenser leur argent dans les activités annexes et la découverte du lieu qu'elles sont venues visiter plutôt que dans l'hébergement et la

restauration⁵⁴⁹. Leur proposer les activités offertes par les partenaires aide ces derniers à s'assurer un certain taux de fréquentation et inversement.

c. Politique de communication

Nous préconisons initialement une promotion à l'échelle des offices de tourisme. Par la suite, des spots publicitaires sont diffusés sur les sites internet, ce qui est moins coûteux que dans les médias traditionnels (TV et radio). Enfin, nous assurons la promotion avec des « coups » marketing, notamment lors de journées festives spécifiques liées à l'écologie, au développement durable et plus généralement lors des débuts des vacances. L'objectif de la campagne de communication est d'atteindre le public jeune et l'ensemble des touristes internes de l'île ayant le désir de découvrir l'Est, soucieux de l'environnement ou adeptes d'activités de plein air. Pour ce faire, l'auberge détaille ses prestations et leurs prix grâce à un site internet⁵⁵⁰. Elle crée une page Facebook ainsi que des comptes *Instagram* et *Twitter* pour atteindre les usagers des réseaux sociaux. Elle se fait connaître à l'aéroport, auprès des lycées, des universités, des associations culturelles et sportives grâce à la diffusion d'une plaquette numérique et non papier⁵⁵¹. En effet, dans un souci d'écologie, l'auberge doit limiter sa consommation de papier, même lors de sa promotion. Nous savons que la majorité des prospectus distribués dans les boîtes aux lettres ou physiquement sont pour la plupart jetés sans même avoir été consultés. Pour remédier à cela, l'un des salariés de l'auberge est chargé de rencontrer directement les responsables des structures citées précédemment afin de leur présenter le produit et de les inviter à y passer une nuit avec une activité au choix. Ainsi, s'ils sont convaincus, nous leur demandons de transmettre les prospectus par mailing et d'en faire la promotion via le bouche-à-oreille. Un système de parrainage est également développé au démarrage de l'activité, afin d'offrir des réductions sur le prix de l'hébergement à la personne ayant recommandé la structure.

Afin de combler la baisse du taux de fréquentation de l'auberge pendant les périodes creuses, nous songeons à mettre en place des partenariats avec les structures scolaires et les associations sportives et culturelles. En effet, certains villages vacances le font déjà et assurent leur taux de

⁵⁴⁹ Emission diffusée sur Capital le 20/07/2014 : Les auberges de jeunes réinventent : http://www.m6.fr/emission-capital/videos/11381182-les_auberges_de_jeunesse_se_reinventent.html

⁵⁵⁰ Voir aperçu en annexe.

⁵⁵¹ Voir flyer en annexe

fréquentation grâce à ce public : pourquoi les auberges de jeunesse ne le feraient-elles pas ? C'est là un point d'analyse à approfondir et qui pourrait sans doute faire l'objet d'une étude complète sur les besoins des établissements et des personnels encadrants en termes de classes vertes, sorties scolaires et autres évènements de ce type.

D. Synthèse

Les auberges de jeunesse, hébergements économiques ouverts à tous et répandus à travers le monde ont une riche histoire, passionnante à découvrir. Le concept initial, prônant un retour à la nature et l'apprentissage par les activités culturelles et sportives, correspond selon nous au développement touristique de l'île de La Réunion. De plus, en tant qu'espace de vie convivial, pratique et proposant des prix attractifs, il répond à la fois à une demande touristique locale et internationale. Facilitant les échanges et les rencontres, l'auberge de jeunesse est très prisée par les touristes « sacs à dos », les jeunes et les étudiants. Néanmoins, nous observons qu'avec la crise économique et financière de 2008, l'évolution des mœurs et l'attrait grandissant des personnes pour les voyages simples, pratiques, rapides, peu chers, les auberges accueillent de nouveaux publics, comme par exemple les plus de 60 ans⁵⁵².

Avec son Parc National déclaré Patrimoine Mondial de l'UNESCO, sa richesse culturelle et le panel d'activités sportives qu'elle propose, La Réunion est un territoire propice à la réinvention d'une ou plusieurs auberges de jeunesse. Après un diagnostic territorial de l'île, nous estimons qu'implanter une auberge de jeunesse dans l'Est serait pertinent. En effet, étant déficitaire en termes de structures d'hébergements, la *pension-éco* apporterait une plus-value à la Région en constituant une structure d'accueil supplémentaire pour les touristes locaux, nationaux et internationaux. L'établissement valoriserait des activités dans l'Est tout en sensibilisant sa clientèle à la richesse du territoire, qui pâtit encore aujourd'hui d'une image négative, notamment de sa réputation de versant « pluvieux ». Construire une structure 100% écologique, basé sur la diffusion de produits locaux nous paraît essentiel, tant pour la réduction des dépenses que pour l'image dégagee. En effet, la tendance actuelle est au « vert » et les jeunes, comme les moins jeunes, sont de plus en plus sensibles à la problématique de

⁵⁵² Emission diffusée sur Capital le 20/07/2014 : Les auberges de jeunesse réinventent : http://www.m6.fr/emission-capital/videos/11381182-les_auberges_de_jeunesse_se_reinventent.html

l'environnement. Si l'on souhaite que le succès de l'auberge soit durable, il faut répondre à cette orientation en respectant la nature.

S'intéresser aux touristes et chercher à répondre à leurs demandes en les fidélisant est un investissement qui porte ses fruits sur le long terme. En effet, le jeune touriste d'aujourd'hui représente le touriste de demain. C'est lui qui revient ou non sur les lieux qu'il a fréquentés lorsqu'il était plus jeune et c'est également lui qui choisit le lieu de vacances idéal pour ses enfants et sa famille. Contenter et fidéliser un jeune touriste local ou international permet donc de s'assurer une fréquentation régulière et à long terme ! L'enquête quantitative met en lumière les caractéristiques et éléments essentiels que l'hébergement de jeunesse doit posséder. Pour attirer les jeunes, il est indispensable que les établissements soient peu chers, conviviaux, propices à la rencontre et proposent des activités variées accessibles financièrement.

Conclusion générale

Rappel de la problématique

Nous introduisons dans cette thèse les notions de tourisme et de jeunesse sur un territoire insulaire français : l'île de La Réunion. Thématique récemment étudiée au niveau international et national, nous découvrons qu'elle représente un segment de marché en pleine croissance et qui mérite d'être pris en considération, alors qu'au niveau local, aucune donnée n'est encore produite. L'observatoire de l'île Réunion tourisme, chargé d'examiner les marchés touristiques locaux, ne s'interroge ni sur l'offre mise en place pour la clientèle âgée entre 15 et 30 ans, ni sur ses potentiels besoins. En parallèle, les acteurs du secteur de la jeunesse produisent des rapports sur la situation économique et sociale des jeunes, notamment sur la problématique de l'insertion professionnelle, qui est centrale sur l'île, mais très peu liés directement au tourisme des jeunes Réunionnais ou à leurs vacances. Seul le Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE), en tant qu'institution consultative, entreprend une réflexion sur le sujet en 2015, à travers le rôle de l'éducation populaire dans le développement personnel, social et professionnel des individus. Cette rencontre n'a, à ce jour, débouché sur aucune action concrète.

Aussi, nous souhaitons éclairer les collectivités locales et l'industrie du tourisme sur ce segment de marché encore jamais étudié. Nous nous questionnons donc sur les caractéristiques et les attentes des jeunes touristes à La Réunion, qu'ils soient résidents ou qu'ils proviennent de l'extérieur. Nous souhaitons également savoir si l'île constitue un espace propice à son développement et si elle dispose des moyens d'attirer cette catégorie de clientèle, notamment en termes d'hébergement. L'hypothèse principale avance qu'il existe à La Réunion plusieurs catégories de jeunes touristes pour lesquels les enjeux sociaux et économiques divergent en fonction de leur histoire personnelle.

La spécificité de la démarche

Pour conceptualiser la recherche, nous considérons le tourisme comme une activité de temps libre et nous construisons la réflexion à partir de l'approche du sociologue Pierre Bourdieu. Pour davantage de précisions, les pratiques touristiques et de loisirs interagissent avec les « *capitaux* » culturels, économiques, et « symboliques ». Ainsi, elles dépendent du « *capital*

culturel » de chaque individu qui, en fonction du groupe social auquel il appartient, développe « *un habitus* » et reproduit ce que sa culture lui inculque depuis le plus jeune âge. Lorsqu'ils agissent comme supports de socialisation et d'éducation, les loisirs, le tourisme et les vacances participent au développement de ce même « *capital culturel* », voire du « *symbolique* ». En effet, l'histoire du tourisme et des mouvements de jeunesse démontrent qu'à travers les temps libres et les voyages, les institutions politiques et sociales transmettent leurs valeurs à chaque groupe de jeunes. Elles participent ainsi à leur éducation sociale. Cet apprentissage modifie l'« *habitus* » culturel des classes populaires, qui doivent apprendre à s'approprier un nouveau temps : le temps libéré. Il permet également de perpétuer la formation culturelle des classes supérieures qui, grâce à leurs pratiques différenciées, développent leur « *capital symbolique* ». La participation touristique est étroitement liée au « *capital économique* » lorsque l'on considère le tourisme comme une industrie. Elle implique des dépenses économiques en termes d'hébergement, d'activité et de transport, lesquelles influencent la structure du marché. Les individus disposant de revenus élevés consomment ainsi le tourisme différemment des personnes percevant des revenus modérés. Dans les sociétés occidentales, ces dernières sont parfois exclues de l'activité, essentiellement faute de revenus suffisants⁵⁵³.

Nous observons donc le tourisme des jeunes ainsi que son histoire en rejoignant le sociologue Joffre Dumazedier dans l'importance qu'il accorde aux loisirs dans la construction et l'éducation des jeunes. Dans cette perspective, nous nous intéressons à l'ensemble des enjeux éducatifs induits par la pratique des loisirs touristiques et du tourisme des jeunes. Nombreux et complexes, ils s'adressent essentiellement aux collectivités territoriales, qui appréhendent à la fois l'épanouissement social de leurs jeunes et le tourisme social. Les stratégies de distinction, que Pierre Bourdieu tire du concept de l'économiste Thorstein Veblen, font référence au « *capital symbolique* » et sont également observées. Leur analyse permet une meilleure compréhension des mécanismes d'acculturation au tourisme chez les différentes classes sociales de jeunes qui se manifestent par une volonté d'autonomisation, de création d'un réseau international et d'acculturation à la mobilité pour les jeunes issus des classes supérieures. Alors que pour les classes moyennes et populaires, la socialisation au tourisme se réalise au sein d'un encadrement et d'un apprentissage ludique des règles nécessaires à la vie de groupe. Dans le

⁵⁵³ S. HOIBIAN et J. MÜLLER, « Vacances 2014 : l'éclaircie - Etude réalisée à la demande de la DGE », *op. cit.*

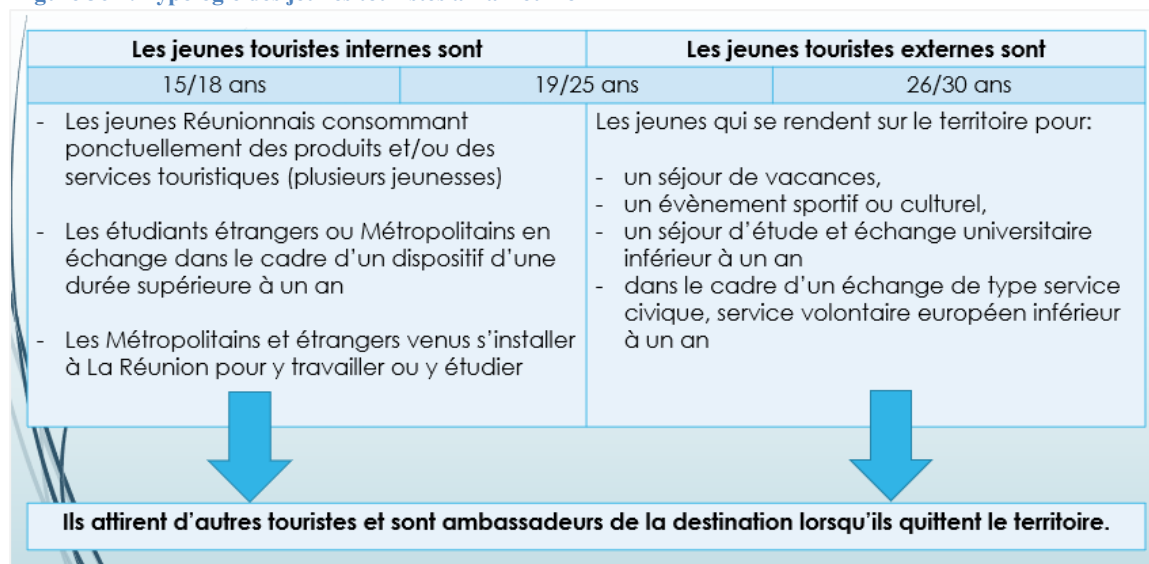
cadre des « *capitaux économiques* », nous reconnaissons qu'il existe des pratiques de loisirs et de voyages consuméristes lors desquelles les jeunes, familiarisés au tourisme, s'adonnent à des activités de loisir pendant leurs temps libres et leurs vacances. Cela implique des dépenses en termes de produits et de services. Les enjeux sont ici économiques et répondent aux interrogations de l'industrie touristique.

Afin de prendre en considération ces deux approches, lesquelles sont à notre sens complémentaires du tourisme en tant qu'activité de temps libre, nous avons recours au *paradigme culturaliste* permettant d'analyser les pratiques touristiques comme des actions répondant à un besoin culturel. Nous travaillons également avec le *paradigme économique-spatial* lorsque nous étudions les conséquences des pratiques touristiques des jeunes sur l'économie touristique. Dans ce cadre, nous élaborons une stratégie de récolte de données auprès des acteurs et des consommateurs du tourisme local, stratégie fondée sur la méthodologie de la recherche-action. Pour pallier les lacunes documentaires locales, nous interrogeons la littérature internationale et nationale avant de nous lancer dans un travail de terrain fondé essentiellement sur un corpus constitué par la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès des acteurs locaux et de deux enquêtes quantitatives par questionnaire. Ainsi, la thèse s'organise en deux parties : la phase théorique renseigne le lecteur sur des concepts et des définitions du tourisme des jeunes dans le monde, son histoire, et les différents enjeux qu'il implique. La deuxième partie s'intéresse plus spécifiquement au tourisme des jeunes à La Réunion. Elle est la phase vérifiant les hypothèses avancées à travers le traitement des résultats de la recherche-action. L'analyse documentaire et les entretiens qualitatifs auprès des décisionnaires des secteurs du tourisme et de la jeunesse à La Réunion permettent quant à eux de dépendre le développement du tourisme sur l'île depuis ses débuts, de recenser les atouts et les inconvénients qu'on y rencontre mais également de cibler la frange de population qui nous intéresse, à savoir les 15-30 ans. Les enquêtes par questionnaires renseignent plus précisément sur les habitudes de consommation et les attentes des jeunes touristes à La Réunion.

Identifier le segment 15-30 ans

Après une problématisation du sujet, nous mettons en exergue une définition du tourisme des jeunes et contextualisons le tourisme à La Réunion. Segment de marché composé d'une population hétérogène, il implique une lecture complexe, qui nous impose un positionnement sur les tranches d'âges et les pratiques retenues comme touristiques. Nous identifions donc comme jeunes touristes, les jeunes âgés de 15 à 30 ans inclus. Les pratiques analysées sont celles réalisées dans le cadre de séjours affinitaires, d'agrément, ou d'affaires pour ceux qui ne résident pas sur le territoire. Les excursions ainsi que les séjours courts, moyens et longs sont ceux que nous retenons pour les jeunes qui résident à La Réunion. Nous considérons les jeunes résidant sur le territoire pour un an ou plus comme des jeunes touristes internes. Ainsi, nous choisissons de traiter les activités des étudiants en échange universitaire d'une durée supérieure ou égale à un an comme celles de jeunes touristes internes, alors que celles de ceux présents pour une durée inférieure sont considérées comme appartenant à la catégorie des jeunes touristes externes. Outre la distinction effectuée sur la provenance des jeunes touristes, nous proposons une typologie des jeunes en fonction de leur âge et de leur situation professionnelle. Cette différenciation permet de dresser un panorama complet des tendances de consommation touristique des jeunes à La Réunion. Le tableau suivant résume les différents groupes de jeunes touristes identifiés :

Figure 362 : Typologie des jeunes touristes à La Réunion



L'analyse vérifie à travers nos enquêtes quantitatives que chacun de ces groupes a des habitudes de consommation touristique différentes. L'étude préliminaire définit les intérêts sociaux et économiques du tourisme des jeunes au niveau local. L'ensemble nous permet d'établir les

forces et les faiblesses du territoire pour le développement de l'activité touristique des jeunes et sa pérennisation.

En parallèle de ce panorama, nous soulignons les intérêts économiques et sociaux de ce marché aux niveaux international et local. D'un point de vue économique, La Réunion a tout intérêt à investir sur son développement, pour les retombées économiques immédiates qu'il génère et en vue de pérenniser sa fréquentation touristique sur le long terme. La démarche contredit ici l'image souvent attribuée au pouvoir d'achat des jeunes, jugé insuffisant pour la consommation de loisirs touristiques. L'inventaire des enjeux sociaux nous aide à impliquer les collectivités territoriales et l'industrie touristique dans l'éducation au tourisme des jeunes ne contribuant pas encore à l'activité. En démontrant que cette sensibilisation participe à une meilleure intégration sociale et professionnelle, nous ouvrons de nouvelles perspectives sur un secteur d'activité essentiellement perçu comme lucratif. Enfin, par le croisement des données issues de l'analyse documentaire avec celles tirées des entretiens qualitatifs menés auprès des acteurs du tourisme et de la jeunesse, nous proposons un nouvel outil d'analyse. En effet, pour construire un premier état des lieux de la situation touristique des jeunes à La Réunion, il nous paraît opportun de comparer les rapports produits aux niveaux international, national et local avec le point de vue de nos interlocuteurs. Nous proposons ainsi une analyse concrète, intégrée au territoire.

Les résultats essentiels

La Réunion, département d'Outre-mer français situé au cœur de l'océan Indien a tout intérêt à s'intéresser au marché du tourisme des jeunes. Il s'agit effectivement d'un marché en plein essor, qui permettrait de pérenniser le secteur touristique. De plus, en tant que troisième région la plus jeune de France, avec un taux de personnes âgées entre 15 et 29 ans atteignant les 21%, l'île dispose d'une clientèle à satisfaire. L'histoire le démontre, le tourisme et la pratique des loisirs font aujourd'hui partie des normes sociales occidentales. Ainsi, la mobilité de loisirs est un facteur d'inclusion ou d'exclusion sociale. L'île de La Réunion, répondant aux critères d'une société pour laquelle l'économie tertiaire domine, est concernée par cette évolution des normes. Cette situation se vérifie d'autant plus que l'île fait du tourisme un objectif de croissance économique majeur et que la mobilité représente un enjeu important pour les populations de ce territoire insulaire. Classée au patrimoine mondial de l'UNESCO pour ses pitons, ses cirques et ses remparts, elle dispose d'atouts naturels attrayants auxquels s'ajoute la présence de son volcan en activité. Ses plages et son lagon permettent la baignade et la pratique d'activités nautiques, même si ce secteur connaît actuellement une crise en raison du risque d'attaques de

requins. Sa culture, tirant ses origines de plusieurs régions du monde et valorisée au niveau musical par le classement du Maloya comme patrimoine immatériel, constitue un point d'intérêt supplémentaire.

En d'autres termes, le climat, la diversité des activités, la culture ainsi que la beauté des paysages constituent les principaux atouts relevés par les jeunes touristes interrogés lors de l'enquête. En raison de sa situation d'île tropicale, La Réunion a pris quelques années pour définir un positionnement qui lui permette d'être une destination compétitive sur le marché touristique. Le prix de ses billets d'avion étant élevé, seules les catégories sociales supérieures en provenance de France métropolitaine et des îles voisines s'y rendent pour du tourisme. Il a fallu attendre les années 1980 pour qu'elle augmente concrètement le flux de ses visiteurs. Les migrations imposées à partir des années 1970 font que les clientèles touristiques sont avant tout composées de visiteurs affinitaires. Il s'agit de Réunionnais installés en Métropole ou à l'étranger de retour pour les vacances, et de Métropolitains venus rendre visite à leurs proches installés sur l'île. Ces logiques affinitaires se maintiennent encore aujourd'hui et les populations jeunes ne dérogent pas à ce constat. 17% de l'échantillon de jeunes touristes externes est composé de natifs de l'île et 71% des touristes affinitaires proviennent de France métropolitaine. De plus, 89% de l'ensemble des jeunes touristes externes interrogés déclarent connaître l'île grâce à leurs proches ou parce qu'il s'agit de leur lieu de naissance. Ces tendances s'observent également chez les proches des jeunes en échanges universitaires de type ERASMUS. Parents ou amis se déplacent sur leur lieu d'études afin de partager du temps avec le jeune étudiant, et en profitent pour visiter la destination accueillant leur enfant ou leur connaissance. L'île, qui a accueilli presque 5 000 étudiants étrangers au cours des cinq dernières années, attire cette clientèle touristique et, par conséquent, leurs proches. En plus des clientèles affinitaires, elle reçoit aussi des touristes d'agrément. Nous l'observons grâce aux données produites par l'Observatoire du Tourisme. Leur part augmente et dépasse depuis 2016 celle des touristes affinitaires. La part des jeunes touristes externes d'agrément de l'échantillon reste cependant inférieure à celles des jeunes touristes affinitaires (31% contre 59%). Pour ceux qui voyagent de façon autonome, c'est-à-dire sans leurs parents, la majorité travaille et dispose d'une autonomie résidentielle. 61% des jeunes travailleurs âgés entre 19 et 25 ans occupent des postes de cadres supérieurs ou de professions intermédiaires. Les jeunes touristes dit « d'affaires », sont moins nombreux. Présents sur l'île pour des stages, des emplois de courte durée, des formations ou d'autres raisons professionnelles telles que des missions ou la

participation à des séminaires, ils représentent 7% de l'échantillon. Avec une durée moyenne de séjour égale à 40 jours, il s'agit de la clientèle qui dépense le plus dans l'hébergement.

Les jeunes touristes internes participent eux aussi à l'activité touristique de l'île. Généralement lors de courts séjours et d'excursions, chacune des catégories identifiées consomme au moins un produit touristique par an. Les différences de consommation observées entre chaque groupe de jeunes identifié confirment l'hypothèse avancée à l'aube de la recherche : les jeunes touristes consomment différemment en fonction de leur situation sociale et de leurs origines familiales. Les similitudes observées entre les pratiques des jeunes touristes internes originaires de France métropolitaine et celles des jeunes étrangers (hors zone océan Indien), le confirment. Majoritairement Européens et familiarisés avec le principe de mobilité, étant donné qu'ils ont fait le choix de quitter leur région d'origine pour s'installer à La Réunion, ils s'adonnent régulièrement à des activités de loisir, fréquentent globalement les mêmes structures d'hébergement et n'hésitent pas à s'accorder quelques séjours sur l'île au cours de l'année. Les tendances observées au niveau national sur la durée des séjours, laquelle se raccourcit, se confirment dans les séjours des jeunes résidents, qui préfèrent les séjours très courts sur l'île. En revanche, les jeunes touristes externes favorisent les longs séjours, la durée de vol depuis la France métropolitaine justifiant ces choix. En termes de retombées économiques, nos études quantitatives révèlent qu'une grande majorité de jeunes consomment des activités touristiques lors de leurs séjours ou excursions. Ainsi, l'image préconçue d'une clientèle touristique de jeunes n'apportant pas de plus-value économique au territoire ne se vérifie pas. Tenter d'attirer ce type de clientèle devrait permettre à l'île de dynamiser l'économie du secteur touristique actuel mais également de pérenniser sa fréquentation, car les jeunes touristes d'aujourd'hui sont les touristes de demain.

Les enjeux sociaux sont évoqués à plusieurs reprises, tout comme leur importance. Ainsi, la pratique du tourisme par les jeunes encourage l'apprentissage de l'autonomie sur le court terme et une intégration sociale réussie sur le long terme. Les associations locales, œuvrant pour la jeunesse et l'ayant pressenti, travaillent depuis les années 1950 sur la réduction des inégalités d'accès au départ en vacances et à la pratique d'activités de loisir. À l'origine initiées pour familiariser les jeunes des classes populaires à la mobilité interne, aux plaisirs de la nature et aux règles élémentaires d'hygiène, elles permettent aujourd'hui à un plus grand nombre de jeunes Réunionnais d'occuper leur temps libre et leurs vacances de façon constructive. L'histoire des mouvements de jeunesse au niveau national met en évidence le fait que les codes

sociaux transmis lors des activités extra-scolaires et des vacances visent une meilleure insertion sociale et professionnelle. Sur un territoire dans lequel 55% des ménages fiscalement indépendants vivent sous le seuil de pauvreté⁵⁵⁴, leur action est entièrement justifiée. S'ajoute à ce taux de pauvreté un taux de chômage important, qui se traduit par des difficultés d'insertion professionnelle chez les jeunes Réunionnais. Cependant, les associations d'éducation populaire sont, comme au niveau national, soumises à des limites financières et certaines, telles que le Club animation prévention (CAP), risquent de fermer leurs portes alors qu'elles accueillent chaque année des jeunes des quartiers populaires dans leurs locaux et qu'elles leur proposent des séjours de vacances sur l'île. Or, sans leur action, la plupart de ces jeunes n'auraient plus accès aux pratiques de loisir et aux vacances. Ainsi, il demeure essentiel que les institutions politiques et les entreprises touristiques prennent conscience de l'importance économique et sociale du tourisme des jeunes pour investir dans le secteur et en faire une priorité de développement.

La mise en place d'un réseau d'auberges de jeunesse représente l'un des investissements majeurs en vue du développement du secteur sur l'île. N'en disposant plus depuis 2009, l'offre d'hébergement à destination des jeunes qui voyagent en autonomie s'appuie seulement sur deux entreprises de « *backpackers* » installées dans l'Ouest et le Sud. Les auberges et gîtes de montagne complètent cette offre en proposant des nuits en dortoirs à des prix inférieurs ou égaux à 20€ par personne. Néanmoins, elles sont destinées à un public de randonneurs et ne sont pas construites dans l'esprit des auberges de jeunesse ou des « *backpackers* ». Le concept des auberges de jeunesse et le marché s'orientent vers des structures modernes et privatisées. Il est, selon nous, intéressant pour La Réunion de réfléchir au développement de son propre réseau en prenant en considération les raisons de la disparition de l'ancien dispositif. Les jeunes, les associations œuvrant pour l'occupation des temps libres et des vacances ainsi que les établissements scolaires pourraient faire appel à ce type de structure lors de séjours éducatifs. Modernité, confort, convivialité et accessibilité en termes de prix tout autant qu'en termes de situation géographique sont les critères qui ressortent de la demande des jeunes interrogés dans le cadre de la thèse. Le réseau de transport en commun est le deuxième point d'amélioration majeur à prendre en considération, car sa défaillance a largement contribué à la délinquance

⁵⁵⁴ Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal 2015.

de l'ancien réseau d'auberges de jeunesse. Elle est encore aujourd'hui relevée par la majorité des jeunes interrogés, même si certains résidents s'en accommodent pour leurs déplacements quotidiens.

Préconisations et perspectives

Nous avons conduit, au cours de ces sept dernières années, un travail de recherches en lien direct avec le terrain. La principale difficulté se résume au manque de données produites sur la population jeune en tant que clientèle touristique spécifique. Ceci se traduit par les faiblesses du système d'informations relatif à l'étude de la clientèle, mais est également révélateur du manque d'intérêt qui lui est porté. Nous estimons en effet que pour une meilleure analyse des tendances de consommation et de fréquentation touristique des jeunes à La Réunion, il est essentiel que les différents acteurs homogénéisent leurs critères d'âge lorsqu'ils soumettent des enquêtes de satisfaction ou qu'ils analysent la demande locale. En effet, si l'ensemble prend en compte la catégorie des personnes âgées entre 15 et 30 ans comme segment de référence, les personnes qui s'intéressent au secteur seront en mesure d'exploiter l'ensemble des résultats produits par les études et les enquêtes touristiques. Présenter cette clientèle aux acteurs du tourisme les éclaire sur l'intérêt d'accorder leur protocole d'enquête à celui que nous proposons, et plus particulièrement pour la partie qui renseigne sur les caractéristiques personnelles des touristes⁵⁵⁵. De plus, une sensibilisation des responsables politiques et des acteurs du secteur sur le sujet est nécessaire. Perpétuer le type d'enquête utilisé dans cette thèse en interrogeant directement les jeunes, sans passer par des prescripteurs⁵⁵⁶, pour s'informer sur leurs attentes en matière de loisirs, de vacances et de tourisme permettrait au territoire d'être constamment au fait de l'évolution des pratiques de cette clientèle.

Aujourd'hui focalisées sur la question primordiale de l'insertion professionnelle des jeunes en lien avec la problématique du chômage, les institutions régionales n'ont pas toujours connaissance de l'importance des loisirs dans le développement personnel et social de l'individu. Aussi, il nous semble indispensable de démontrer qu'en créant des dispositifs favorisant la participation des jeunes au tourisme local, ils gagneront à se familiariser avec le principe de mobilité et d'adaptation à leur environnement. Nous recommandons aux

⁵⁵⁵ Âge, sexe, lieu de résidence.

⁵⁵⁶ Enseignants, parents et autres personnes assurant des missions d'encadrement.

décisionnaires politiques de travailler en partenariat avec les associations d'éducation populaire sur la mise en place de programmes de familiarisation au tourisme comme l'a préconisé le mouvement aijste à ses débuts. Cela permettrait d'éduquer la jeunesse aux déplacements, et par conséquent de réduire le taux d'échec à la mobilité proposée par les dispositifs régionaux vers la France métropolitaine, par exemple. Il y aurait également un effet d'accompagnement des jeunes dans la découverte de leur environnement proche, les ouvrant à un autre espace que celui fréquenté au quotidien. Concernant les intérêts économiques, impliquer les jeunes qui sont aujourd'hui exclus de l'activité augmente le nombre de recettes sur le court et le long terme en développant une nouvelle clientèle touristique. Pourquoi ne pas créer une véritable synergie dans ce domaine en créant un organe consultatif dans lequel le rectorat, l'université, les associations d'éducation populaire ainsi que les entreprises et les institutions touristiques coordonneraient leurs actions en faveur du développement du tourisme des jeunes. L'observatoire du tourisme à la Région, centralisant déjà l'ensemble des études touristiques, pourrait accueillir ce pôle et élargir son champ d'action en analysant spécifiquement le secteur d'activité lié au tourisme des jeunes.

Cette thèse met en exergue l'existence de clientèles de jeunes touristes sur l'île. Qu'ils soient externes ou internes, leurs avis concordent et se rejoignent sur le fait qu'ils n'identifient aucun service qui leur soit exclusivement dédié. Aussi, nous proposons au territoire de réfléchir à la création de prestations dédiées à cette clientèle et de les inclure dans leur stratégie de développement touristique. Dans cette perspective, nous songeons à l'amélioration de la promotion des « *backpackers* » existantes et à la construction d'un réseau d'auberges de jeunesse répondant aux attentes définies dans le travail. Ce lieu d'accueil multifonctionnel permettrait à l'île d'assurer sa promotion au niveau international grâce au réseau existant. Il constituerait également un espace éducatif pour les jeunes scolaires qui s'y rendraient dans le cadre de séjours scolaires, mais aussi de socialisation et de rencontres entre les jeunes touristes et les locaux qui s'y rendent pour participer aux activités proposées par le lieu. Nous suggérons également l'amélioration des relais d'information touristique à destination des jeunes afin de les inclure dans l'activité. Pour ce faire, il serait utile de les consulter, par exemple sur l'utilisation d'un vocabulaire adapté et de supports de communication adéquats. Nous l'avons constaté en testant l'enquête auprès des jeunes Réunionnais, l'utilisation du mot « tourisme » pour évoquer leurs pratiques n'était pas adapté. Nous avons donc modifié l'approche et nous les avons interrogés sur leurs activités. L'utilisation de supports de communication adéquats est également nécessaire lorsque l'on s'adresse aux jeunes. La présence d'une multitude

d'applications mobiles et de réseaux sociaux impose une sélection, qui est impossible sans connaître leur opinion.

La mise en place d'un système de cartes permettant aux jeunes de bénéficier de tarifs « spécial jeunes » est une idée que nous retenons. Les activités appartenant à ce que les Américains appellent « *Outdoor Recreations* » et se terminant souvent en « *ing* », telles que le canyoning, le rafting, le VTT (mountain biking) ou la plongée sous-marine (scuba-diving), attirent les jeunes mais certains ne s'y adonnent pas en raison de leurs tarifs élevés. Cette carte « spécial jeunes », créée à la suite de la négociation de partenariats avec les différentes entreprises du secteur, permettrait un premier accès à ces pratiques pour les jeunes aux revenus les plus modestes. La pandémie de Covid-19 et ses conséquences sur l'économie touristique locale incitent la Région Réunion à redynamiser l'activité de l'île en mettant en place un système de chèque tourisme « mon île »⁵⁵⁷. Pourquoi ne pas reprendre cette idée et l'adresser directement aux jeunes âgés entre 15 et 30 ans ?

L'amélioration du réseau de transport en commun est indispensable à l'essor de cette clientèle sur l'île. Impliquant des mineurs, ce marché est dépendant des systèmes de déplacement proposés par les destinations. Hormis un réseau de bus critiqué pour son manque de ponctualité et de fréquence, aucun service de transport à prix abordable n'est proposé à un jeune qui se rend à La Réunion pour des vacances. La location de voiture étant par défaut le moyen de locomotion qui domine, une partie importante du potentiel de cette clientèle est en toute logique exclue. L'idée du tram-train présentée dans le chapitre II nous paraît tout à fait adaptée à ce public. Assurant des déplacements rapides, ponctuels et réguliers, le tram-train permettrait aux jeunes de relier les pôles stratégiques de l'île à moindres frais. Pour les déplacements courts ou au sein des villes, la mise à disposition de trottinettes ou de vélo électriques en libre-service fonctionnant grâce au téléchargement d'une application mobile, comme cela se fait à Paris⁵⁵⁸, serait pertinente. En plus de faciliter les déplacements des jeunes touristes, ce système offrirait aux habitants de l'île, de jour comme de nuit, une alternative aux bus et aux voitures.

⁵⁵⁷ « Chèque Tourisme », s.d., [En ligne]. <<https://www.regionreunion.com/aides-services/article/cheque-tourisme-mon-ile-974>>. (Consulté le 24 mars 2021).

⁵⁵⁸ « Rent & Go - Location de trottinettes électriques Paris », *Rent & Go*, s.d., [En ligne]. <<https://rentngo.fr/>>. (Consulté le 24 mars 2021).

Enfin, il est nécessaire que d'autres travaux soient entrepris, notamment sur les populations de jeunes locaux qui ne participent pas à l'activité touristique. Étudier les raisons de leur exclusion permettrait d'envisager des solutions à leur intégration sociale, à condition toutefois de considérer que le tourisme, érigé en norme dans bon nombre de sociétés modernes, est l'un des critères d'intégration. Poursuivre la recherche-action en mobilisant les collectivités locales, les acteurs du tourisme et ceux des institutions de jeunesse autour de la mise en place de projets testant l'impact de l'éducation au tourisme sur différents groupe de jeunes, nous aiderait à entamer un nouveau cycle de recherche-action. Son objectif est de provoquer, cette fois, une transformation concrète de la réalité, en créant des plans d'action favorisant l'intégration sociale des jeunes exclus de l'activité touristique. Un autre aspect de la recherche nécessite d'être approfondi. L'enquête quantitative permet de révéler les différences constatées dans la typologie de jeunes établie. Néanmoins, elle ne permet pas de définir les stratégies locales de distinction. Pour le savoir, une enquête qualitative auprès des groupes doit être menée. Elle définirait en détail ce que les jeunes, de manière globale, recherchent à travers leurs pratiques touristiques à La Réunion, mais également en fonction de leur origine géographique. Cette étude permettra également de savoir s'il existe des stratégies de distinction au sein de ces pratiques et par quels biais elles se manifestent.

Sources et bibliographie

LISTE DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

Représentation du tourisme des jeunes

- Mme Anne-Françoise Glad-Segalen, présidente de l'association Tang Koala, au Tampon, chez l'interlocutrice, le 14/02/2018.
- Mme Carole Lallemand, chef de projet tourisme à la Communauté d'agglomération du territoire de la côte ouest, au siège du TCO au port, le 23/04/2018.
- Mme Nadira Maleck-Bertrand, directrice de l'Office intercommunal de l'ouest, au siège de l'OTI Ouest à St Paul, le 27 juin 2017.
- Mme Nathalie Olivette, directrice de l'Association club animation prévention, au CAP à St Denis, le 19/07/2018.
- Mme Elise Rollet, gérante d'Elize O iles, à l'auberge à St Leu, le 11/04/2018.
- Mme Sylvie Tumoine, directrice du Pôle promotion de la jeunesse et de l'égalité des chances à la direction de la jeunesse et des sports et de la cohésion sociale, à la DJSCS à St Denis, le 07/04/2017.
- Mme Séverine Virapin, responsable de la coordination des acteurs du territoire, À l'OTI Est à St André, le 19/06/2017.
- Mr Mickaël Abellard, directeur du Centre régional information jeunesse, au CRIJ à St Denis, le 14/04/2017.
- Mr Ludovic Aimé, chargé de mission Europe au centre régional information jeunesse, au CRIJ à St Denis, le 09/04/2017.
- Mr Jacques Bougault, président de la Youth men's christian association, au Tampon chez l'interlocuteur, siège de l'association, le 10/04/2018.
- Mr Mickaël Maillot, directeur du Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement de La Réunion, À la CCEE à St Denis, le 21/04/2017.
- Mr Pascal Teysse, directeur du pôle mise en tourisme du territoire à la région, à la direction des affaires économiques à St Denis, le 09/03/2018.
- Tiphaine et Julien, gérants des toits d'Imany, à l'auberge à St Pierre, le 25/04/2018
- Mr Raoul Vincent, directeur de l'Observatoire du tourisme, à l'Observatoire à St Paul, le 06/04/2017.

Enquête sur la réhabilitation d'un réseau d'auberges de jeunesse à La Réunion

- Membre de la Direction de la Jeunesse et des Sports à La Réunion, à la direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale, à St Denis, le 13/12/2013.
- Ancien « emploi jeune » présent au siège de la ligue réunionnaise des auberges de jeunesse, à la ligue de l'enseignement à St Denis, le 10/12/2013.
- Ancien père-aubergiste de l'Entre-Deux, par téléphone, le 15/12/2013.
- Ancien président de la fédération des auberges de jeunesse, par téléphone, le 16/12/2013.
- Président fondateur des auberges à la création du réseau, par téléphone, le 17/12/2013.
- Mme Anaïs Nany, chargée de mission au pôle développement et infrastructure, mission et aménagement du Conseil départemental, au Conseil général, le 03/02/2014.
- Mr Teyssedre, directeur du pôle mise en tourisme du territoire à la région, à la direction des affaires économiques à St Denis, le 15/01/2014.
- Mr Raoul Vincent, directeur de l'Observatoire du tourisme, à l'Observatoire à St Paul, le 26/12/2013.
- Patrick Hoarau, chargé de mission à l'Observatoire du tourisme, à l'Observatoire à St Paul, le 26/12/2013.

OUVRAGES, CHAPITRE D'OUVRAGES

Références générales

ATTIAS-DONFUT, C., « *Sociologie des générations : l'empreinte du temps* » Paris, Presses universitaires de France, 1988 (Le Sociologue].

AUERBACH, J.A., « *The Great Exhibition of 1851: a nation on display* », New Haven, CT, Yale University Press, 1999.

AUGUSTIN, J.-P. et ION, J., *Des loisirs et des jeunes: cent ans de groupements éducatifs et sportifs*, Paris, Editions ouvrières, 1993 (Collection « Le Social en acte »)].

BADEN-POWELL, R., *Pour devenir un homme*, Neûchatel, 1946.

BERTHO-LAVENIR, C., *La roue et le stylo: comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Editions Odile Jacob, 1999 (Le champ médiologique].

BOURDIEU, P., *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979 (Le Sens commun].

BOYER, M., *Ailleurs: histoire et sociologie du tourisme*, Paris, L'Harmattan, 2011.

- BOYER, M., *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle*, Paris, France, L'Harmattan, 2005.
- BOYER, M., *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard, 1996 (Découvertes Gallimard Art de vivre 288].
- BOYER, M., *Le tourisme en France*, Paris, Seuil, 2003 (Collection Pratiques d'entreprises).
- CAF DU LOIRET (éd.), *Guide accueil collectifs de mineurs*, Le Loiret, Service communication CAF du Loiret, avril 2014.
- CAZES, G., *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Rosny (France), Bréal, 1992.
- CORBIN, A., (dir), *L'Avènement des loisirs 1850 – 1960*, Paris, Aubier, 1995
- CORBIN, A., *Le territoire du vide : l'Occident et le désir du rivage, 1750-1840*, Paris, Aubier, 1988 (Collection historique].
- COUSIN, S. et REAU, B., *Sociologie du tourisme*, Paris, La découverte : Repères, 2016.
- DEMESSINE, M. et DURANT, J., « Préface », dans *Les vacances et les loisirs des enfants et des jeunes, 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs*, Paris, Les éditions de l'OVLEJ, 2019.
- DEVEREUX, G., *Essais d'ethnopsychiatrie générale*, Paris, Gallimard, 1977 (Bibliothèque des sciences humaines].
- DOWNS, L.L., *Histoire des colonies de vacances*, Paris, Perrin, 2009.
- HOIBIAN, S. et MÜLLER, J., « Vacances 2014 : l'éclaircie - Etude réalisée à la demande de la DGE », *Collection des rapports 320*, Paris, CREDOC, 21 janvier 2015.
- DUMAZEDIER, J., *Vers une civilisation du loisir?*, Paris, Ed. du Seuil, 1962.
- ELIAS, N., *La civilisation des moeurs*, Paris, Calmann-Levy, 1994 (Liberté de l'esprit].
- ELIAS, N., *La société des individus*, Paris, Fayard, 1991.
- FABRE, R., « Les mouvements de jeunesse dans la France de l'entre-deux-guerres », *Le Mouvement social : bulletin trimestriel de l'Institut français d'histoire sociale*, septembre 1994
- FOUQUET, G., *Les Auberges de la jeunesse : Histoire, technique, doctrine*, s.l., Les éditions J.Susse, 1944.
- GREFFIER, L. et BRISSET, E., *Quand les jeunes voyagent: Sac Ados, une accession à l'autonomie*, Bordeaux, Carrières sociales éditions, 2018 (100 000 environ).
- GREFFIER, L. et DUCATEZ, N., *Les vacances et les loisirs des enfants et des jeunes – 20 ans d'observation des pratiques et des acteurs, première édition*, Paris, Éditions de l'OVLEJ, avril 2019.
- LANFANT, M.-F., *Sociologie du tourisme : positions et perspectives dans la recherche internationale*, Paris, CNRS, 1978.

- LANFANT, M.-F., *Les théories du loisir*, Paris, Presses Universitaires de France, 1972.
- LANQUAR, R., *Sociologie du tourisme et des voyages*, Paris, Presses Universitaires de Paris, 1985 (Que sais-je? 2213).
- MANNHEIM, K., *Le problème des générations*, Paris, A. Colin, 2011.
- MATOGA, Ľ., « The Erasmus Programme in the development of educational tourism in Europe : current state and future prospects », dans *EIIC 2014 : Proceedings in Electronic International Interdisciplinary Conference : the 3rd Electronic International Interdisciplinary Conference, 1.-5. September 2014*, Slovaquie, Žilina : EDIS - Publishing Institution of the University of Zilina, 2014.
- METAILIE, A.M. et THIVEAUD, J.-M., *Les jeunes et le premier emploi*, Paris (9, rue Vauvilliers, 75001) : Paris, Association des âges ; diffusion, la Documentation française, 1978.
- MORIN, E., *Névrose*, Paris, Grasset, 1975 (L'esprit du temps].
- MORIN, E., *Introduction à une politique de l'homme*, Paris, Seuil, 1969.
- MOTHE-GAUTRAT, D., *L'utopie du temps libre*, Paris, Editions Esprit, 1997 (Série Société].
- OLLIVIER, D., TANGUY, C. et BABINET, G., *Génération Y & Z: le grand défi intergénérationnel*, Louvain-La-Neuve (Belgique), De Boeck supérieur, 2019.
- ORY, P., *Les expositions universelles de Paris : panorama raisonné, avec des aperçus nouveaux et des illustrations par les meilleurs auteurs*, Paris, Editions Ramsay, 1982 (Collection « Les Nostalgies »].
- PERIER, P. et GRUEL, L., *Vacances populaires: images, pratiques et mémoire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2000.
- PINOT DE VILLECHENON, F.A. du texte, *Fêtes géantes : les expositions universelles, pour quoi faire? / Florence Pinot de Villechenon*, 2000, [En ligne]. <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1003730n>>. (Consulté le 30 juin 2020).
- POMIAN, K., *L'ordre du temps*, Paris, Gallimard, 1984 (Bibliothèque des histoires).
- PORTER, R., « Les Anglais et les loisirs », *L'avènement des loisirs (1850 - 1960)*, 1995, pp. 19- 54.
- RAUCH, A., *Vacances et pratiques corporelles: la naissance des morales du dépaysement*, Paris, Presses universitaires de France, 1988 (Pratiques corporelles).
- REAU, B., *Les Français et les vacances: sociologie des pratiques et offres de loisirs*, Paris, CNRS, 2011 (Société).
- SMITH, P., *The history of tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel*, London, Routledge/Thoemmes, 1998.
- SUE, R., *Le loisir*, Paris, Presses Universitaires de France, 1988.

TURCOT, L., *Sports et loisirs: une histoire des origines à nos jours*, Paris, Gallimard, 2016 (Collection Folio Histoire 257).

URBAIN, J.-D., *Sur la plage: moeurs et coutumes balnéaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Payot & Rivages, 2007.

VEBLEN, T., et ARON, R., *Théorie de la classe de loisir*. Précédé de « Avez-vous lu Veblen » par Raymond Aron., Paris, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 1 janvier 1970.

VIARD, J., POTIER, F. et URBAIN, J.-D. (éds.), *La France des temps libres et des vacances*, La Tour d'Aigues [France] : [Paris], Editions de l'Aube ; DATAR : Diffusion libres, Harmonia Mundi, 2002 (Monde en cours).

Références locales

BRUNET, A., *Trois cents ans de colonisation française à l'Île Bourbon (La Réunion)*, s.l., Editions de l'Empire français, 1948 (Bibliothèque des connaissances coloniales].

COMBEAU, Y., *La vie politique à la Réunion: 1942-1963*, Paris, SEDES, 2001.

COMBEAU-MARI, E., et FOLIO, F (dir.), *Quel tourisme pour La Réunion? enjeux et mises en perspective: rapport conseil régional de La Réunion*, Volet 1, 2013, Saint-Denis, Réunion, Université de la Réunion, Faculté des lettres et des sciences humaines, 2015 (Collection « Terres et sociétés indocéaniques »).

FUMA, S., *L'esclavagisme à La Réunion, 1794-1848*, Saint-Denis (Réunion), L'Harmattan ; Université de La Réunion, 1992.

GAUVIN, G., *Michel Debré et l'île de la Réunion (1959-1967)*, Paris, Harmattan, 1996.

HO, H.Q., *Histoire économique de l'île de la Réunion (1849-1881): engagemment, croissance et crise*, Paris, France, L'Harmattan, 2004.

HOARAU J.-F., et TAGLIONI F. (dir.), *Spécialisation touristique et vulnérabilité: réalités et enjeux pour le développement soutenable des petits territoires insulaires*, Paris, L'Harmattan, 2016 (Tourismes et sociétés).

MAESTRI, E., *1946: La Réunion, département: regards sur la Réunion contemporaine: actes du colloque de Saint-Denis de la Réunion, organisé par l'Université de la Réunion, en collaboration avec le Conseil général de la Réunion, 6-10 décembre 1996*, Paris, L'Harmattan - Université de La Réunion, 1999.

NOMDEDEU, D.M.- et MAESTRI, E., *Chronologie de La Réunion: de la découverte à la départementalisation*, Saint-Denis (La Réunion); Paris, CRESOI ; SEDES, 2001.

ROUSSE, E., *Combat des Réunionnais pour la liberté*, Saint-Denis, La Réunion, Editions CNH, 1993 (Les cahiers de notre histoire].

SANDRON, F., *La population réunionnaise: analyse démographique*, Paris, IRD, 2007.

SERVIABLE, M., « Préface », dans *L'île d'Eden*, Ste Clotilde (Réunion), ARS Terres Créoles, 1989.

SERVIABLE, M., *Le tourisme aux Mascareignes-Seychelles*, Saint-Denis (Réunion), Université française de l'océan indien, 1983 (Collection des Travaux du Centre universitaire de la Réunion).

ARTICLES

Articles scientifiques généraux

ARNOULT-BRILL, E., « Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride », dans *Tourisme des jeunes et des adolescents*, mars 2014, pp. 82- 87 (Revue Espace 317), [En ligne]. <<https://www.tourisme-espaces.com/doc/9033.auberges-jeunesse-ont-pas-pris-ride.html>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

ARNOULT-BRILL, E., « Les auberges de jeunesse, c'est tout un monde », dans *Tourisme des jeunes (16-25 ans)*, Paris, Editions ESPACES, avril 2003, pp. 93- 97 (Les Cahiers Espaces 77).

BAUBEROT, A., « La nature éducatrice. La pédagogie du camp dans les mouvements de jeunesse protestants », *Ethnologie française*, vol. 88, n° 4, 2001, pp. 621- 629

BLANCO, J. et JORDAN, P., « Au-delà des randonnées : ce que les jeunes voyageurs apportent à la communauté mondiale », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapport des membres affiliés*, vol. 2, Pays-Bas, Scribble design, 2011, pp. 9- 10.

BLANKE, J. et WORLD ECONOMIC FORUM, « Reducing barriers to economic growth and job creation », *The travel & tourism competitiveness report*, 2013.

BODGER, D., « Leisure, Learning, and Travel », *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 69, n° 4, avril 1998, pp. 28- 31, [En ligne]. <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07303084.1998.10605532>>. (Consulté le 14 avril 2016).

BOYER, M., « L'invention de distinction, moteur du tourisme? Hier et aujourd'hui », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 14, n° 14- 2, avril 1995, pp. 45- 47.

BRIONNE, G., « Les conditions de vie des étudiants de l'Université de La Réunion (2001-2002) », *Les Cahiers de l'OVE*, n° 4, juin 2004, pp. 39- 44.

CLARKE, N., « Free independent travellers? British working holiday makers in Australia », dans *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 29, London, Royal Geographical Society with IBG, 2004, pp. 499–509 (4), [En ligne]. <<https://rgs-ibg.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.00202754.2004.00144.x/full>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

DJAKOUANE, A. et NEGRIER, E., « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public de festivals », dans *Tourisme des jeunes et adolescents*, Paris, Editions ESPACES, avril 2014, pp. 76- 80 (Revue Espace 317).

HORAK, S. et WEBER, S., « Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects », *Tourism Recreation Research*, vol. 25, n° 3, 2000, pp. 37 – 44.

MAOZ, D., « Backpackers' motivations the role of culture and nationality », *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n° 1, janvier 2007, pp. 122- 140.

MATTEUCCI, X., « Commentaire, une impression durable : l'importance de voyager dans le monde pour les jeunes », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapport des membres affiliés*, vol. 2, Pays-Bas, Scribble design, 2011, p. 19.

MAUGER, G., « Jeunesse : essai de construction d'objet », *Agora débats/jeunesses*, vol. 56, n° 3, 2010, pp. 9- 24.

MIGNON, J.-M., « Le tourisme des jeunes, une valeur sûre », *Tourisme des jeunes (16 – 25 ans)*, avril 2003, pp. 21- 27.

MOISA, C.O., « Aspects of the youth travel demand », *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, vol. 2, n° 12, 2010, pp. 575- 582.

RAUCH, A., « Aérer, respirer, souffler, éléments pour une histoire de l'air pédagogique », *Les amis de Sèvres*, n° 1, mars 1982, pp. 59 – 72.

REAU, B., « Voyages et jeunesse "favorisée". Usages éducatifs de la mobilité », *Agora débats/jeunesses*, vol. 53, n° 3, 2009, pp. 73- 84.

RICHARDS, G., « Une contribution économique qui compte », dans *La force du tourisme des jeunes. Rapports des membres affiliés*, Pays-Bas, Scribble design, 2011, pp. 7- 8.

RICHEZ, J.-C. et STRAUSS, L., « Généalogie des vacances ouvrières », *Le Mouvement social*, n° 150, 1990, pp. 3- 18.

RILEY, M.W., « Aging, social change, and the power of ideas », *Daedalus*, n° 4, 1978, pp. 39- 52.

ROUDET, B., « Qu'est-ce que la jeunesse ? », *Après-demain*, n° 4, 2012, pp. 3- 4.

SIMMONS, J., « Railways, Hotels, and Tourism in Great Britain 1839-1914 » :, *Journal of Contemporary History*, juillet 2016, [En ligne]. <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002200948401900203>>. (Consulté le 30 juin 2020).

STAFFORT, J., HUARD, H. et SARRASIN, B., « La singularité du tourisme des jeunes, un potentiel à saisir », *Tourisme des jeunes (16 – 25 ans)*, avril 2003, pp. 28- 34.

VIENNOIS, R., « Un secteur sous forte concurrence », dans *Les auberges de jeunesse n'ont pas pris une ride*, Paris, Editions ESPACES, avril 2014, pp. 88- 95 (Les cahiers espaces tourisme et loisirs 317).

WAGNER, A.C., « La place du voyage dans la formation des élites », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 170, n° 5, 2007, pp. 58- 65.

Articles scientifiques locaux

CABANE, C., « Le tourisme à l'Île Maurice et ses problèmes », *Sillages sur l'océan Indien, Les Cahiers d'Outre-Mer*, 2001, pp. 211- 217.

FOLIO, F., « Réalités et singularités du tourisme réunionnais : entre utopie et motifs d'espoir », *Les Cahiers d'Outre-Mer. Revue de géographie de Bordeaux*, vol. 62, n° 245, janvier 2009, pp. 7- 33.

GERMANAZ, C., « Quelle carte touristique pour La Réunion ? », *Tsingy : Revue de l'Association des professeurs d'histoire et de géographie de Madagascar*, n° 20, 2017, pp. 83- 106.

LABACHE, L., « La mobilité des jeunes Réunionnais », *Agora débats/jeunesses*, vol. 50, n° 4, 2008, pp. 22- 32.

LABACHE, L., « L'ethnicité chez les jeunes Réunionnais », *Agora débats/jeunesses*, vol. 9, n° 1, 1997, pp. 94- 104.

MOREL, S. et MAIRE, S., « La jeunesse à La Réunion, une mise en prospective », *Informations sociales*, vol. 186, n° 6, 2014, pp. 118- 124.

Articles de périodiques

« Les billets d'avion en classe éco moins chers en 2011 qu'en 1985 », *Le Parisien*, 23 juin 2011, [En ligne]. <<https://www.leparisien.fr/voyage/les-billets-d-avion-en-classe-eco-moins-chers-en-2011-qu-en-1985-23-06-2011-1506732.php%20consult%C3%A9%20le%2024/12/2019>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

« Méfiance dans l'océan Indien », *Le Monde*, 24 juin 1978.

« Le désenclavement en priorité », *Journal de l'Île de La Réunion*, 21 novembre 1977, p. 7.

« Du nouveau pour les gîtes ruraux et le tourisme vert », *Journal de l'Île de La Réunion*, 5 juillet 1977, p. 7.

« Rapport de la chambre régionale des comptes sur la période 2007-2013 : Slogans, salons, voyages, salaires : la suite des errements de l'IRT | », *Imaz Press Réunion : l'actualité de la Réunion en photos*, 9 avril 2015, [En ligne]. <<http://www.ipreunion.com/photo-du-jour/reportage/2015/04/09/rapport-de-la-chambre-regionale-des-comptes-sur-la-gestion-de-l-ile-de-la-reunion-tourisme-suite-irt-la-reunion-peu-soignee-des-salaries-bien-choyes,30205.html>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

« Thermalisme rime avec tourisme », *Journal de l'Île de La Réunion*, 6 avril 1977, p. 8.

« A Saint-Gilles-les-Bains, Loisirs et tourisme sur 105 000m² », *Journal de l'Île de La Réunion*, 10 août 1976, p. 11.

« Les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ? », *Cahier de recherche 292, CREDOC*, 1 décembre 2012, [En ligne]. <<https://www.credoc.fr/publications/les-jeunes-daujourd'hui-quelle-societe-pour-demain>>.

T. LAURET, « Le tourisme freiné par le manque d'hébergement », *Clicanoo.re*, 18 avril 2008, [En ligne]. <<https://www.clicanoo.re/Economie/Article/2008/04/18/7Le-tourisme-freine-par-le-manque->>

METHODOLOGIE ET ARTICLES ENCYCLOPEDIQUES

BODSON, P., et STAFFORD, J., « Le paradigme économique en tourisme », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 7, n° 3, 1988, pp. 3- 5.

BOUDON, R., « Théorie du choix rationnel ou individualisme méthodologique ? », *Revue du MAUSS*, vol. 24, n° 2, 2004, pp. 281- 309.

BOYER, M., « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, n° 3, 2002, pp. 393- 404.

DESWARTE, E., « Les représentations sociales », *Psychologie-sociale*, s.d., [En ligne]. <<http://www.psychologie-sociale.net/images/football.jpg>>. (Consulté le 17 mars 2021).

ELLIOTT, J., « What is Action-Research in Schools ? », *Journal of Curriculum Studies*, vol. 10, 1978, pp. 355- 357.

FIRDION, J.-M., « Construire un échantillon », dans *L'enquête sociologique*, s.l., Presses Universitaires de France, 2012, pp. 83- 84, [En ligne]. <<http://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-69.htm>>. (Consulté le 13 mars 2021).

GHIGLIONE, R., « Questionner », dans *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, Paris, Dunod, 1987.

KETELE, J.-M. de, *Méthodologie du recueil d'informations: fondements des méthodes d'observation, de questionnaire, d'interview et d'étude de documents*, Paris, De Boeck Supérieur, 2016.

LAROUSSE (éd.), « Tourisme », *Larousse*, 2020, [En ligne]. <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tourisme/78701>>. (Consulté le 12 mai 2020).

OLIVIER DE SARDAN, J.-P., *La rigueur du qualitatif: les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-La-Neuve, Academia-Bruylant, 2008, p. 54 (Anthropologie prospective).

PARIZOT, I., « L'enquête par questionnaire », dans *L'enquête sociologique*, s.l., Presses Universitaires de France, 2012, p. 93, [En ligne]. <<http://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-93.htm>>. (Consulté le 13 mars 2021).

RESWEBER, J.P., *La recherche-action*, Paris, Presses universitaires de France, 1995.

SCOUTOPEDIA, L'ENCYCLOPEDIE SCOUTE, « Effectif du scoutisme en France », s.d., [En ligne]. <https://fr.scoutwiki.org/Effectif_du_scoutisme_en_France#cite_note-Document_1973-33>. (Consulté le 30 juin 2020).

SINGLY, F. de, *L'enquête et ses méthodes: le questionnaire*, Paris, Armand Colin, 2012.

STAFFORD, J., « Le paradigme culturaliste en géologie : étude, analyse et critique », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 7, n° 1, 1988, pp. 5- 8.

TOURAINÉ, A., *Sociologie de l'action*, s.l., Editions du Seuil, 1965.

WORD TOURISM ORGANISATION, « Glossary of tourism terms », 2014, [En ligne]. <<https://s3-eu-west1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>>. (Consulté le 13 avril 2016).

THESES DE DOCTORAT ET MEMOIRES DE MASTER

Références générales

BALLATORE, M., *L'expérience de mobilité des étudiants ERASMUS : les usages inégaux d'un programme d'échange*. Une comparaison Angleterre/ France/ Italie, Thèse de doctorat en sociologie, Université Aix-Marseille-I et Université degli studi di Torino (Italie), décembre 2007.

HELLER-GOLDENBERG, L., *Histoire des Auberges de Jeunesse en France - Des origines à la Libération (1929-1945)*, Thèse de doctorat d'Etat, Nice, Université de Nice, 1985.

HOIBIAN, G., *Le patronage Saint-Pierre-Saint-Paul d'Ivry-sur-Seine et l'Oeuvre de la jeunesse de Charenton (1918-1939) : étude comparative de deux organisations de jeunesse catholique de la banlieue parisienne*, Mémoire de maîtrise en Histoire, Paris, Université de Paris 1, Centre de recherche d'histoire des mouvements sociaux et du syndicalisme, 1995.

MENTRE, F., *Les générations sociales*, Thèse de doctorat en lettres, Université de Paris, Université de Paris (1896-1968). Faculté des lettres., 1916.

REAU, B., *Clubs de vacances et usages sociaux du temps libre : une histoire sociale du Club Méditerranée*, Thèse de doctorat en Sociologie, Paris, EHESS, 1 janvier 2005, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/2005EHES0056>>. (Consulté le 30 juin 2020).

Références locales

COLLET, C., *Le tourisme à la Réunion*, Thèse de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), La Réunion, 1 janvier 1999, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/1999LARE0011>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

DUFOS DU RAU, J., *L'île de La Réunion, étude de géographie humaine*, Thèse de doctorat en géographie, Bordeaux, Bordeaux Institut de Géographie, 1960.

FLEURANT, Y.-E., *La Réunion: un tourisme tropical différent?*, Mémoire de maîtrise Géographie, Saint-Denis (Réunion), BU Espace océan Indien, Université de La Réunion diffusion/distribution, 1989, [En ligne]. <http://tel.univ.run.elgebar.univ-reunion.fr/ouvrages/Reu338_48Fleurant.pdf>. (Consulté le 29 avril 2020).

LABACHE, L., *La question de l'ethnicité à l'île de la Réunion : vers un melting-pot ?*, Thèse de doctorat en anthropologie, Paris, EHESS, 1 janvier 1996, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/1996EHES0079>>. (Consulté le 1 juillet 2020).

MOUTOUCOMORAPOULLE, J., *Les vacances réunionnaises: l'éducation populaire et l'enjeu des vacances à travers la première association laïque de l'île de la fin des années 1940 jusqu'au début des années 1970*, Mémoire de maîtrise en Histoire, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 2001.

MUSSO, I., *Tourismes à La Réunion : des pratiques affinitaires dominantes*, Thèse de doctorat en Géographie, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 1 janvier 2004, [En ligne]. <<https://www.theses.fr/2004LARE0016>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

MUSSO, I., *La Réunion et ses touristes : l'invention d'un nouvel espace touristique ?*, Mémoire de D.E.A de géographie, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 1998.

NAZE, A., *Histoire du tourisme à la Réunion: la décennie 1970*, Mémoire d'histoire contemporaine, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, 2004, [En ligne]. <http://tel.univ.run.elgebar.univ-reunion.fr/M/histDEA_63_Naze04.pdf>. (Consulté le 3 juillet 2020).

VOITURET, D., *Tourisme colonial et loisirs en plein air à l'île de la Réunion: 1919-1939*, Mémoire de D.E.A de Lettres et Sciences Humaines Option Histoire, Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion, septembre 2002, [En ligne]. <http://tel.univ.run.elgebar.univ-reunion.fr/M/histDEA_23_Voituret02.pdf>. (Consulté le 3 juillet 2020).

WOLFF, É., *Émergence d'un espace public : presse et expériences lycéennes à l'île de La Réunion : 1970-1995*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, La Réunion, Université de La Réunion en partenariat avec l'Université de Provence (1970 - 2011), 1996, [En ligne]. <<http://www.theses.fr/1996LAREL004>>. (Consulté le 2 juillet 2020).

RAPPORTS

Références générales

DE GUBERNATIS, T., « Le Tourisme en Guadeloupe : une application de la théorie du cycle du produit », *CEROM Guadeloupe*, n° 10, octobre 2007, p. 4.

DERMENONVILLE, L., « tourisme_des_jeunes », Direction du Tourisme, 2005, pp. 230- 235.

FABRE, E., « La mobilité favorise l'autonomie », *INSEE Dossier Réunion 2*, INSEE, décembre 2014, pp. 21- 22.

MONFORTE, I., « Centres de loisirs, mini-camps, colos : quand les parents et les adolescents font le choix du collectif », *Dossier d'études 187*, Paris, OVLEJ pour la CNAF, décembre 2016, p. 8.

WORLD TOURISM ORGANIZATION, *International tourism highlights 2019*, Madrid, UNWTO, 2019.

« Au-delà de l'influence : l'apport économique des étudiants étrangers en France », *Les notes de campus France* 45, Paris, Campus France, novembre 2014, p. 4, [En ligne]. <<https://www.campusfrance.org/fr/ressource/au-dela-de-l-influence-l-apport-economique-des-etudiants-etrangers-en-france>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

« *Image et attractivité internationales de la France pour les 18-35 ans* », Paris, Atout France, mai 2019 (Marketing touristique 49)

« Management des millenials. L'autre révolution du numérique », DENTSU AEGIS NETWORK, septembre 2016.

« La force du tourisme des jeunes », *Rapport des membres affiliés* Volume 2, OMT et WYSE Travel Confederation, 2011.

« Le tourisme outre-mer. Une mutation nécessaire », *Les Notes de l'Institut d'émission*, Paris, Institut d'Emission des Départements d'Outre-Mer, mars 2015, p. 35, [En ligne]. <https://www.iedom.fr/IMG/pdf/note_ie_le_tourisme_outre-mer_-_mars_2015.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

« Les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ? », *Cahier de recherche* 292, CREDOC, 1 décembre 2012, [En ligne]. <<https://www.credoc.fr/publications/les-jeunes-daujourd'hui-quelle-societe-pour-demain>>. .

« La force du tourisme des jeunes », *Rapport des membres affiliés* Volume 2, OMT et WYSE Travel Confederation, 2011.

« Les enfants inégaux face aux vacances », *Observatoire des inégalités*, 2004, [En ligne]. <https://www.inegalites.fr/spip.php?page=article&id_article=1288&id_groupe=13&id_mot=96&id_rubrique=142>. (Consulté le 1 juillet 2020).

« Mise à jour des recommandations sur les Statistiques du Tourisme », ONU-WTO – Série M No. 83 (1994) », Série M n°83, Paris, ONU - WTO, 1994, [En ligne]. <<https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-f.pdf>>. (Consulté le 6 juillet 2020).

« Qui va partir en vacances ? », *Observatoire des inégalités*, s.d., [En ligne]. <<https://www.inegalites.fr/Qui-va-partir-en-vacances>>. (Consulté le 12 mai 2020).

Références locales

CODER, Y., DUPLOUY, B. et FABRE, E., « La départementalisation de La Réunion 1946-2016 : 70 ans de mutations économiques », *INSEE Analyses* 18, octobre 2016, p. 4.

CREIGNOU, A., « Bilan économique 2017 : Une croissance soutenue », *INSEE Conjoncture La Réunion*, Saint-Denis (Réunion), août 2018, p. 38.

DE BLEECKERE, N. et GARNIER, A., « Suivi de la demande touristique locale à La Réunion - janvier à décembre 2018 », Ipsos pour l'IRT, 29 mars 2019.

MONTEIL, C., « Nouvelles projections 2030 », *Economie de La Réunion* 132, Saint-Denis (Réunion), INSEE, 2008, p. 2.

PAILLOLE, P., « Le chômage et son halo augmentent en 2018. Enquête emploi en continu », *INSEE FLASH REUNION* 154, Saint-Denis (Réunion), INSEE, avril 2019.

SQUARZONI, R., « Quarante ans de départementalisation. Une révolution pacifique », *Economie de La Réunion* 23, Saint-Denis (Réunion), INSEE, 1986, pp. 2- 9.

SUI-SENG, S., « 853 700 habitants au 1er janvier 2017 Recensement de la population : populations légales 2017 », 167, Saint-Denis (Réunion), INSEE, décembre 2019, p. 2

« La fréquentation touristique à La Réunion en 2016 », Saint-Paul (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, février 2017, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/frequentation/destination-et-ocean-indien/la-frequentation-touristique-la-reunion-en-2016>>. (Consulté le 15 juin 2018).

« Plaquette de fréquentation 1er semestre 2019 », Saint-Paul (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, août 2019, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/frequentation/destination-et-ocean-indien/plaquette-de-frequentation-1er-semester-2019>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

« 2018 Fréquentation touristique », *Tourisme Info Ile de La Réunion*, Saint-Denis (Réunion), Observatoire Régional du Tourisme Réunion, 2019.

« Donnons des ailes à notre territoire », *Rapport d'activité*, Saint-Denis (Réunion), Aéroport de La Réunion Rolland Garros, 31 décembre 2018, p. 48, [En ligne]. <https://www.reunion.aeroport.fr/sites/default/files/rapport_dactivites/arrg-ra2018-fr-4.pdf>. (Consulté le 4 juillet 2020).

« Actualisation du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion adopté par l'assemblée plénière du Conseil Régional du 22 juin 2018 », Saint-Denis (Réunion), In Extenso Tourisme Culture et Hôtellerie, 2018, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/economie/orientations-strategiques/actualisation-du-schema-de-developpement-et-damenagement>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

« Accueil croisières : Bilan de la saison 2017-2018 », Saint-Denis (Réunion), Fédération Régionale du Tourisme, 2018.

« Actes du colloque Inter-CCEE. Refonder l'éducation populaire pour un nouveau contrat social », Etang-Salé (Réunion), CCEE, novembre 2016, p. 286, [En ligne]. <<http://ccee.re/Les-actes-du-colloque-inter-CCEE.html?recher=oui>>. (Consulté le 3 juillet 2020).

(Réunion), Syndicat des Professionnels des Activités de Loisirs de La Réunion, novembre 2015, [En ligne]. <<http://www.fedom.org/wp-content/uploads/2015/11/Sypral-Loisirs-et-tourisme-2015-2020.pdf>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

« Grande enquête : Conditions de vie des étudiants de l'Université de La Réunion », Saint-Denis (Réunion), Université de La Réunion - Observatoire de la Vie Etudiante, 2015, p. 27.

« Diagnostic du tourisme pour tous de l'Île de La Réunion », Saint-Denis (Réunion), KPMG Advisory THL pour l'IRT, décembre 2013.

« Les vacances des Réunionnais », Saint-Denis (Réunion), Ipsos pour l'IRT, septembre 2012, [En ligne]. <<https://observatoire.reunion.fr/marketing/marche-local/les-vacances-des-reunionnais>>. (Consulté le 7 juillet 2020).

« Le champ associatif de l'éducation populaire à La Réunion. Aspects historiques, problématiques actuelles et perspectives », Sainte-Marie (Réunion), Conseil de la Culture, de l'Éducation et de l'Environnement, novembre 2011, [En ligne]. <<http://www.ccee.re/IMG/pdf/92.pdf>>. (Consulté le 6 juillet 2020).

« Tableau économique de La Réunion 2014 », Saint-Denis (Réunion), INSEE Réunion-Mayotte, avril 2014, p. 164.

« Enquête Migrations, famille et vieillissement », Saint-Denis (Réunion), INSEE et INED, 2010.

« Données et enquêtes - Université de La Réunion », *Université de La Réunion*, 2004 1996, [En ligne]. <<https://www.univ-reunion.fr/service-universitaire-de-vie-etudiante-et-de-campus-savec/observatoire-de-la-vie-etudiante-ove/donnees-et-enquetes>>. (Consulté le 2 juillet 2020).

« Tourisme – Statistiques INSEE, 1987 », *Archives du Conseil Général*, INSEE, 1987.

« Éléments de réflexion pour une politique régionale du tourisme », Saint-Denis (Réunion), Comité Régional du Tourisme, 1979.

SITOGRAPHIE

CLAUDE, G., « Recherche action en 5 étapes », *Scribbr*, 3 février 2020, [En ligne]. <<https://www.scribbr.fr/methodologie/recherche-action/>>. (Consulté le 9 juin 2020).

ESCUDIE, J.-N., « Le taux de départ en vacances des Français en 2018 au plus haut depuis près de vingt ans », *Banque des Territoires*, s.d., [En ligne]. <<https://www.banquedesterritoires.fr/le-taux-de-depart-en-vacances-des-francais-en-2018-au-plus-haut-depuis-pres-de-vingt-ans>>. (Consulté le 12 mai 2020).

HOUPERT, F., « Tourisme des Jeunes », *Atout France Agence de développement touristique de la France*, 14 octobre 2014, [En ligne]. <<http://www.atout-france.fr/node/220>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

INSEE, « Définition - Vacances », 28 juin 2019, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1959>>. (Consulté le 18 juin 2020).

LANGUILLON-AUSSEL, R., « Tourisme et loisir(s), pour une brève définition — Géoconfluences », 4 février 2011, [En ligne]. <<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/popup/TourismeLanguillon2.htm>>. (Consulté le 22 juin 2020).

LE GUEN, V., « Dossier : mouvement des Gilets jaunes - "Gilets jaunes" : que se passe-t-il à La Réunion ? », *France Bleu*, 22 novembre 2018, [En ligne]. <<https://www.francebleu.fr/infos/societe/gilets-jaunes-que-se-passe-t-il-a-la-reunion-1542909168>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

LE MONITEUR, « La Réunion : le chantier de la nouvelle route du littoral à l'arrêt », octobre 2019, [En ligne]. <<https://www.lemoniteur.fr/article/la-reunion-le-chantier-de-la-nouvelle-route-du-littoral-a-l-arret.2057664>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

PHILIPPON, L., « A La Réunion, le mouvement des “gilets jaunes” a été “pire qu’un cyclone” pour l’économie », *Réunion la 1ère*, 12 février 2019, [En ligne]. <<https://la1ere.francetvinfo.fr/reunion-mouvement-gilets-jaunes-ete-pire-qu-cyclone-economie-679219.html>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

PHILIPPON, L., « Retour sur onze jours de crise sociale à La Réunion [CHRONOLOGIE] », *Réunion la 1ère*, 27 novembre 2018, [En ligne]. <<https://la1ere.francetvinfo.fr/reunion/retour-onze-jour-crise-sociale-reunion-chronologie-655901.html>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

REGION REUNION, « Les Grands Chantiers Régionaux : point financier - Nouvelle Route du Littoral », *Nouvelle Route du Littoral*, 2 juin 2016, [En ligne]. <<http://www.nouvelroutedulittoral.re/financement/article/les-grands-chantiers-re%CC%81gionaux>>. (Consulté le 5 juillet 2020).

REGION REUNION, « Le projet Régional (les 7 piliers) », s.d., [En ligne]. <<https://www.regionreunion.com/la-region/Le-projet-Regional-les-7-piliers>>. (Consulté le 16 juin 2020).

SERGEEV, V., « Une deuxième compagnie aérienne française placée en liquidation judiciaire en un mois », *Sputnik*, 4 octobre 2019, [En ligne]. <<https://fr.sputniknews.com/france/201910041042212536-une-deuxieme-compagnie-aerienne-francaise-placee-en-liquidation-judiciaire-en-un-mois/>>. (Consulté le 4 juillet 2020).

« Niveau de vie selon la catégorie socioprofessionnelle. Données annuelles de 1996 à 2017 | Insee », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 10 septembre 2019, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2489735#tableau-Donnes>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

« Exploration de la rivière à la mer », 5 août 2019, [En ligne]. <<https://www.reunion.fr/nos-experiences/exploration-de-la-riviere-a-la-mer>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

« Climat : à Paris et Londres les jeunes sont dans la rue et réclament un état d’urgence écologique », *France Inter*, 15 février 2019, [En ligne]. <<https://www.franceinter.fr/societe/climat-a-paris-et-londres-les-jeunes-sont-dans-la-rue-et-reclament-un-etat-d-urgence-ecologique>>. (Consulté le 10 juillet 2020).

« Définition - Niveau de vie | Insee », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 13 octobre 2016, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1890>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

« Youth - Definition | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization », *UNESCO*, 2013, [En ligne]. <<http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/youth-definition/>>. (Consulté le 16 avril 2016).

« Professions et Catégories Socioprofessionnelles 2003 », *Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques*, 1 janvier 2003, [En ligne]. <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/pes2003/categorieSocioprofessionnelleAgreee/1?champRecherche=true>>. (Consulté le 15 juillet 2020).

« Calatoria cu copii minori », *Ambasadei României*, s.d., [En ligne]. <<http://www.ambasada.ro/legislatie/10/calatoria-cu-copii-minori.html>>. (Consulté le 14 avril 2016).

« Facts and Stats », *WYSE Travel Confederation*, s.d., [En ligne]. <<https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>>. (Consulté le 5 mai 2020).

Table des illustrations

<i>Figure 1 : Principales étapes méthodologiques de la recherche-action de la thèse.....</i>	<i>18</i>
<i>Figure 2 : Schématisation de l'analyse documentaire de la thèse</i>	<i>20</i>
<i>Figure 3 : Ouvrages, revues et articles sur lesquels s'appuie l'analyse exploratoire de la thèse.....</i>	<i>21</i>
<i>Figure 4 : Schéma simplifié des temps et des catégories principales d'activités de loisir-tourisme.....</i>	<i>26</i>
<i>Figure 5 : Les quatre stades des révolutions industrielles.....</i>	<i>30</i>
<i>Figure 6 : Classification des temps libérés selon Robert Lanquar :</i>	<i>31</i>
<i>Figure 7 : Répartition des 18-29 ans selon le Crédoc.....</i>	<i>44</i>
<i>Figure 8 : Répartition selon l'institut Dentsu Aegis Network</i>	<i>45</i>
<i>Figure 9 : Schéma représentatif de l'individu jeune</i>	<i>47</i>
<i>Figure 10 : Schématisation d'une génération sociale.....</i>	<i>48</i>
<i>Figure 11 : Chronologie comparative des lois régissant le temps de travail et l'école.....</i>	<i>52</i>
<i>Figure 12 : Évolutions des formes d'encadrement de la jeunesse 1890 - 1914</i>	<i>57</i>
<i>Figure 13 : Évolution des formes d'encadrement de la jeunesse entre 1914 et 1936.....</i>	<i>58</i>
<i>Figure 14 : Éléments de différenciation entre les étudiants Erasmus et ceux qui sont « sédentaires"</i>	<i>68</i>
<i>Figure 15 : Synthèse des analyses lexicales et linguistiques des récits de voyages des jeunes « Sac Ados ».....</i>	<i>70</i>
<i>Figure 16 : Taux des non-départs des enfants de 5 à 19 ans en 2004.....</i>	<i>72</i>
<i>Figure 17 : Évolution de la chaîne de valeur traditionnelle du tourisme.....</i>	<i>76</i>
<i>Figure 18 : Typologie des jeunes touristes ayant passé au moins une nuit en France en fonction de leurs modes d'organisation et de leurs modes de voyages selon Atout France en 2019</i>	<i>78</i>
<i>Figure 19 : Motif de voyage des jeunes selon Claudia Olimpia Moisa.....</i>	<i>80</i>
<i>Figure 20 : Représentation d'un panel d'acteurs du tourisme jeunesse en fonction du cadre dans lequel il s'exerce et la demande à laquelle il répond</i>	<i>84</i>
<i>Figure 21 : Charte des auberges de jeunesse adhérant au Label Hi Qualité</i>	<i>86</i>
<i>Figure 22 : Courbe d'évolution de la population de la Réunion de 1670 à 2030.....</i>	<i>95</i>
<i>Figure 23 : Représentation des groupes communautaires présents à La Réunion selon Lucette Labache</i>	<i>96</i>
<i>Figure 24 : Évolution de la répartition (en %) de la population par groupes d'âge (1954 -1999).....</i>	<i>98</i>
<i>Figure 25 : Pyramide des âges de 1990.....</i>	<i>99</i>
<i>Figure 26 : Répartition des 15 – 29 ans sur le territoire réunionnais d'après le recensement INSEE 2015.....</i>	<i>99</i>

<i>Figure 27 : Répartition des jeunes âgés de 16 à 29 ans selon le mode de vie</i>	<i>100</i>
<i>Figure 28 : Situation familiale des jeunes de 16 à 29 ans ayant un domicile personnel en 2011</i>	<i>101</i>
<i>Figure 29 : Répartition des jeunes de 16 à 29 ans qui ont arrêté leurs études suivant le plus haut diplôme</i>	<i>102</i>
<i>Figure 30 : Répartition des emplois des jeunes selon la catégorie sociale et le sexe en 2011.....</i>	<i>102</i>
<i>Figure 31 : Taux de chômage des jeunes selon le sexe et le niveau de diplôme à La Réunion en 2011</i>	<i>103</i>
<i>Figure 32 : Taux de pauvreté et niveau de vie des jeunes en fonction de leur situation familiale.....</i>	<i>104</i>
<i>Figure 33 : Répartition des ressources des jeunes qui ont quitté le domicile parental selon le type de revenus en 2010.....</i>	<i>105</i>
<i>Figure 34 : Salaire moyen d'un jeune à plein temps en fonction de son poste en 2011.....</i>	<i>105</i>
<i>Figure 35 : Jobs étudiants : évolution des proportions des réponses entre les années universitaires 2001-2002 et 2014-2015</i>	<i>106</i>
<i>Figure 36 : Évolution de quelques indicateurs de développement socio-économique entre 1946 et 1996.....</i>	<i>107</i>
<i>Figure 37 : Part de chaque secteur dans l'emploi total.....</i>	<i>108</i>
<i>Figure 38 : Principaux indicateurs économiques 2018.....</i>	<i>109</i>
<i>Figure 39 : Déciles de niveau de vie à la Réunion et en Métropole (2014).....</i>	<i>110</i>
<i>Figure 40 : Répartition des jeunes Réunionnais vivant en France métropolitaine selon le motif du départ et le sexe en 2011</i>	<i>112</i>
<i>Figure 41 : Caractéristiques des Réunionnais de retour sur leur île en fonction du motif de départ</i>	<i>113</i>
<i>Figure 42 : Comparaison des fréquentations touristiques entre les îles de l'océan Indien et les Dom de 1985 à 1991</i>	<i>130</i>
<i>Figure 43 : Nombre de touristes de séjours dans les DOM de 1990 à 2012 (en milliers).....</i>	<i>131</i>
<i>Figure 44 : Evolution annuelle du nombre de touristes dans l'océan Indien (en milliers) de 2005 à 2016</i>	<i>131</i>
<i>Figure 45 : Évolution annuelle du nombre de touristes : Réunion, Martinique, Guadeloupe de 2006 à 2017... </i>	<i>131</i>
<i>Figure 46 : Représentation du positionnement touristique de La Réunion.....</i>	<i>133</i>
<i>Figure 47 : Panel d'activités touristiques proposé par l'île de La Réunion</i>	<i>136</i>
<i>Figure 48 : Évolution annuelle de la capacité d'hébergement réunionnaise de 2002 à 2018 (nombre de lits) ..</i>	<i>138</i>
<i>Figure 49 : Répartition de la capacité d'hébergement par région en 2018.....</i>	<i>139</i>
<i>Figure 50 : Caractéristiques de l'offre d'hébergement touristique à La Réunion</i>	<i>139</i>
<i>Figure 51 : Répartition des centres d'hébergement de tourisme social à La Réunion en 2013.....</i>	<i>142</i>
<i>Figure 52 : Saisonnalité de l'activité des centres fondée sur l'année 2012 - 2013.....</i>	<i>143</i>
<i>Figure 53 : Budgets des centres d'hébergement dédiés au tourisme social en 2013.....</i>	<i>143</i>

<i>Figure 54 : Desserte aérienne de l'île de La Réunion en 2018.....</i>	<i>145</i>
<i>Figure 55 : Représentations du trafic de passagers aériens de 2005 à 2016.....</i>	<i>147</i>
<i>Figure 56 : Évolution mensuelle du nombre de passagers locaux de 2017 à 2018.....</i>	<i>148</i>
<i>Figure 57 : Évolution mensuelle du nombre de passagers locaux en 2017 et 2018.....</i>	<i>149</i>
<i>Figure 58 : Répartition du trafic aérien de passagers (hors transit) par origine géographique de 2005 à 2016 (%).....</i>	<i>149</i>
<i>Figure 59 : Répartition du trafic aérien de passagers par origine géographique en 2018.....</i>	<i>149</i>
<i>Figure 60 : Prix moyen en fonction du mois de départ.....</i>	<i>150</i>
<i>Figure 61 : Représentations du trafic maritime réunionnais 2005 - 2016.....</i>	<i>152</i>
<i>Figure 62 : Répartition du trafic maritime par compagnies en escale à La Réunion sur la saison 2017-2018..</i>	<i>153</i>
<i>Figure 63 : Répartition du nombre de croisiéristes par compagnies (2017 – 2018).....</i>	<i>153</i>
<i>Figure 64 : Cartographie des réseaux routiers et compagnies de transports réunionnais en 2018.....</i>	<i>155</i>
<i>Figure 65 : Nombre de travailleurs passant chaque limite de commune en voiture chaque jour pour aller travailler en 2011.....</i>	<i>156</i>
<i>Figure 66 : Évolution du nombre de touristes de 1989 à 2018.....</i>	<i>158</i>
<i>Figure 67 : Évolution du nombre de touristes en fonction du pays de résidence de 1990 à 2018.....</i>	<i>158</i>
<i>Figure 68 : Répartition des touristes par mode d'hébergement principal depuis 1998 à La Réunion.....</i>	<i>159</i>
<i>Figure 69 : Répartition du budget des touristes de loisir par pôle de dépenses en 2018.....</i>	<i>162</i>
<i>Figure 70 : Répartition du budget des touristes d'affaires par pôle de dépenses en 2018.....</i>	<i>163</i>
<i>Figure 71 : Nombre de séjours avec nuitées des résidents de janvier à décembre 2018.....</i>	<i>165</i>
<i>Figure 72 : Typologie des hébergements des touristes locaux.....</i>	<i>166</i>
<i>Figure 73 : Typologie des lieux de restauration des touristes locaux.....</i>	<i>166</i>
<i>Figure 74 : Typologie des activités pratiquées par les résidents durant leurs séjours.....</i>	<i>167</i>
<i>Figure 75 : Nombre d'excursions réalisées sur l'année 2018.....</i>	<i>168</i>
<i>Figure 76 : Typologie des activités pratiquées par les excursionnistes en 2018.....</i>	<i>169</i>
<i>Figure 77 : Effectif de départ de mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion de 2009 à 2018.....</i>	<i>180</i>
<i>Figure 78 : Évolution du nombre de mineurs partis en séjour collectif avec hébergement à La Réuni.....</i>	<i>180</i>
<i>Figure 79 : Évolution du nombre de séjours par type entre les années 2009-2010 et 2017-2018.....</i>	<i>181</i>
<i>Figure 80 : Répartition des effectifs selon le type de séjour et l'année.....</i>	<i>181</i>
<i>Figure 81 : Répartition par tranche d'âge des mineurs partis en séjours collectifs à La Réunion sur l'année 2017-2018.....</i>	<i>182</i>

<i>Figure 82 : Répartition des mineurs partis en séjours collectifs en 2017 – 2018, dans les Outre-Mer.....</i>	<i>182</i>
<i>Figure 83 : Répartition des mineurs partis en séjours collectifs en 2017-2018, dans la zone océan Indien</i>	<i>182</i>
<i>Figure 84 : Présentation des acteurs touristiques publics interrogés</i>	<i>189</i>
<i>Figure 85 : Présentation des acteurs publics œuvrant pour l'éducation populaire</i>	<i>190</i>
<i>Figure 86 : Rencontre avec la direction des relations internationales à l'Université de La Réunion</i>	<i>191</i>
<i>Figure 87 : Présentation des acteurs associatifs de la jeunesse</i>	<i>191</i>
<i>Figure 88 : Présentation des gérants des pensions de type Backpackers ou auberge de jeunesse.....</i>	<i>192</i>
<i>Figure 89 : Critères d'échantillonnage du public étudié.....</i>	<i>204</i>
<i>Figure 90 : Échantillon de l'enquête auprès des jeunes touristes internes à La Réunion</i>	<i>209</i>
<i>Figure 91 : Départements de naissance des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion</i>	<i>210</i>
<i>Figure 92 : Nationalités des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion.....</i>	<i>210</i>
<i>Figure 93 : Durée de mobilité des jeunes de l'échantillon de « résidents » de La Réunion.....</i>	<i>210</i>
<i>Figure 94 : Intermédiaires de promotion de l'île auprès des jeunes en mobilité à La Réunion.....</i>	<i>211</i>
<i>Figure 95 : Situation professionnelle des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion</i>	<i>211</i>
<i>Figure 96 : Situation familiale des jeunes de l'échantillon de résidents de La Réunion.....</i>	<i>211</i>
<i>Figure 97 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés à La Réunion</i>	<i>212</i>
<i>Figure 98 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>213</i>
<i>Figure 99 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	<i>213</i>
<i>Figure 100 : Situation familiale des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	<i>213</i>
<i>Figure 101 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>214</i>
<i>Figure 102: Pratique d'activités des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	<i>214</i>
<i>Figure 103 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	<i>215</i>
<i>Figure 104 : Parts des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>216</i>
<i>Figure 105 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	<i>216</i>
<i>Figure 106 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>217</i>
<i>Figure 107 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>217</i>
<i>Figure 108 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés à La Réunion.....</i>	<i>217</i>

<i>Figure 109 : Part des jeunes résidents nés à La Réunion, déclarant consommer une nuitée pour la pratique de chaque sport</i>	218
<i>Figure 110 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	218
<i>Figure 111 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	219
<i>Figure 112 : Parts des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	220
<i>Figure 113 : Fréquence de pratique par loisirs culturels pouvant être touristiques des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	220
<i>Figure 114 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	220
<i>Figure 115 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	221
<i>Figure 116 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	221
<i>Figure 117 : Répartition des nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	221
<i>Figure 118 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	222
<i>Figure 119 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	222
<i>Figure 120 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés à La Réunion en fonction de la fréquence de pratique</i>	223
<i>Figure 121 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	223
<i>Figure 122 : Budgets mensuels accordés aux transports des jeunes résidents nés à La Réunion</i>	224
<i>Figure 123 : Part des moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	224
<i>Figure 124 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés en France métropolitaine</i>	224
<i>Figure 125 : Situation familiale des jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	225
<i>Figure 126 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	225
<i>Figure 127 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	226
<i>Figure 128 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	226
<i>Figure 129 : Pratique d'activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	226
<i>Figure 130 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à en France métropolitaine</i>	227

<i>Figure 131 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>228</i>
<i>Figure 132 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>228</i>
<i>Figure 133 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>229</i>
<i>Figure 134 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>229</i>
<i>Figure 135 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>229</i>
<i>Figure 136 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>230</i>
<i>Figure 137 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>230</i>
<i>Figure 138 : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>231</i>
<i>Figure 139 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>231</i>
<i>Figure 140 : Répartitions des fréquences de pratiques en fonction des activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>231</i>
<i>Figure 141 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>232</i>
<i>Figure 142 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>232</i>
<i>Figure 143 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>232</i>
<i>Figure 144 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>233</i>
<i>Figure 145 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés en France métropolitaine en fonction de la fréquence de pratique.....</i>	<i>233</i>
<i>Figure 146 : Moyens de déplacements choisis par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>233</i>
<i>Figure 147 : Budget accordé aux transports par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>234</i>
<i>Figure 148 : Moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés en France métropolitaine.....</i>	<i>234</i>
<i>Figure 149 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés dans une île de la zone océan Indien (hors Réunion).....</i>	<i>234</i>

<i>Figure 150 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	236
<i>Figure 151 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	236
<i>Figure 152 : Situation familiale des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	236
<i>Figure 153 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	237
<i>Figure 154 : Pratique d'activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	237
<i>Figure 155 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	237
<i>Figure 156 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	238
<i>Figure 157 : Fréquence de pratique des sports « touristiques » des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	238
<i>Figure 158 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	239
<i>Figure 159 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	239
<i>Figure 160 : Fréquence de pratique en fonction des activités sportives pour les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	239
<i>Figure 161 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	239
<i>Figure 162 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	240
<i>Figure 163 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	240
<i>Figure 164 Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	241
<i>Figure 165 : : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	241
<i>Figure 166 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	241
<i>Figure 167 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion)</i>	242
<i>Figure 168 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) en fonction de la fréquence de pratique</i>	242

<i>Figure 169 : Moyens de déplacements choisis par les jeunes touristes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) pour la pratique d'activités</i>	<i>242</i>
<i>Figure 170 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de résidents, nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone océan Indien).....</i>	<i>243</i>
<i>Figure 171 : Lieu d'habitation des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI ...</i>	<i>244</i>
<i>Figure 172 : Situation professionnelle des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors Réunion).....</i>	<i>244</i>
<i>Figure 173 : Situation familiale des jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors Réunion)</i>	<i>244</i>
<i>Figure 174 : Nature des activités pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI).....</i>	<i>245</i>
<i>Figure 175 : Activités sportives pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI).....</i>	<i>245</i>
<i>Figure 176 : Fréquence de pratique des activités sportives pour les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>246</i>
<i>Figure 177 : Part des activités sportives pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI).....</i>	<i>246</i>
<i>Figure 178 : Fréquence de pratique en fonction des sports « touristiques » des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>246</i>
<i>Figure 179 : Répartition du nombre de nuitées consommées par sport pratiqué par les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>247</i>
<i>Figure 180 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>247</i>
<i>Figure 181 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités sportives des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>247</i>
<i>Figure 182 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI).....</i>	<i>248</i>
<i>Figure 183 : Part des activités culturelles pouvant être touristiques pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>248</i>
<i>Figure 184 : Fréquence de pratique des loisirs culturels pouvant être touristiques des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>249</i>
<i>Figure 185 : Fréquence de pratique des activités culturelles pour les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>249</i>
<i>Figure 186 : Consommation de nuitées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>249</i>
<i>Figure 187 : Nombre de nuitées consommées lors de la pratique d'activités culturelles des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>249</i>

<i>Figure 188 : Répartition du nombre de nuitées consommées par activités culturelles pratiquées par les jeunes résidents nés à l'étranger.....</i>	<i>250</i>
<i>Figure 189 : Répartition du budget accordé aux activités des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>250</i>
<i>Figure 190 : Budget mensuel accordé à la pratique d'activités des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>250</i>
<i>Figure 191 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI).....</i>	<i>251</i>
<i>Figure 192 : Budgets mensuels accordés aux transports des jeunes résidents nés à l'étranger.....</i>	<i>251</i>
<i>Figure 193 : Moyens de transport utilisés par les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	<i>251</i>
<i>Figure 194 : Caractéristiques des jeunes composant l'échantillon de jeunes en mobilité</i>	<i>252</i>
<i>Figure 195 : Visites de proches des jeunes en séjour de mobilité</i>	<i>253</i>
<i>Figure 196 : Activités pratiquées par les visiteurs des jeunes en séjour de mobilité</i>	<i>253</i>
<i>Figure 197 : Activités sportives pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité.....</i>	<i>255</i>
<i>Figure 198 : Activités culturelles pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	<i>255</i>
<i>Figure 199 : Autres activités pratiquées par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	<i>255</i>
<i>Figure 200 : Moyens de transports choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité.....</i>	<i>255</i>
<i>Figure 201 : Moyens de transport choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	<i>256</i>
<i>Figure 202 : Lieux de restauration choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	<i>256</i>
<i>Figure 203 : Répartition des lieux de restauration choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	<i>257</i>
<i>Figure 204 : Budget journalier dépensé pour la restauration des visiteurs des jeunes en mobilité.....</i>	<i>257</i>
<i>Figure 205 : Moyens de découverte de l'île</i>	<i>257</i>
<i>Figure 206 : Découverte de l'île.....</i>	<i>258</i>
<i>Figure 207 : Motivations au départ des non natifs de l'île vers La Réunion.....</i>	<i>259</i>
<i>Figure 208 : Part des jeunes satisfaits de leur choix</i>	<i>260</i>
<i>Figure 209 : Motifs de satisfaction du choix de la destination des jeunes installés à La Réunion.....</i>	<i>261</i>
<i>Figure 210 : Part des jeunes installés à La Réunion satisfaits par les activités proposées</i>	<i>262</i>
<i>Figure 211 : Motifs de satisfaction des activités de loisirs, prononcés par les jeunes installés sur l'île</i>	<i>263</i>
<i>Figure 212 : Motifs d'insatisfaction des activités de loisirs, prononcés par les jeunes installés sur l'île</i>	<i>264</i>
<i>Figure 213 : Part des jeunes satisfaits par l'offre de transport à La Réunion.....</i>	<i>264</i>
<i>Figure 214 : Motifs d'insatisfaction des transports, avancés par les jeunes installés sur l'île.....</i>	<i>265</i>
<i>Figure 215 : Motifs de satisfaction des transports, avancés par les jeunes installés sur l'île</i>	<i>265</i>
<i>Figure 216 : Part des jeunes résidents ayant rencontré des difficultés</i>	<i>266</i>

<i>Figure 217 : Difficultés rencontrés sur l'île par les jeunes résidents.....</i>	<i>266</i>
<i>Figure 218 : Part des jeunes résidents proposant des suggestions</i>	<i>267</i>
<i>Figure 219 : Axes d'amélioration de l'offre touristique à destination des jeunes, suggérés par les résidents ...</i>	<i>268</i>
<i>Figure 221 : Échantillon de l'enquête auprès des jeunes touristes externes à La Réunion</i>	<i>277</i>
<i>Figure 220 : Répartition des jeunes touristes externes interrogés en fonction de leur tranche d'âge et de leur sexe</i>	<i>277</i>
<i>Figure 222 : Lieu de naissance des jeunes touristes externes</i>	<i>278</i>
<i>Figure 223 : Pays de résidence des jeunes touristes externes</i>	<i>278</i>
<i>Figure 224 : Situation d'hébergement habituelle de notre échantillon de jeunes touristes externes.....</i>	<i>279</i>
<i>Figure 225 : Répartition des jeunes touristes externes vivant dans un hébergement payant.....</i>	<i>279</i>
<i>Figure 226 : Répartition des jeunes touristes externes hébergés à titre gratuit.....</i>	<i>280</i>
<i>Figure 227 : Répartition du niveau d'études des jeunes touristes externes.....</i>	<i>280</i>
<i>Figure 228 : Situation familiale des jeunes touristes externes.....</i>	<i>281</i>
<i>Figure 229 : Répartition de la parentalité des touristes externes en fonction de leur catégorie socioprofessionnelle.....</i>	<i>281</i>
<i>Figure 230 : Situation professionnelle des jeunes touristes externes</i>	<i>283</i>
<i>Figure 231 : Niveau de vie médian selon la catégorie socioprofessionnelle en 2017 selon l'INSEE</i>	<i>283</i>
<i>Figure 232 : Caractéristiques des cadres appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes</i>	<i>284</i>
<i>Figure 233 : Caractéristiques des employés appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes</i>	<i>285</i>
<i>Figure 234 : Caractéristiques des jeunes de professions intermédiaires appartenant à l'échantillon de touristes externes.....</i>	<i>286</i>
<i>Figure 235 : Caractéristiques des ouvriers appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes.....</i>	<i>287</i>
<i>Figure 236 : Caractéristiques des artisans, commerçants et chefs d'entreprises appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes</i>	<i>289</i>
<i>Figure 237 : Caractéristiques des étudiants appartenant à l'échantillon de jeunes touristes externes</i>	<i>290</i>
<i>Figure 238 : Caractéristiques des jeunes sans activité professionnelle appartenant à l'échantillon de touristes externes.....</i>	<i>291</i>
<i>Figure 239 : Les jeunes touristes externes connaissent l'île grâce :</i>	<i>292</i>
<i>Figure 240 : Part des jeunes touristes externes hésitant avec une autre destination.....</i>	<i>292</i>
<i>Figure 241 : Destinations concurrentes à La Réunion citées par les jeunes touristes externes</i>	<i>292</i>
<i>Figure 242 : Motifs d'hésitation avec une autre destination</i>	<i>293</i>

<i>Figure 243 : Durée de séjour des jeunes touristes externes</i>	294
<i>Figure 244 : Motifs de séjours des jeunes touristes externes</i>	294
<i>Figure 245 : Objet de séjour des jeunes touristes externes</i>	295
<i>Figure 246 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes externes lors de leur séjour sur l'île</i>	295
<i>Figure 247 : Transports utilisés par les jeunes touristes externes</i>	296
<i>Figure 248 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes externes</i>	296
<i>Figure 249 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes externes</i>	297
<i>Figure 250 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes externes</i>	297
<i>Figure 251 : Activités choisies par les jeunes touristes externes</i>	297
<i>Figure 252 : Budget accordé aux activités par les jeunes touristes externes</i>	299
<i>Figure 253 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes externes</i>	299
<i>Figure 254 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes internes</i>	299
<i>Figure 255 : Activités sportives pratiquées par les jeunes touristes externes</i>	299
<i>Figure 256 : Caractéristiques des jeunes touristes affinitaires appartenant à l'échantillon</i>	300
<i>Figure 257 : Activités choisies par les jeunes touristes affinitaires lors de leur séjour</i>	301
<i>Figure 258 : Type d'activités pratiquées</i>	303
<i>Figure 259 : Part des jeunes touristes affinitaires pratiquant des activités</i>	303
<i>Figure 260 : Activités pratiquées par les jeunes touristes affinitaires</i>	303
<i>Figure 261 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes affinitaires</i>	304
<i>Figure 262 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes affinitaires</i>	304
<i>Figure 263 : Budget accordé aux activités des jeunes touristes affinitaires</i>	305
<i>Figure 264 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes affinitaires</i>	305
<i>Figure 265 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes affinitaires</i>	306
<i>Figure 266 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes affinitaires</i>	307
<i>Figure 267 : Lieux de restaurations fréquentés par les jeunes touristes affinitaires</i>	307
<i>Figure 268 : Caractéristiques des jeunes touristes de l'échantillon exclusivement en séjour d'agrément</i>	307
<i>Figure 269 : Activités choisies par les jeunes touristes en séjour exclusif d'agrément</i>	309
<i>Figure 270 : : Type d'activités pratiquées par les jeunes touristes d'agrément</i>	310
<i>Figure 271 : Part des jeunes touristes d'agrément pratiquant des activités</i>	310
<i>Figure 272 : Sports pratiqués par les jeunes touristes d'agrément</i>	311

<i>Figure 273 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes d'agrément.....</i>	<i>311</i>
<i>Figure 274 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes d'agrément</i>	<i>311</i>
<i>Figure 275 : Budget total accordé aux activités par les jeunes touristes d'agrément.....</i>	<i>312</i>
<i>Figure 276 : Moyens de transport choisis par les jeunes touristes d'agrément.....</i>	<i>313</i>
<i>Figure 277 : Moyens de transport utilisés par les jeunes touristes d'agrément</i>	<i>313</i>
<i>Figure 278 : Lieux de restauration choisi par les jeunes touristes d'agrément.....</i>	<i>314</i>
<i>Figure 279 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes d'agrément.....</i>	<i>314</i>
<i>Figure 280 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes d'agrément</i>	<i>314</i>
<i>Figure 281 : Caractéristiques des jeunes touristes d'affaires appartenant à l'échantillon.....</i>	<i>315</i>
<i>Figure 282 : Activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires de l'échantillon.....</i>	<i>317</i>
<i>Figure 283 : Activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires</i>	<i>318</i>
<i>Figure 284 : Part des jeunes touristes d'affaires pratiquant des activités</i>	<i>318</i>
<i>Figure 285 : Sports pratiqués par les jeunes touristes d'affaires</i>	<i>319</i>
<i>Figure 286 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes d'affaires.....</i>	<i>319</i>
<i>Figure 287 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes d'affaires</i>	<i>320</i>
<i>Figure 288 : Budget total accordé aux activités des jeunes touristes d'affaires</i>	<i>320</i>
<i>Figure 289 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes d'affaires</i>	<i>320</i>
<i>Figure 290 : Lieux de restauration fréquentés par les jeunes touristes d'affaires</i>	<i>321</i>
<i>Figure 291 : Budget total accordé à la restauration des jeunes touristes d'affaires.....</i>	<i>321</i>
<i>Figure 292 : Caractéristiques des jeunes touristes externes nés à La Réunion de l'échantillon</i>	<i>322</i>
<i>Figure 293 : Activités choisies par les jeunes touristes externes réunionnais</i>	<i>323</i>
<i>Figure 294 : Type d'activités pratiquées par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>325</i>
<i>Figure 295 : Part des jeunes touristes réunionnais pratiquant des activités.....</i>	<i>325</i>
<i>Figure 296 : Sports pratiqués par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>325</i>
<i>Figure 297 : Activités culturelles pratiquées par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>326</i>
<i>Figure 298 : Autres activités pratiquées par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>326</i>
<i>Figure 299 : Budget total consacré aux activités des jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>326</i>
<i>Figure 300 : Moyens de déplacement choisis par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>327</i>
<i>Figure 301 : Modes de déplacement utilisés par les jeunes touristes réunionnais</i>	<i>327</i>
<i>Figure 302 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes réunionnais.....</i>	<i>328</i>

<i>Figure 303 : Budget accordé à la restauration des jeunes touristes réunionnais</i>	328
<i>Figure 304 : Lieux de restauration choisis par les jeunes touristes réunionnais</i>	328
<i>Figure 305 : Nombre de jeunes touristes externes qui envisagent de revenir sur l'île pour un séjour de vacances</i>	329
<i>Figure 306 : Motivations au retour des jeunes touristes externes</i>	329
<i>Figure 307 : Motifs de motivation au retour relatifs au thème de la nature</i>	330
<i>Figure 308 : Motifs de motivation au retour relatifs à la thématique des liens familiaux ou amicaux</i>	331
<i>Figure 309 : Motifs au retour relatifs à la thématique de la culture</i>	332
<i>Figure 310 : Motifs relatifs à la thématique de découverte et liés au plaisir de voyager</i>	333
<i>Figure 311 : Motifs de retour relatifs au thème des activités</i>	334
<i>Figure 312 : Motifs de retour relatifs à la thématique du climat</i>	335
<i>Figure 313 : Motifs de retour relatifs à la thématique des conditions de vie</i>	336
<i>Figure 314 : Motifs au retour relatifs à la thématique de projets</i>	337
<i>Figure 315 : Autres motifs évoqués par les jeunes touristes externes</i>	338
<i>Figure 316 : Difficultés rencontrées par les jeunes touristes externes</i>	340
<i>Figure 317 : Part des jeunes touristes externes de notre échantillon ayant rencontré des difficultés</i>	340
<i>Figure 318 : Part des jeunes touristes externes qui envisagent de revenir sur l'île alors qu'ils ont rencontré des difficultés</i>	341
<i>Figure 319 : Suggestions d'axes d'amélioration du tourisme à La Réunion proposées par les jeunes touristes externes</i>	342
<i>Figure 320 : Suggestions proposées pour l'amélioration des transports</i>	342
<i>Figure 321 : Suggestions proposées pour la gestion des déchets</i>	343
<i>Figure 322 : Suggestions proposées pour l'amélioration de la communication</i>	343
<i>Figure 323 : Suggestions proposées pour l'amélioration de la qualité de services</i>	344
<i>Figure 324 : Suggestions d'amélioration des transports</i>	344
<i>Figure 325 : Suggestions d'amélioration sur les tarifs des prestations de services et des produits touristiques</i>	345
<i>Figure 326 : Autres suggestions d'amélioration proposées par les jeunes touristes externes</i>	345
<i>Figure 327 : Présentation des acteurs de l'ancien réseau des auberges de jeunesse à La Réunion</i>	356
<i>Figure 328 : Présentation des institutions touristiques interrogées dans le cadre de l'enquête sur les auberges de jeunesse</i>	357
<i>Figure 329 : Schématisation de l'ancien réseau réunionnais des auberges de jeunesse</i>	360

<i>Figure 330 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés à La Réunion pour la pratique d'activités</i>	367
<i>Figure 331 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés à La Réunion</i>	368
<i>Figure 332 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés à La Réunion</i> ...	368
<i>Figure 333 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés en France métropolitaine pour la pratique d'activités</i>	369
<i>Figure 334 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	369
<i>Figure 335 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés en France métropolitaine</i>	370
<i>Figure 336 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés dans la zone océan Indien (hors Réunion) pour la pratique d'activités</i>	370
<i>Figure 337 : Hébergements choisis par les jeunes touristes résidents nés à l'étranger ou dans les DOM-TOM (hors zone OI) pour la pratique d'activités</i>	371
<i>Figure 338 : Type d'hébergements fréquentés par les jeunes résidents nés à l'étranger</i>	371
<i>Figure 339 : Budget par nuitée accordé à l'hébergement touristique des jeunes résidents nés à l'étranger</i>	371
<i>Figure 340 : Hébergements choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	372
<i>Figure 341 : Répartition des hébergements choisis par les visiteurs des jeunes en mobilité</i>	372
<i>Figure 342 : Budget journalier dépensé pour l'hébergement des visiteurs des jeunes en mobilité</i>	372
<i>Figure 343 : Part de jeunes satisfaits par l'offre d'hébergement à La Réunion</i>	373
<i>Figure 344 : Motifs de satisfaction des hébergements, avancés par les jeunes installés sur l'île</i>	373
<i>Figure 345 : Motifs d'insatisfaction prononcés par les jeunes installés sur l'île</i>	374
<i>Figure 346 : Hébergements choisis par les jeunes touristes externes lors de leur séjour sur l'île</i>	374
<i>Figure 347 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes externes</i>	375
<i>Figure 348 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes externes</i>	375
<i>Figure 349 : Hébergements choisis par les jeunes touristes affinitaires</i>	376
<i>Figure 350 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes affinitaires</i>	376
<i>Figure 351 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes affinitaires</i>	376
<i>Figure 352 : Lieux d'hébergements choisis par les jeunes touristes d'agrément</i>	377
<i>Figure 353 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes d'agrément</i>	377
<i>Figure 354 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes d'agrément</i>	377
<i>Figure 355 : Hébergements choisis par les jeunes touristes d'affaires</i>	378

<i>Figure 356 : Budget total accordé à l'hébergement des jeunes touristes d'affaires</i>	<i>379</i>
<i>Figure 357 : Hébergements fréquentés par les jeunes touristes d'affaires.....</i>	<i>379</i>
<i>Figure 358 : Hébergements choisis par les jeunes touristes nés à La Réunion</i>	<i>379</i>
<i>Figure 359 : Budget accordé à l'hébergement par les jeunes touristes nés à La Réunion</i>	<i>380</i>
<i>Figure 360 : Hébergement fréquentés par les jeunes touristes nés à La Réunion</i>	<i>380</i>
<i>Figure 361 : Politique de prix proposée par l'auberge Eco².....</i>	<i>389</i>
<i>Figure 362 : Typologie des jeunes touristes à La Réunion.....</i>	<i>396</i>

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire enquête quantitative auprès des jeunes touristes internes.....p. 439

Annexe 2 : Questionnaire enquête quantitative auprès des jeunes touristes externes.....p.448

Annexe 1 :

Questionnaire à destination des jeunes touristes internes

Tourisme et loisirs des jeunes à La Réunion

Etudiante en deuxième année de doctorat et appartenant au Laboratoire OIES CRESOI, j'étudie sur le tourisme des jeunes à La Réunion. Les jeunes présents à La Réunion sont considérés comme des touristes dès lors qu'ils consomment du produit touristique (hébergement, transport, restauration, activités...). Ainsi, je souhaite avoir votre avis sur le tourisme et les loisirs de l'île.

*Obligatoire

1. Adresse e-mail *

Vous

2. Age *

3. Sexe *

Une seule réponse possible.

Femme

Homme

4. Nationalité *

5. Département de naissance *

6. Lieu de résidence *

Une seule réponse possible.

La Réunion

Autre : _____

7. Situation familiale *

Une seule réponse possible.

En couple avec enfant(s)

En couple sans enfant

Célibataire avec enfant(s)

Célibataire sans enfant(s)

8. Lieux d'habitation **Une seule réponse possible.*

- Domicile parental
- En location
- Propriétaire
- Autre : _____

9. Situation professionnelle **Une seule réponse possible.*

- Sans emploi
- Etudiant
- Autre : _____

10. Si étudiant: UFR*Une seule réponse possible.*

- Lettres et Sciences Humaines
- Droit Eco
- Sciences
- STAPS
- Autre : _____

11. Si en mobilité: durée de mobilité*Plusieurs réponses possibles.*

- Moins de 6 mois
- Entre 6 mois et un an
- Plus d'un an

La Réunion et vous**12. Comment avez-vous connu l'île? ****Plusieurs réponses possibles.*

- Université
- Internet
- Bouche à oreilles
- Campagne de promotion IRT
- Lieu de naissance
- Liens familiaux
- Autre : _____

13. Pourquoi avoir choisi cette destination?

14. Êtes-vous satisfait de ce choix?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

15. Pourquoi?

Activités sur l'île

16. Pratiquez-vous des activités de loisirs? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

17. Si oui, lesquelles? *

Plusieurs réponses possibles.

- Sportives
- Culturelles
- Autre : _____

18. Si sportives, lesquelles

Plusieurs réponses possibles.

- Randonnée
- Trail
- VTT, vélo
- Plongée
- Voile
- Surf
- Canyoning
- Sports d'eaux-vives
- Autre : _____

19. Si culturelles, lesquelles

Plusieurs réponses possibles.

- Musique
- Danse
- Musées
- Activités manuelles
- Autre : _____

20. Si oui, à quelle fréquence?

Une seule réponse possible.

- Plus de 4 fois par mois
- 1 à 2 fois par mois
- Moins d'1 fois par mois

21. Quel budget mensuel accordez-vous à ces activités?

Une seule réponse possible.

- Moins de 20 €
- De 20 à 40€
- Plus de 40€
- Autre : _____

22. Êtes-vous satisfait de l'offre proposée par l'île en terme d'activité?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

23. Justifiez

Hébergements touristiques**24. Vous arrive-t-il de dormir en dehors de chez vous pour la pratique de ces activités?**

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

25. Si oui, à quelle fréquence?

Plusieurs réponses possibles.

- Plus de 4 fois par mois
 1 à 2 fois par mois
 Moins d'une fois par mois

26. Quel type d'hébergements fréquentez-vous?

Plusieurs réponses possibles.

- Hôtel
 Auberges et gîtes
 Camping
 Amis, connaissances, famille
 Autre : _____

27. Quel budget accordez-vous à ces hébergements?

Plusieurs réponses possibles.

- Moins de 20€
 Entre 20 et 40€
 Plus de 40€

28. Êtes-vous satisfait de l'offre d'hébergement proposée par l'île? *

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

29. Justifiez *

Transport**30. Comment vous déplacez-vous sur l'île? ***

Plusieurs réponses possibles.

- Transport en commun
- Véhicule personnel
- Covoiturage
- Autre : _____

31. Quel budget mensuel y accordez-vous? *

Une seule réponse possible.

- Moins de 20€
- Entre 20 et 40€
- Plus de 40€

32. Êtes-vous satisfait de ce moyen? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

33. Justifiez *

Vos proches**34. Avez-vous des amis, des membres de votre famille ou d'autres proches qui viennent ou sont venu vous rendre visite? ***

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

35. Si oui, combien de personnes?

36. Si oui, quels âges ont ou avaient-ils?

37. Si oui, combien de temps sont-ils restés ou ont-ils l'intention de rester?

38. Si oui, où sont-ils ou ont-ils été hébergés?

Plusieurs réponses possibles.

- Chez-vous
- A l'hôtel
- Autre : _____

39. Quel budget journalier chaque personne accorde à cet hébergement?

Plusieurs réponses possibles.

- Moins de 20€
- Entre 20 et 40€
- Plus de 40€

40. Ont-ils prévus de pratiquer des activités touristiques durant leur séjour?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

41. Si oui, lesquelles? Et quel est le budget total consacré?

42. Si non, pourquoi?

43. Quels endroits fréquentent-ils pour se restaurer?

Plusieurs réponses possibles.

- Restaurants
- A domicile
- Snacks
- Autre : _____

44. Quel est le budget journalier accordé par personne?

Plusieurs réponses possibles.

- Moins de 20€
- Entre 20 et 40€
- Plus de 40€

Votre avis sur La Réunion, destination touristique pour les jeunes

45. A votre retour, pensez-vous recommander La Réunion comme destination touristique à votre entourage? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

46. Justifiez

47. Avez-vous rencontrés des difficultés lors de votre installation et/ou lors de vos déplacements sur l'île? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

48. Si oui, précisez

49. Avez-vous des suggestions à faire pour améliorer la pratique des activités touristiques pour les jeunes sur l'île? *

M'envoyer une copie de mes réponses

Fourni par
 Google Forms

Annexe 2 :

Questionnaire à destination des jeunes touristes externes

Questions	Modalités de réponse
1. Dans quel pays, habitez-vous ?	Afrique du sud ; Allemagne ; Angleterre ; Australie ; Canada ; Chine ; Comores ; Corée ; Dubaï ; Espagne ; Etat Unis ; France ; Guadeloupe ; Guyane ; Inde ; Irlande ; Italie ; Madagascar ; Martinique ; Maurice ; Mayotte ; Polynésie Française ; Rodrigue ; Autre
2. Si autre lieu de résidence, veuillez préciser :	Ouverte
3. Quel âge avez vous ?	15 - 18 ans ; 19 -25 ans ; 26 - 30 ans
4. Vous êtes :	Un homme ; Une femme
5. Quel est votre pays de naissance ?	Afrique du sud ; Allemagne ; Angleterre ; Australie ; Canada ; Chine ; Comores ; Corée ; Dubaï ; Espagne ; Etats Unis ; France ; Guadeloupe ; Guyane ; Inde ; Irlande ; Italie ; Madagascar ; Martinique ; Maurice ; Mayotte ; Polynésie Française ; Réunion ; Rodrigue ; Autre
6. Si autre pays de naissance, veuillez préciser le pays de naissance	Ouverte
8. Quelle est votre situation familiale ?	En couple avec enfant(s) ; En couple sans enfant(s) ; Célibataire avec enfant(s) ; Célibataire sans enfant(s)
9. Dans votre pays de résidence, où vivez-vous ? (cela ne concerne pas le lieu de résidence en lien avec le séjour à La Réunion)	Chez les parents ; Chez des amis ; Chez la famille ; Je suis en location personnelle ; En colocation ; Je suis propriétaire ; Autre
10. Si autre type d'habitation, pouvez-vous nous préciser le type d'habitation dans lequel vous vivez dans votre pays de résidence ?	Ouverte
11. Pouvez-vous nous indiquer votre situation professionnelle parmi le listing ci-dessous ?	11 Agriculteurs sur petite exploitation ; 12 Agriculteurs sur moyenne exploitation ; 13 Agriculteurs sur grande exploitation ; 21 Artisan ; 22 Commerçant et assimilés ; 23 Chefs d'entreprise de 10 salariés ou plus ; 31 Professions libérales ; 33 Cadres de la fonction publique ; 34 Professeurs, professions scientifiques ; 35 Professions de l'information, des arts et des spectacles ; 37 Cadres administratifs et commerciaux d'entreprise ; 38 Ingénieurs et cadres techniques d'entreprise ; 42 Professeurs des écoles, instituteurs et assimilés ; 43 Professions intermédiaires de la santé et du travail social ; 44 Clergé, religieux ; 45 Professions intermédiaires administratives de la fonction publique ; 46 Professions intermédiaires administratives et commerciales des entreprises ; 47 Techniciens ; 48 Contremaîtres, agents de maîtrise ; 52 Employés civils et agents de service de la fonction publique ; 53 Policiers et militaires ; 54 Employés administratifs d'entreprise ; 55 Employés de commerce ; 56 Personnels des services directs aux particuliers ; 62 Ouvriers qualifiés de type industriel ; 63 Ouvriers qualifiés de type artisanal ; 64 Chauffeurs ; 65 Ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage et du transport ; 67 Ouvriers non qualifiés de type industriel ; 68 Ouvriers non qualifiés de type artisanal ; 69 Ouvriers agricoles ; 71 Anciens agriculteurs exploitants ; 72 Anciens artisans, commerçants et chefs d'entreprise ; 74 Anciens cadres ; 75 Anciennes professions intermédiaires ; 77 Anciens employés ; 78 Anciens ouvriers ; 81 Chômeurs n'ayant jamais travaillé ; 83 Militaires du contingent ; 84 Élèves, étudiants ; 85 Personnes diverses sans activité professionnelle de moins de 60 ans (sauf retraités) ; 86 Personnes diverses sans activité professionnelle de 60 ans et plus (sauf retraités)
12. Pourriez-vous nous indiquer le niveau d'études le plus élevé au moment où je vous parle ?	Niveau V, brevet, BEP, CAP, certificat de formation professionnelle des adultes (CFPA) du premier degré ; Niveau IV (Bac+0) brevet professionnel (BP), du brevet de technicien (BT), du baccalauréat général, du baccalauréat professionnel ou du baccalauréat technologique ; Niveau III (Bac+2 obtenu) DUT, BTS ; Niveau II (Bac+3 et Bac+4 obtenu) licence ou de la maîtrise ou de la première année de master. ; Niveau I (Bac+5 et plus obtenu) un master ou un doctorat.
13. Comment avez-vous connu l'île de La Réunion ?_1	Université ; Internet ; Bouche à oreilles ; Campagne de promotion IRT (salon, affiche publicitaire, émission, magazine...); Lieu de naissance ; Liens familiaux ; Autre (précisez)
14. Si autre, pourriez-vous indiquer le moyen par lequel vous avez connu l'île de la Réunion ?	Ouverte
15. Pour votre choix de séjour, avez-vous hésité avec d'autres destinations ?	Oui ; Non
16. Si oui, pourquoi avez-vous finalement choisi la Réunion pour votre séjour ?	Ouverte
17. Pourriez-vous nous indiquer l'objet de votre séjour à La Réunion ? (Plusieurs choix possibles)_1	Emploi de courte durée ; Stage ; Formation ; Séjour de vacances ; Visite chez la famille ; Visite des amis et des proches ; Autre

18 Si autre, pourriez-vous nous indiquer le motif de votre séjour sur l'île de la Réunion svp ?	Ouverte
19. Pourriez-vous nous indiquer la durée totale de votre séjour sur l'île en nombre de jours ? (Depuis la date d'arrivée jusqu'à la date de Réunion)	Ouverte
20. Pour vos déplacements sur l'île, quels sont les moyens de transport que vous utilisez ?_1	Location de véhicule chez un professionnel ; Location de véhicule de particulier à particulier (avec ou sans plateforme intermédiaire et prestation payante) ; Taxi ; Transport en commun ; Prêt gracieux du véhicule d'un ami ; Prêt gracieux du véhicule de la famille ; Prêt gracieux du véhicule d'une connaissance ; Trottinette ; A pied ; Vélo ; Autre
21. Si autre, quel autre moyen de transport utilisez-vous ?	Ouverte
22. Dans quel type hébergement, avez-vous prévu de séjourner ou séjournez-vous sur l'île ?_1	Chez un ami ou chez une connaissance ; Chez de la famille ; Hôtel classé ; Hôtel non classé ; Maison d'hôtes ; Gîte ; Camping ; Bivouac ; Dans une location via Air BnB ; Dans une location marchande autre que AirBNB ; Autre
23. Si autre, dans quel autre type hébergement, allez-vous séjourner ou séjournez-vous ?	Ouverte
24. Quel est le budget personnel que vous allez accorder à l'hébergement pour la durée totale de votre séjour ? (Budget uniquement pour la personne interrogée)	Je ne dépense rien pour l'hébergement ; Moins de 50€ ; Entre 50 et 100€ ; Entre 100 et 200€ ; Entre 200 et 300€ ; Plus de 300€
25-Quelles activités avez-vous réalisé ou allez-vous réaliser durant votre séjour sur l'île ?_1	Randonnée (sport) ; Trail (sport) ; VTT, vélo (sport) ; Plongée (sport) ; Voile (sport) ; Surf (sport) ; Canyoning (sport) ; Sports d'eaux vives (sport) ; Intérêt pour la musique traditionnelle locale (Maloya) (Culturelle) ; Activités manuelles et activités liées à l'artisanat local (ex: tressage de vacoa) (Culturelle) ; Visite de musée (CULTURELLE) ; Participation à des concerts de musique traditionnelle (CULTURELLE) ; Participation à des fêtes traditionnelles (ex: Dipavali, Fet Kaf, Nouvel an chinois, etc.) (Culturelle) ; Rien de particulier ; Autre
26. Si autre activité, veuillez préciser laquelle	Ouverte
27. Quel est le budget personnel que vous allez accorder aux activités pour la durée totale de votre séjour sur l'île ? (Budget uniquement pour la personne interrogée)	Je ne fais que des activités gratuites ; Moins de 50€ ; Entre 50 et 100€ ; Entre 100 et 200€ ; Entre 200 et 300 € ; Plus de 300 €
28. Quels sont les endroits fréquentés durant la totalité de votre séjour pour vous restaurer ?_1	Restaurants étoilés ; Restaurants non-classés ; Snack, bar, pizzeria ; Boulangerie, points chauds ; Chez des amis ou de la famille ; A domicile ; Autre (précisez)
29. Si autre endroit de restauration, quel sont vos autres endroits de restauration ?	Ouverte
30. Quel est le budget personnel que vous accordez pour la restauration pour la durée totale de votre séjour sur l'île ? (Budget uniquement pour la personne interrogée)	Je ne dépense rien pour me restaurer ; Moins de 50€ ; Entre 50 et 100€ ; Entre 100 et 200€ ; Entre 200 et 300 € ; Plus de 300 €
31. Envisagez-vous de revenir sur l'île de la Réunion pour un prochain séjour ?	Oui ; Non ; Peut-être ; Je ne sais pas encore
32. Quelle que soit la réponse apportée à la question précédente, pouvez-vous nous expliquer pourquoi ce choix ?	Ouverte
33. Pouvez-vous nous dire si vous avez rencontré des difficultés durant votre séjour que ce soit pour vos activités de loisirs, pour vos déplacements, pour vous restaurer, ou tout autre difficulté que vous jugez utile de nous en informer ?	Oui ; Non
34. Si Oui, pourriez-vous nous indiquer lesquelles svp ?	Ouverte
35-Avez-vous des suggestions à formuler pour améliorer la pratique des activités et des services touristiques pour des jeunes venant sur l'île de la Réunion ?	Ouverte

Table des matières

SOMMAIRE	2
REMERCIEMENTS	3
INTRODUCTION	5
I. SOUS-BASSEMENT HISTORIQUE ET CADRE THEORIQUE	26
A. Tourisme, Vacances et Loisir(s)	26
1. <i>Liens et interférences</i>	26
2. <i>Définitions</i>	28
3. <i>Positionnement épistémologique</i>	36
B. La Jeunesse, entre définitions et concepts	39
1. <i>Âges et Jeunesse</i>	40
2. <i>Génération et Jeunesse</i>	43
3. <i>La Jeunesse de l'étude</i>	47
C. Le Tourisme : support d'encadrement de la jeunesse	49
1. <i>La genèse du tourisme : d'un tourisme élitiste à un « tourisme de masse »</i>	50
2. <i>Le tourisme des masses, facteur de socialisation</i>	54
3. <i>L'éducation au tourisme de nos jours</i>	67
4. <i>Vacances et inégalités</i>	72
D. Les jeunes touristes, un segment de marché en étude	73
1. <i>Une clientèle aux multiples enjeux</i>	73
2. <i>Plurielle en terme de modes de consommation (typologies)</i>	77
3. <i>Et aux motivations variées</i>	80
4. <i>De nombreux cadres de pratiques</i>	84
E. Synthèse	89
II. CONTEXTUALISATION	91
A. La Réunion : histoire, démographie, économie	91
1. <i>De colonie à D.R.O.M. français</i>	92
2. <i>La population Réunionnaise</i>	95
3. <i>L'économie réunionnaise</i>	107
B. Histoire du tourisme à La Réunion	116
1. <i>Le tourisme thérapeutique au XIX^e siècle</i>	116
2. <i>1911-1970 : balbutiement d'un développement touristique</i>	119
3. <i>1970 : Un tourisme en pleine structuration</i>	121
4. <i>Une clientèle plus diversifiée à partir de 1980</i>	125

5. <i>Les années 1990 : un secteur en lente progression</i>	129
C. Les années 2000 : entre crises et croissances	132
1. <i>La diversité de l'offre</i>	132
2. <i>La diversité de la demande</i>	158
D. Le tourisme des jeunes : un voyage initiatique	171
1. <i>Les structures accueillantes de 1935 à 2005</i>	173
2. <i>Des données et des études quasi inexistantes sur le tourisme des jeunes à La Réunion</i>	177
E. Synthèse	185
III. INTRODUCTION DES ETUDES QUANTITATIVES ET ANALYSE DES PRATIQUES	
INTERNES	188
A. Introduction	188
B. Les jeunes touristes internes	205
1. <i>Structure du questionnaire</i>	206
2. <i>Passation</i>	208
3. <i>Résultats</i>	210
4. <i>Synthèse</i>	270
IV. ANALYSE DES PRATIQUES EXTERNES ET BILAN DES ENQUETES QUANTITATIVES	275
A. Les jeunes touristes externes	275
1. <i>Structure du questionnaire</i>	275
2. <i>Passation</i>	276
3. <i>Résultats</i>	278
4. <i>Synthèse</i>	346
B. Bilan des enquêtes quantitatives	352
V. L'HEBERGEMENT DES JEUNES A LA REUNION	355
A. Le cas des auberges de jeunesse	356
1. <i>L'ancien réseau : de 1989 à 2010</i>	356
2. <i>Représentations des acteurs du tourisme et de la jeunesse</i>	363
B. Habitudes de fréquentation des jeunes	367
1. <i>Jeunes touristes internes</i>	367
2. <i>Les touristes externes</i>	374
3. <i>Synthèse</i>	380
C. L'auberge Eco²	386
1. <i>Objectifs du projet</i>	386
2. <i>Caractéristique de l'offre</i>	387
3. <i>Les moyens commerciaux</i>	388
D. Synthèse	391

CONCLUSION GENERALE.....	393
SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE.....	405
TABLE DES ILLUSTRATIONS	421
ANNEXES.....	436
TABLE DES MATIERES.....	448
RESUME/ ABSTRACT	451

Résumé/ Abstract

Si les données quantitatives en matière de tourisme abondent ces dernières années et sont relativement bien renseignées, il est un secteur à La Réunion qui n'a fait l'objet d'aucune attention de la part des instances du tourisme local ou encore de l'observatoire du tourisme. C'est la question du « tourisme des jeunes ». Or force est de constater que les 15-30 ans se déplacent de plus en plus, qu'ils ont des motivations et attentes particulières au regard de leur pouvoir d'achat. Pour le dire rapidement, ils constituent un « segment à part entière » non dénué d'intérêt au plan économique et social. Le travail de recherche entend dans une première étape éclaircir le concept de « tourisme des jeunes » en s'appuyant sur les travaux anglo-saxons récents qui étudient la montée en puissance du secteur d'activités. L'Organisation mondiale du tourisme pointe le mouvement de croissance du tourisme des jeunes dans le tourisme mondial. Ainsi, il représente actuellement 20% des voyages internationaux et l'OMT table sur 300 millions de jeunes touristes en 2020, soit un volume de déplacements loin d'être négligeable au sein de la dynamique touristique mondiale. A partir des résultats d'enquêtes consignés par la *WYSE Travel Confederation*, organe pionnier en matière d'étude du tourisme des jeunes, nous souhaitons dans un second temps analyser « le tourisme des jeunes » à La Réunion. Quelle est sa part quantitative dans la dynamique touristique actuelle ? Comment se manifeste-t-il ? Quels programmes et activités touristiques recouvre-t-il ? Quelles est la part du tourisme extérieur et celle du tourisme intérieur au sein du groupe « jeunes » ? Comment infléchir la politique touristique régionale afin de mieux prendre en compte ce segment incontournable ? Pour mieux cibler cette clientèle locale méconnue, nous mettons en place une stratégie de recueil d'informations composée d'enquêtes qualitatives et quantitatives entrant dans le cadre méthodologique de la recherche-action.

Mots clés : Tourisme, jeunesse, éducation populaire, La Réunion, enquête

Quantitative data on tourism are numerous and tend to be relatively well informed. Yet there is a tourism sector in Reunion that has not been studied : it is the tourism of the youth even though it is clear that young people from 15-30 years old travel more and more and have motivations and expectations that are specific towards their spending power. To say it clearly : they represent a tourism sector in its own right, obviously interesting from an economical and social point of view. Our research work focused first on clarifying the definition of "youth tourism" by relying on the recent English studies that have looked at the increase in activity of this tourism sector. The World travel organisation (UNTWO) has pointed out the major increase of youth tourism in the world's tourism industry. Indeed, this sector now represents 20 % of international travels and the UNTWO estimates that in 2020 they were 300 millions young tourists, which represents a significant volume of travels within the world tourism industry. Secondly we want to analyse this tourism sector on our territory : Reunion Island. What is its share in the actual tourism dynamic ? How is it expressed ? What touristic programs and activities does it cover ? Within the "youth sector", how much is external and how much is internal ? How can we inflect the regional tourism politics to better take this sector into account ? To appropriately target this unknown local sector, we set up a strategy of collecting information by using qualitative and quantitative surveys, entering the methodological frame of "research action".

Keywords : Tourism, youth, popular education, Réunion Island, survey