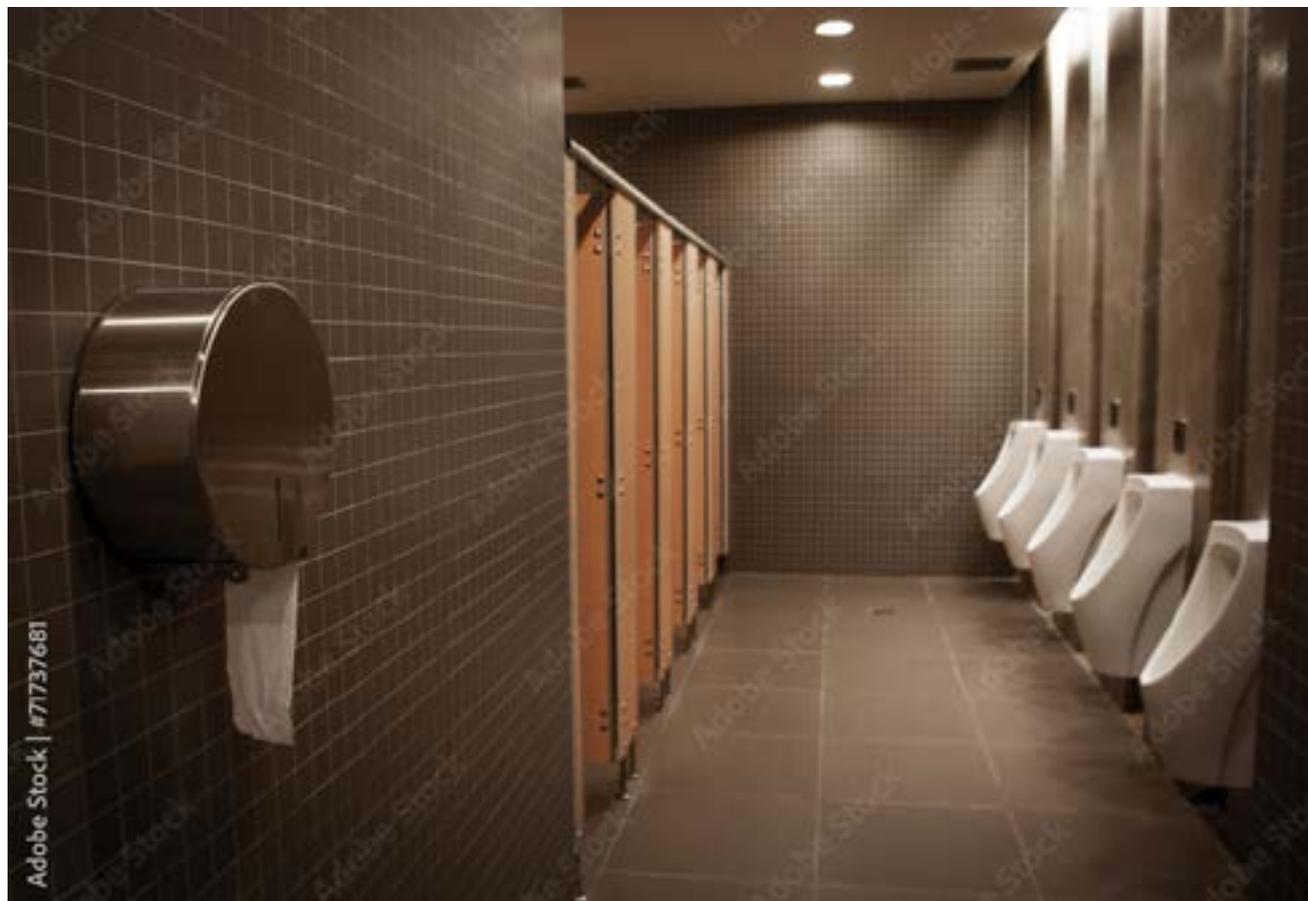


LES TOILETTES, COMPOSANTE MÉCONNUE DE L'HOSPITALITÉ TOURISTIQUE

“Où se trouvent les toilettes ?”, c’est l’une des premières questions que posent les touristes lors d’une étape, ou au début de leur séjour. Au même titre que l’hébergement, la restauration ou les loisirs, les toilettes constituent une composante essentielle de l’offre... mais, à l’évidence, insuffisamment prise en compte dans les stratégies touristiques. On dispose de peu d’études et de données chiffrées sur cette question pourtant universelle. Cet article est un véritable manifeste en faveur de la prise en compte des toilettes dans les stratégies touristiques.

PATRICK VICERIAT / Président de l’AFEST, Directeur de Détente Consulting
CLAUDE ORIGET DU CLUZEAU / Vice-Présidente de l’AFEST



Son évocation peut être délicate, faire sourire, ou créer une véritable gêne. Mais la question des toilettes répond aux besoins de base des populations locales et touristiques : uriner et déféquer, au même titre que se loger ou se nourrir. Une expérience positive avec les toilettes relève à part entière de "l'expérience client", et contribue, discrètement, à la satisfaction d'un séjour touristique. Certains publics, spécifiques, sont plus touchés que d'autres lorsque les installations sanitaires sont rares, insuffisantes, ou inadaptées. C'est notamment le cas pour les femmes enceintes, les familles avec bébés ou jeunes enfants, les personnes âgées qui ont des besoins médicaux spécifiques, les personnes handicapées...

Pour les personnes les plus vulnérables, les visites et les loisirs de proximité peuvent très vite devenir des sources d'anxiété, si l'accès aux toilettes dans les espaces publics n'est pas correctement assuré. Mais plus généralement, tout organisateur sait que, lors d'une étape ou à l'arrivée, de nombreuses personnes de son groupe se dirigeront instantanément vers les toilettes. Combien de sites ont ainsi été boudés par les autocaristes, faute de WC insuffisants en nombre ou en qualité !

L'épidémie de Covid-19, les deux confinements et, dans la foulée, la fermeture des bars, cafés et restaurants ont révélé l'importance capitale que revêt, aujourd'hui, ce mobilier public. La question des équipements que doit fournir a minima une collectivité, et notamment une station ou une ville touristique en matière d'eau et d'assainissement, est plus que jamais d'actualité depuis l'irruption de la crise sanitaire. Mais le sujet ne date pas d'hier.

UN SUJET D'INTÉRÊT PUBLIC ET INTERNATIONAL

Une résolution de l'Assemblée générale des Nations Unies de juillet 2010 avait déjà reconnu l'accès à l'eau potable et à l'assainissement comme un "droit fondamental, essentiel à la pleine jouissance de la vie et à l'exercice de tous les droits de l'homme". En France, la dernière proposition de loi qui avait essayé d'imposer des obligations très claires en la matière remonte à 2016. Elle prévoyait, notamment, de rendre obli-

gatoire la mise à disposition gratuite de points d'eau et de toilettes publiques pour les communes de plus de 3 500 habitants. Adopté à l'Assemblée nationale, le texte avait finalement été rejeté par le Sénat.

Avec le développement du secteur touristique, la hausse des déplacements des familles et des seniors, la demande pour des toilettes publiques de qualité est en forte croissance. Dès lors, des questions cruciales se posent :

- ▶ Comment répondre à ces besoins de base des touristes, et notamment les plus vulnérables ? Les architectes aménagent dès que possible des toilettes pour les personnes en fauteuil roulant, mais peu de considérations sont portées aux handicapés mal voyants qui ont besoin d'éclairages et de signalétiques renforcés.
- ▶ Comment offrir des toilettes de qualité ? Se pose en premier lieu la question du modèle économique : gratuit ou payant ? Achat ou location par les opérateurs ? Combien de cabines ? Mixtes ou genrées ? Où ? Faut-il des toilettes simplement fonctionnelles, ou instagrammables à l'image des toilettes futuristes du restaurant Sketch à Londres, des lavabos de cristal du restaurant Cristal Room de Baccarat à Paris, ou du Robot Restaurant à Tokyo ?
- ▶ Faut-il créer de nouvelles toilettes publiques, et/ou rendre publiques les toilettes privées chez les opérateurs (hôteliers, restaurateurs, commerçants...) ?
- ▶ Quelles innovations dans les services et les équipements pour préparer les "toilettes du futur" ? Les initiatives ne manquent pas : urinoirs pour femmes développés par la start-up Madame Pee, toilettes écologiques "passives" proposées par Ecosec, toilettes fixes ou saisonnières, pour la plage, la montagne, les sites culturels et patrimoniaux, les sentiers de randonnée (comme en Suisse), les événementiels et les espaces naturels, comme les calanques.
- ▶ Quels impacts sur les populations et l'environnement ?

La plupart des enquêtes menées sur ce thème montrent que la France est en retard par rapport à d'autres grands pays touristiques. À l'occasion de la Journée mondiale des toilettes, le 19 novembre, le groupe Tork, leader des produits d'hygiène, a réalisé une enquête auprès de 2 500 habitants de pays européens sur leurs habitu-

QUELQUES CHIFFRES...

Un touriste se rend aux toilettes 5 à 7 fois par jour en moyenne. Ce chiffre a tendance à s'accroître avec le vieillissement des clientèles.

On considère qu'un touriste occidental urine toutes les 90 mn, un touriste asiatique toutes les heures. À noter que les femmes passent en moyenne 40% de temps de plus que les hommes dans les toilettes.



Dans les célèbres calanques de Marseille, la propreté du lieu et le bon accueil des visiteurs est un enjeu crucial pour conserver le site.

HATELACACA DANS LES CALANQUES

Après avoir constaté un taux élevé de matières fécales dans les eaux de baignade, et la présence d'excréments et de papier toilette à de nombreux endroits sur le site, les responsables du Parc national des Calanques, près de Marseille, ont décidé depuis l'année dernière de mettre à disposition des visiteurs des toilettes pendant la période estivale.

des aux toilettes. Concernant le lavage des mains, on retrouve les Français tout en bas du classement : 75,5 % d'entre eux affirment se laver systématiquement les mains en sortant des toilettes, loin derrière des pays comme la Finlande ou le Royaume-Uni (89 %).

Selon cette même étude, seulement 30 % des Français jugent les toilettes de leur lieu de travail propres, contre 90 % des Finlandais. Résultat : seuls 17 % des Français utilisent les sanitaires au travail, les autres préférant attendre de rentrer chez eux. Idem chez les enfants qui sont seulement 32 % à fréquenter les toilettes de leur école. La première raison évoquée est l'absence de papier toilette, suivie du manque de savon et d'essuie-main.

LES TOILETTES PUBLIQUES DANS LES DESTINATIONS ET LES FILIÈRES TOURISTIQUES

Force est de constater que peu de destinations intègrent les toilettes dans leur schéma de développement touristique, ou leurs programmes

d'investissement. Au mieux, on constate, et on déplore le manque ou la faible qualité des services sanitaires, mais on trouve très peu d'actions opérationnelles pour augmenter l'offre, ou en améliorer la qualité.

D'après le site toilettespubliques.com qui mène régulièrement des enquêtes sur l'offre de sanitaires dans les villes touristiques françaises, la commune balnéaire de Carcans, en Gironde, arrive en tête avec 5,8 toilettes pour 1 000 habitants. Cette enquête met en exergue de profondes disparités entre les territoires.

La question de l'entretien des structures, une fois installées, se pose également. En 2018, l'UFC-Que Choisir a réalisé une enquête sur les toilettes publiques dans le centre-ville de Nancy. Selon cette enquête, si les infrastructures sont en nombre satisfaisant, leur signalisation laisse à désirer. Et la moitié d'entre elles ne disposaient pas de papier toilette, ni de savon.

En France, JCDecaux a installé des sanitaires dans quelque 150 collectivités dont de nombreux sites touristiques, pour un total de 1 200 in-

LES ENQUÊTES DE SATISFACTION DES GARES TÉMOIGNENT SOUVENT DE LA MAUVAISE IMAGE DES TOILETTES AUPRÈS DES CLIENTS, QUI SONT NOMBREUX À LES ÉVITER

frastructures, totalisant 23 millions d'entrées par an. À Paris en particulier, JC Decaux est un acteur majeur des toilettes publiques. Plus de 750 toilettes publiques et urinoirs, et près de 435 sanisettes, y sont installés pour répondre aux exigences des Parisiens et des touristes. Leur accès est gratuit, et elles sont accessibles aux personnes en fauteuil roulant. Outre les sanisettes, la Ville de

Paris dispose également d'un réseau important de toilettes et urinoirs accessibles dans ses parcs et jardins. Au total, 300 toilettes et urinoirs sont installés dans les jardins parisiens. Les 435 sanisettes de Paris enregistrent en moyenne 15 millions d'entrées par an, soit en moyenne 94 entrées quotidiennes chacune. D'après JC Decaux, les toilettes publiques situées sur les sites touristiques accueillent plus de monde qu'ailleurs. Les sanitaires

les plus utilisés à Paris, ceux au pied de la Tour Eiffel, accueillent chaque jour en moyenne 200 personnes. Durant la Pentecôte, on y a enregistré des files d'attente de plus de 40 personnes !

D'autres opérateurs interviennent sur les sanitaires dans les sites touristiques, comme Saniphère qui est un fournisseur de toilettes publiques incontournable dans les stations de ski, les sites de haute altitude et les refuges, ou encore Lovely Toilettes, spécialisé dans la location et la vente de toilettes sèches pour les événementiels et les sites naturels.

LA TECHNOLOGIE AU SECOURS DU TOURISTE ?

Dans les hôtels, les restaurants et les bars, où le trop-plein de la vessie est souvent un motif ou une incitation à consommer, les toilettes ne contribuent certes pas à la renommée ou à la réputation d'un établissement, comme la cuisine et l'ambiance... mais leur mauvaise tenue, voire pire, peut sérieusement ternir cette réputation. Dans les infrastructures et équipements de transport également, la question des toilettes est essentielle : train, avion, bateau, gare, aéroport, port... Cela ne fait que quelques années qu'une équipe de nettoyage circule dans les TGV, et assure la propreté des toilettes pendant le parcours.

Depuis 2014, pour faire face à cette situation, la SNCF a confié à 2theloo, une entreprise néerlandaise, la gestion de ses espaces sanitaires dans 38 gares : accueil par une « dame-pipi », nettoyage, décoration avec affiches de monuments emblématiques, espace urserie, boutique, produits dérivés... Le service, initialement payant, avec un prix d'accès à 1 euro, est devenu gratuit en 2022 pour les voyageurs munis d'un billet de train.

Rappelons que la société 2theloo avait racheté l'opérateur de toilettes français haut de gamme Point WC, dont l'une des unités se trouve encore au Carrousel du Louvre.

Les aires d'autoroute, quant à elles, sont régulièrement confrontées à la question des toilettes, comme en témoignent ces longues files devant les toilettes pour femmes pendant la période estivale, et à chaque grand chassé-croisé de vacanciers. Pour trouver des toilettes et répondre à un besoin pressant, plusieurs sites et applications mobiles ont été développés : toilettes publiques.net, "Wiko/Toilettes Finder" (répertoriant plus de 150 000 toilettes dans le monde), "Where is public toilet"... ou encore "CacAdvisor", qui propose d'évaluer les toilettes publiques jusqu'à cinq "rouleaux" selon plusieurs critères : propreté, équipements, confort, services.

L'ENJEU STRATÉGIQUE DES SANITAIRES DANS L'ATTRACTIVITÉ DES DESTINATIONS ÉTRANGÈRES

Plusieurs pays européens ont fortement misé sur la qualité de leurs toilettes :

- ▶ Au Portugal, nous avons constaté que l'on y rencontre partout des toilettes correctement nettoyées, et en nombre suffisant dans la plupart des sites touristiques : plages, parcs, places publiques, parkings...
 - ▶ En Autriche, à l'approche des aires d'autoroute, la signalétique présente, à côté du logo de l'opérateur de carburant, celui de l'opérateur de toilettes. Les toilettes des aires d'autoroute sont tellement propres qu'il serait pratiquement possible de déjeuner à l'intérieur !
 - ▶ Dans la plupart des pays nordiques, notamment sur les routes panoramiques des fjords de Norvège, on trouve des centaines de points d'observation et de repos, dans lesquelles on trouve des toilettes par ailleurs très design.
- D'autres pays qui enregistrent de fortes

DEPUIS 2017, LA CHINE A ENCLENCHÉ UNE "RÉVOLUTION NATIONALE DES TOILETTES"

progressions de fréquentation constatent à quel point la présence de toilettes publiques est essentielle :

► Depuis 2017, la Chine s'attaque à ce besoin pressant : plus de 50 000 toilettes publiques ont été installées ou rénovées dans le cadre d'une "révolution nationale des toilettes" destinée à remplacer les équipements sales et inadéquats, notamment sur les sites touristiques. Le pays

a déjà installé des milliers de toilettes flambant neuves à la place de fosses d'aisance qui offraient peu d'intimité. Pour maintenir la propreté de ces nouveaux équipements, du personnel d'entretien a été

embauché. Les autorités ont également mis en place un dispositif innovant pour faire face au vol de papier hygiénique par rouleaux entiers dans les toilettes : certains sites, parmi les plus célèbres, ont été équipés de systèmes de reconnaissance faciale pour confondre les éventuels voleurs. Les visiteurs doivent défiler un par

un devant une machine qui scanne leur visage avant de leur délivrer quelques feuilles de papier : le vol de papier toilette peut être sanctionné par une interdiction d'accès aux sites concernés !

► En Islande, où le nombre de touristes a plus que triplé au cours des dernières années, le pays a dû réévaluer les services de sanitaires offerts, et a investi près de 750 000 euros dans la construction de 15 installations sanitaires à travers l'Islande, principalement en dehors de la capitale.

► En Thaïlande, une campagne de communication "Thailand Clean Toilet" a été lancée auprès des entreprises touristiques, afin de les sensibiliser à l'importance d'offrir des toilettes propres et attrayantes aux visiteurs.

► Pour remédier au manque de toilettes publiques, l'Allemagne, comme le Québec, a instauré un système original, et peu coûteux. Plutôt que d'investir dans la construction et l'entretien d'installations sanitaires publiques, les services municipaux ont développé le pro-

L'HOSPITALITÉ JUSQUE DANS L'INTIMITÉ

« Les toilettes, une question de dignité ! », s'exclamaient Daniel Picon dans une Revue Espaces de 2009. Depuis lors, la question des toilettes s'est imposée de plus en plus chez les opérateurs et les destinations de tourisme comme une nécessité à trois niveaux : celui de la dignité par respect des besoins élémentaires des visiteurs, celui d'une composante discrète mais incontournable de l'hospitalité, et enfin celui d'un service touristique à part entière.

L'usage des toilettes est par hypothèse totalement intime, et c'est bien seul que le visiteur en fait l'expérience. Certaines de ces expériences sont trop souvent calamiteuses : file d'attentes, étroitesse des cabines, absence de porte-manteau obligeant à poser son sac à terre, bruit, saleté, graffiti aux murs, odeurs, dysfonctionnements de la plomberie, absence de papier... Cette situation s'aggrave quand l'usager est en situation de handicap : en fauteuil roulant, bien sûr mais là ce sont des toilettes spécifiques qui s'imposent, mal-voyant pour qui s'imposent des couleurs contrastées (signalétique, portes,

commutateurs, chasse...). Faut-il le rappeler : la population vieillissante en Europe induit une part croissante de visiteurs porteurs de handicaps plus ou moins prononcés dont l'accueil touristique doit tenir compte. Or, pour que cette expérience nécessaire soit dignement vécue, une logistique d'envergure est nécessaire au stade de l'aménagement (localisation préférentielle, calcul du nombre de cabines, avec et sans urinoir, équipement interne des cabines, lavabos, coin change-bébé) comme à celui de l'entretien (fréquence, moyens, inclusion dans l'ensemble des services fournis par l'établissement ou la destination)... Ce sont des coûts souvent considérables en aménagement, et aussi en entretien, notamment quand l'affluence nécessite un nettoyage toutes les heures comme dans certaines stations-services et aéroports. Mais ces coûts sont aujourd'hui incontournables parce qu'ils font partie des standards élémentaires de l'hospitalité. Ladite hospitalité doit aussi tenir compte des habitudes intimes des visiteurs que l'on accueille : les douchettes en cabines sont

indispensables si on reçoit des publics du Moyen-Orient, le coin-bébé doit être proposé aussi bien dans les toilettes femmes que hommes si on reçoit des visiteurs néerlandais... Mais cette hospitalité élémentaire, pour devenir un atout touristique, doit non seulement répondre à un besoin, mais aussi se muer en plaisir sinon en détente : on connaît les toilettes à thème de certains bars et boîtes de nuit, véritable attraction secondaire de l'établissement. Plaisir aussi à la "Powder Room" ou "Ladies Room" qui évoque un lieu de bien-être narcissique et de ressourcement plus qu'un simple lieu d'aisances. Ainsi les sanitaires des grands hôtels et restaurants rivalisent d'ingéniosité dans le décor et les petites attentions pour l'hygiène intime, le maquillage, le point-couture, avec des produits à disposition (cosmétiques, protections périodiques, contraceptifs...) pour faire de ce passage obligé un vrai moment de délasserment. Il est clair que les récentes recherches techniques et décoratives actuelles des entreprises spécialisées favorisent et amplifient ce mouvement.



Selon les Nations Unies, en 2017, 61% de la population mondiale n'avait pas accès à des toilettes éliminant les déchets en toute sécurité.

gramme "Nice Toilet". Les collectivités versent une allocation mensuelle variant entre 30 et 100 euros aux restaurants et bars qui rendent leurs toilettes disponibles gratuitement aux passants. Ce programme, qui concerne 230 villes, a permis d'offrir une compensation financière aux commerçants qui accueillent les visiteurs non-clients. La ville de Lausanne, en Suisse, est en train de réfléchir à un programme similaire.

- ▶ En Écosse, des toilettes à compost ont été mises en place dans plusieurs parcs naturels, et en Australie, le zoo de Melbourne a adopté des mesures de conservation et de recyclage hydrique dans ses toilettes, dont des urinoirs sans eau.

UN IMPACT NON NÉGLIGEABLE SUR LES POPULATIONS ET L'ENVIRONNEMENT

Selon les estimations des Nations Unies (2017), 61 % de la population mondiale – environ 4,5

milliards de personnes – n'a pas accès à des latrines éliminant les déchets en toute sécurité. Lorsque nous voyageons à l'étranger, nos choix en matière de sanitaires ont un impact direct sur les populations locales, et l'environnement. Plus de 40 % de l'eau qui est consommée par les touristes provient des toilettes, et une utilisation excessive de l'eau peut priver les habitants de cette ressource essentielle. Le nombre croissant de touristes peut avoir de graves répercussions au niveau écologique. Les réseaux d'assainissement locaux éprouvent souvent des difficultés à gérer les déchets organiques induits par l'arrivée des touristes.

La Banque Mondiale et le Fonds Mondial pour la Nature (WWF) se sont associés pour soutenir des innovations sanitaires à travers le monde, bousculant les idées reçues, et contribuant ainsi au développement durable. Par exemple, en Bolivie, ont été créées des toilettes à séparation d'urine, ▲



WASHLET, INNOVATION ET RAFFINEMENT DANS LES TOILETTES JAPONAISES

Les innovations de Washlet ont été mises en œuvre dans un pays, le Japon, où règnent l'obsession de la propreté et la hantise de ne pas pouvoir se libérer d'une envie pressante.

Des années de recherches et de tests à "faire pipi de rire" ont été nécessaires à l'entreprise japonaise Toto (et à ses collaborateurs-cobayes) pour mettre au point des toilettes électroniques qui offrent des services d'un raffinement inconnu sous nos latitudes : murs transparents qui s'obscurcissent dès l'entrée d'un usager, éclairage détecteur de présence, déodorant, siège chauffant, rabat automatique, son fictif de chasse d'eau pour couvrir les bruits gênants, jet de lavage, ventilation pour sécher le derrière, chasse d'eau à force centrifuge déclenchée par une commande à infra-rouge, fonction pèse-personne avec quantification du taux de graisse, analyse d'urine

(pour les établissements hospitaliers), économiseur d'eau... Mais la diffusion de publicités sur ces dispositifs Washlet s'est avérée délicate dans un pays où l'évocation de l'intimité est difficile. La presse nipponne a d'abord été réticente, puis a fini par accepter la diffusion du slogan "Mes fesses, je les veux propres".

Cette course à la perfection du service dans les toilettes s'est accompagnée, pour d'évidentes raisons de rentabilité pour Toto, d'un surcroît de luxe que les hôtels ont vite adopté. Ils ont été rapidement imités par les grands commerces et centres commerciaux qui y ont vu un moyen d'attirer les consommateurs, et plus particulièrement les jeunes femmes désireuses de se "repoudrer le nez" dans de vastes salles de maquillage aux grands miroirs.

Source : K. Nishimura-Poupée Les Japonais

qui s'insèrent dans la transformation des déchets en fertilisant les cultures. L'Université de Cranfield (Royaume-Uni) a développé de son côté des toilettes Nano Membrane, qui convertissent les matières fécales et l'urine en eau propre et en électricité, sans utiliser d'énergie externe ou d'eau.

En guise de conclusion, il ressort de cette brève approche de la question des toilettes qu'il est nécessaire d'une part de sensibiliser les publics à la propreté dans les toilettes publiques, et d'autre part que l'adaptation de l'offre de toilettes à la demande passe par la prise en compte des sanitaires comme une composante à part entière de l'hospitalité, et leur intégration dans un plan sanitaire spécifique dans les politiques de développement touristique et les schémas touristiques territoriaux. C'est pour nous une priorité nationale, qui doit s'inscrire dans les politiques territoriales du tourisme à tous les niveaux.

On pourrait aussi, plutôt que d'investir dans la construction et l'entretien d'installations sanitaires publiques, étudier la carte de l'inclusion, en favorisant l'ouverture de toilettes de bars, de restaurants, de commerces, et de services publics, comme celles des bibliothèques, à des touristes. L'information et la signalétique doivent bien entendu accompagner la mise en place de ces services, et contribuer à faire de cette pause nécessaire un vrai moment de détente. ■