

Tourisme (1)

Tourism, Tourismus (Fremdenverkehr)

Système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent de la re-création des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien

Le tourisme# n'est ni une activité ou une pratique#, un acteur# ou un espace# ou une institution# : c'est l'ensemble mis en système#. Et ce système# comprend : touristes, lieux, territoires# et réseaux touristiques, marché#, pratiques#, lois#, valeurs# et jeu des autres institutions# sociales#. Ce système est généré par un rapport au monde spécifiquement touristique que John Urry a nommé « regard touristique » et qui est produit continûment, bien qu'avec des contenus différents, depuis le début du 19ème siècle. En cela, il est l'expression d'une *culture* spécifiquement occidentale qui se mondialise depuis. Dans la littérature dite « scientifique », il est fréquent de renoncer à définir le tourisme# ou de faire confiance à l'Organisation Mondiale du Tourisme (UNWTO) qui intègre dans sa définition l'ensemble des franchissements de frontière internationales à l'exception des migrants. Ce qui pose le problème 1. d'en faire une activité fourre-tout, qui mobiliserait, outre des touristes, des pèlerins, des hommes d'affaires, des malades en quête de soin, des visites à la famille et à des amis, etc.; et 2. de ne considérer que le tourisme dit "international" alors que les déplacements touristiques au sein des Etats-nation sont de loin les plus nombreux. A titre indicatif, si l'on compte environ 900 millions de déplacements touristiques internationaux en 2011, on en compte aux Etats-Unis et en Chine respectivement environ 900 millions et 1 milliard.

Une définition scientifique du tourisme constitue donc un enjeu d'autant plus important que les définitions connues jusqu'ici s'attachent tantôt aux pratiques, tantôt aux personnes, tantôt aux entreprises, tantôt du point de vue des lieux, tantôt du point de vue des Etats, c'est-à-dire que le référent du concept « tourisme » n'est pas stabilisé (cf. Darbellay & Stock, 2012).

Si l'on place l'intentionnalité des acteurs individuels au centre, il est possible de distinguer, de façon idéal-typique – c'est-à-dire de façon à identifier les éléments essentiels des pratiques touristiques permettant ensuite de mesurer la distance d'avec les pratiques effectives – trois éléments. Les pratiques touristiques sont constituées par 1. un déplacement (mais il ne s'agit pas d'une mobilité contingente à l'exercice d'une activité, comme dans les déplacements liés au travail ou même aux activités de loisirs : le tourisme *est* un déplacement, c'est-à-dire un changement de place, un changement d'habiter) et 2. une inscription dans le hors-quotidien. À la différence des pratiques de loisirs qui s'effectuent dans le temps et l'espace du quotidien, les pratiques touristiques constituent un hors-quotidien, qui suppose l'éloignement de l'individu de sa demeure et de son espace de vie habituel, lequel varie considérablement d'une personne à une autre, en fonction, notamment, des pratiques du groupe social dont ladite personne relève. 3. La re-création comme intentionnalité ou mode d'engagement des actions des habitants temporaires dont le « mode d'habiter est voué à la récréation » (Knafou et al., 1997, p.199). Ainsi, les pratiques touristiques s'insèrent dans un système individuel de mobilités et peuvent être appréhendées comme un type de mobilité spécifique. Ces trois éléments fondent les pratiques touristiques, mais ne sont pas totalement spécifiques pour autant : ainsi, le pèlerinage, qui n'est pas systématiquement assimilable à une pratique touristique, même s'il existe des parentés entre les deux pratiques – voire une source de filiation -, les partage avec le tourisme.

Cette inscription dans le hors-quotidien, qui fait du tourisme une activité de rupture, suscite l'émergence et le maintien d'espaces touristiques spécifiques, d'un secteur marchand qui rend possible les pratiques (spatiales) touristiques, et de rapports aux populations " visitées ". On peut alors nommer " touristes " les personnes qui actualisent les pratiques touristiques dans des espaces et des temps autres que ceux de leur vie de tous les jours. Le tourisme peut ainsi être conçu comme un *système* qui articule les *pratiques* touristiques aux *espaces* touristiques, parfois médiatisés par le secteur des services marchands – inégalement présent selon les pays.

Le tourisme est né dans l'Europe occidentale de la Révolution industrielle, période de la mise en place d'un nouvel ordre du monde et de la société en général et du travail en particulier. On reconnaît généralement une double filiation au tourisme : la villégiature aristocratique et la pratique du " tour " – mot anglais provenant du vieux français, " tour " qui donne d'abord les mots anglais *tourist* (1800), ensuite *tourism* (1818), traduits en français, respectivement en 1816 et 1841 – initiée au XVIII^e siècle par les aristocrates anglais, sorte de parcours plus ou moins initiatique sur le continent, rapidement codifié via, notamment, des guides, ancêtres de nos guides touristiques. C'est la stabilité de l'une et l'itinérance de l'autre qui différencie les deux pratiques originelles. On retrouve aujourd'hui ces parentés dans les pratiques actuelles : passer une semaine dans un village-club se relie à la villégiature, tandis que les voyages à étapes rappellent le " Grand Tour " des jeunes Anglais. Mais il s'agit de parentés lointaines, purement formelles, dans la mesure où la société qui produit les pratiques actuelles n'a plus rien à voir avec celle qui les inventa (Equipe MIT, 2011). Deux autres filiations, à la fois plus anciennes et moins exclusivement européennes, complètent cette ébauche de préhistoire du tourisme : les pèlerinages et le thermalisme, deux formes de mobilité qui ont aussi fait le lit des pratiques touristiques, puis, le temps du tourisme étant venu, s'y sont mêlées, s'y confondant souvent.

Les pratiques touristiques posent la question des spatialités*, notamment à travers les normes spatiales, les imaginaires géographiques, les cultures matérielles et les technologies spatiales. L'approche géographique du tourisme développe maintenant toute une réflexion sur les cultures touristiques, les imaginaires géographiques du tourisme, le rapport à la distance, aux limites et qualités de lieux. Aujourd'hui, l'utilisation des *smartphones*, « réseaux sociaux » numériques et Internet change la signification du tourisme. La prolifération des sites Internet de réservation permet une gestion de l'altérité linguistique et ainsi un nouveau accès aux lieux. Les nouveaux canaux de communication avec famille, amis, autres touristes tels que *e-mail*, *facebook*, modifie, par hypothèse, le sens du déplacement touristique. En effet, on peut penser que la rupture d'avec le quotidien n'est plus aussi manifeste sous l'effet de la possibilité de la communication instantanée que dans une culture touristique où la communication (carte postale) était à sens unique et asynchrone.

Les espaces touristiques sont souvent des lieux* *stricto sensu*, c'est-à-dire des espaces dans lesquels la distance n'est pas pertinente (la seule distance qui importe est celle qui conditionne leur accessibilité à partir des espaces de résidence des touristes). Il s'agit aussi de lieux distinguables par le fait que la mise en tourisme procède à l'invention d'une " destination " qui met en avant des qualités singulières. La singularité* des lieux est ainsi mobilisée dans un travail de distinction des lieux touristiques entre eux. Se crée ainsi une hiérarchisation sociale des lieux où le symbolique du lieu a des effets sur la quête de distinction des touristes. Du point de vue du touriste, il s'agit de lieux dont la qualité première est d'être des « lieux autres », c'est-à-dire où la rencontre avec l'altérité (naturelle, culturelle, historique etc.) est primordiale. Ce lieu autre est aussi le lieu de normes autres où un « relâchement contrôlé de l'auto-contrôle » (Elias) est possible : le touriste passe donc fondamentalement d'un système de normes à un

autre, d'où le sentiment de liberté, même si dans la pratique touristique ordinaire, le poids des contraintes est fort, voire va se renforçant.

On a tenté de synthétiser la diversité des lieux touristiques par le recours au milieu géographique*, et l'on a ainsi discriminé lieux touristiques de montagne, de campagne, de bord de mer et de ville. Les faiblesses de cette approche sont maintenant reconnues. On a signalé, en particulier, le chevauchement des catégories (Nice est à la fois un lieu de bord de mer et une ville), le jeu du déterminisme du milieu physique expliquant les lieux touristiques *a posteriori* (Nice avait pour "vocation" de devenir un lieu touristique) et l'impossibilité de comparer lieux de montagne et lieux de bord de mer entre eux, alors même que les moments de leur mise en tourisme coïncident (l'air du temps comptant plus que l'air du lieu). Les lieux touristiques peuvent s'agréger et constituer des territoires, continus, à métrique topographique, dont les exemples sont légion (notamment le long des littoraux). Certaines pratiques touristiques (les randonnées, les voyages organisés, etc.) agencent leurs espaces sous la forme d'un réseau, dont les nœuds sont, en général, des lieux touristiques et dont les lignes d'itinéraires sont bordés par des paysages. ~~On le voit~~, Les espaces du tourisme sont variés, contrairement à ce qui est trop souvent professé.

Pour remédier à ces travers, on peut proposer une série de quatre types de lieux touristiques : site touristique, comptoir touristique, station touristique et ville touristique. Cette typologie est établie à partir des critères suivants : présence ou absence de capacité d'accueil, présence ou absence de population permanente, et fonctions urbaines diversifiées.

Distinction des différents types de lieux touristiques

	Présence ou absence de capacité d'accueil	Présence ou absence de population locale	Fonctions urbaines diversifiées
Site touristique	-	-	-
Comptoir touristique	+	-	-
Station touristique	+	+	-
Ville touristique	+	+	+

Source : Knafou et al. (1997), Stock (2001)

Pour aller un pas plus loin, on peut considérer que les lieux touristiques fonctionnent par et pour les touristes et constituent donc des lieux urbains. Nommés "lieux périphériques" par Walter Christaller (1955) en opposition aux "lieux centraux", on peut maintenant reconsidérer l'urbanité intrinsèque des lieux touristiques, et notamment des stations touristiques. D'une part, la mise en tourisme a pour effet la mise en place de fonctions centrales *stricto sensu*, et, d'autre part, le tourisme peut lui-même être considéré comme développant une centralité spécifique, produite par des habitants temporaires. En raison de la qualité des touristes qui sont des citadins et transfèrent des normes urbaines lors de leur habiter et en raison de la qualité des lieux qui s'urbanisent sous l'impulsion du transfert d'urbanité et de centralité. Ainsi, la diversité des lieux touristiques peut être décrite comme une variation de leurs degrés d'urbanité.

Cette approche permet aussi la modélisation du devenir des lieux touristiques. On peut penser d'un côté différents processus qui affectent les lieux touristiques – urbanisation, diversification, adaptation (Équipe MIT, 2002, 2005, 2011) – et, de l'autre, les qualités changeantes des lieux touristiques : par exemple, de la station à la ville, de la station à la banlieue résidentielle, du site à la station, etc. (Équipe MIT, 2002). Les différentes trajectoires des lieux touristiques peuvent aussi être pensées en termes de « capital touristique » mis en jeu dans le « champ touristique mondial » (Clivaz et al., 2011). Ces questions de processus concernent aussi la mise en tourisme des lieux : le regard touristique s'applique virtuellement à tous les lieux, y compris

des espaces *a priori* non-touristiques. Une requalification spatiale, sociale et fonctionnelle par des projets touristiques y est escomptée, notamment dans d'anciens sites industriels (Bassin de la Ruhr, Saint-Étienne, Nord-Pas-de-Calais, banlieue parisienne), dans le cadre d'une nouvelle conjonction historique où le « tout tourisme » s'allie au « tout patrimoine ».

Au-delà de l'intérêt au phénomène en tant que tel, l'étude du tourisme permet de mettre en exergue trois points fondamentaux. D'abord, penser par et avec le tourisme favorise une réflexion sur la façon dont le touristique modifie les différents éléments des sociétés humaines. Ceci signifie passer de l'étude du tourisme comme objet scientifique vers le tourisme comme prétexte à l'étude des problèmes de société. Ensuite, l'importance de la question de la construction du *regard* d'une société sur des paysages, qui doit être abordée en ne négligeant plus la capacité des générations qui se succèdent à évaluer différemment la valeur des lieux, même s'il semble que nous soyons en la matière dans une phase cumulative, qui ajoute de nouveaux lieux jugés intéressants aux existants, sans en perdre beaucoup. Enfin, plutôt que de mettre l'accent sur *l'attraction* des lieux – comme dans les analyses classiques – il convient de considérer le problème de la fréquentation sous l'angle de l'intentionnalité des touristes, en fonction d'informations et de valeurs sociales qui évoluent très sensiblement selon les périodes considérées. La manière dont les hommes habitent les lieux dépend du rapport à ceux-ci et de la façon dont ils sont choisis : à la différence des lieux de naissance et de beaucoup de lieux de vie, les espaces touristiques sont choisis par les individus avec davantage de marge de manœuvre et d'autonomie. Toutefois, ces dernières considérations devront probablement être réévaluées dans le contexte d'un Monde désormais peuplé de plus de 7 milliards d'habitants dont une part croissante accède au tourisme, d'un Monde où les cartes se redistribuent rapidement et où le poids de la culture occidentale qui fonda le mouvement se réduit progressivement.

RK & MS

DARBELLAY Frédéric & STOCK Mathis, “ Tourism as Complex Interdisciplinary Research Object », *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1 pp. 441–458, 2012. **DEPREST Florence**, *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, Paris, Belin, 1997. **ÉQUIPE MIT**, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin, 2002. **ÉQUIPE MIT**, *Tourismes 2. Moments de lieux*, Paris, Belin, 2005. **ÉQUIPE MIT**, *Tourismes 3. La révolution durable*, Paris, Belin, 2011. **MACCANNELL Dean**, *The Tourist : A New Theory of the Leisure Class*, Berkeley, University of California Press, 1999. **KNAFOU Rémy, BRUSTON Mireille, DEPREST Florence, DUHAMEL Philippe, GAY Jean-Christophe & SACAREAU Isabelle**, “ Une approche géographique du tourisme ”, *L'Espace géographique*, vol. 26, n°3, pp. 193-204, 1997. **STOCK Mathis**, “ Brighton & Hove : station touristique ou ville touristique ”?, *Géocarrefour-Revue géographique de Lyon*, vol. 76, n° 2, pp. 127-131, 2001. **URRY John**, *The tourist gaze*, London, Sage, 1990. **WILLIAMS Allan & SHAW Gareth**, *Tourism spaces and places*, London, Sage, 2004.