

*Tourism, Tourismus (Fremdenverkehr)*

**Système\* d'acteurs\*, de pratiques\* et d'espaces\* qui participent de la « récréation » 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.

Dans la littérature dite « scientifique », il est fréquent de renoncer à définir le tourisme ou d'en faire une activité fourre-tout, qui mobiliserait, outre des touristes, des pèlerins, des hommes d'affaires, des tuberculeux en sanatorium, voire des immigrants en quête d'emploi. Mais, en fait, 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) ; 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.

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 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<sup>e</sup> 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.

Le tourisme peut 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 possède une dimension économique très importante qui contribue à la création de la richesse à différentes échelles. À l'échelle mondiale, plus de 700 millions de déplacements touristiques contribuent à 10 % de la richesse mondiale. Plus de la moitié du PIB de certains États en développement dépend du tourisme, mais des pays comme la France ou l'Espagne tirent

aussi près de 10 % de leurs richesses de cette activité. À l'échelle locale, la mono-activité, donc la dépendance envers le tourisme, peut être très grande dans le cas de stations touristiques.

Les pratiques touristiques et leurs motivations sont extrêmement variées et la recherche peine à trouver des catégories pertinentes qui s'imposeraient. On peut ainsi proposer plusieurs grilles de lecture et mode de classement :

- hydrothérapie, climatisme, alpinisme (pyrénéisme), sports d'hiver, voyage (*Bildungsreise*) pour dire les différentes pratiques dans le passé ;
- « tourisme culturel », « tourisme balnéaire », « tourisme montagnoux », « tourisme vert », termes qui font écho aux catégories spatiales adoptées pour saisir les usages ;
- le délassement, le divertissement, la recherche d'autres expériences, la réalisation d'un besoin existentiel (Cohen 1979), ou bien jouer, se reposer, découvrir (Stock 2001), qui constituent des manières d'aborder les finalités poursuivies par les touristes.

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), des entités « discrètes » et distinguables, la mise en tourisme exigeant cette discrétisation et la délimitation claire. Ces lieux s'emblématisent plus encore que les autres dans des paysages, créés pour et par le tourisme qui en est un gros consommateur.

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...) 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.

Les lieux touristiques fonctionnent par et pour les touristes ; ils sont nommés « lieux périphériques » par Walter Christaller (1955) en opposition aux « lieux centraux ». 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).

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)

Cette approche permet aussi la modélisation du devenir des lieux touristiques. On peut penser la transformation d'une station touristique en une ville touristique qui repose sur une diversification des pratiques touristiques et non-touristiques et l'affirmation des fonctions urbaines (Stock 2001). Un phénomène plus récent concerne l'évolution d'espaces *a priori* non-touristiques par la récupération touristique de lieux existants : 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 une société encore gouvernée par l'organisation du travail, le tourisme, activité spécifique du hors-travail, et, plus encore, le touriste, sont fréquemment mal considérés, principalement par les élites : la touristophobie reste l'attitude sociale la plus conformiste jusque dans le domaine scientifique. C'est alors le « tourisme de masse » qui est dénoncé – c'est-à-dire l'investissement par un grand nombre de personnes de lieux, territoires et réseaux jusque-là fréquentés par l'élite de ceux qui savaient et qui pouvaient fréquenter les espaces en question – notamment en recourant désormais autant à l'argument écologique

(« le tourisme, dévoreur de paysages ») qu'à l'argument culturel (« le touriste comme idiot du voyage ») (Urbain, 1991).

Au-delà de l'intérêt au phénomène en tant que tel, l'étude du tourisme permet de mettre en exergue deux points fondamentaux. D'abord, 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. Ensuite, 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 du *choix* effectué par les touristes, en fonction d'informations 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.

RK & MS

## TRADUCTION

MIT, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin, 2002. **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, p. 193-204, 1997. **STOCK Mathis**, « Brighton & Hove : station touristique ou ville touristique » ?, *Géocarrefour-Revue géographique de Lyon*, vol. 76, n° 2, p. 127-131, 2001. **STOCK Mathis**, *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Étude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués : Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*. Thèse de Géographie, Université de Paris 7, 2001. **URBAIN Jean-Didier**, *L'idiot du voyage*, Paris, Plon, 1991.



ACTEUR, ACTION SPATIALE, HABITER,  
INDIVIDU, LOISIR, LIEU, MOBILITÉ,  
TOPOPHILIA.