Reconstruire la mondialisation du tourisme. Une approche géo-historique.

Andreea Antonescu & Mathis Stock, Institut Universitaire Kurt Bösch, Sion

Introduction

Le tourisme est un phénomène qui exprime d'un point de vue géographique les tensions et contradictions entre les lieux établis, centraux que sont les villes, et les lieux marginaux, périphériques que constituent depuis le début du 19ème siècle les stations balnéaires, de montagne, ainsi que la campagne. De ce fait, il est à la fois en phase spatialement avec l'émergence de l'Etat-nation et de sa tentative de contrôler un territoire, de domestiquer une nature sauvage et appréhendée comme étant risquée, mais en même temps décalé par l'émergence de lieux géographiques dont les qualités et le sens diffèrent radicalement des formes spatiales connues auparavant et dont la position géographique en font des périphéries. Certes, il s'agit de périphéries « associées », non pas « exploités » : le transfert d'urbanité est omniprésent et la périphéricité est codée comme relevant d'un « désir » ou d'une valeur positive[1].

Ces associations pratiques/*topos* ont radicalement changé, une rupture s'est instaurée depuis l'émergence du tourisme au début du 19ème siècle, mais aussi depuis le tourisme de masse qui émerge entre 1920 et 1950. Comme le propose l'équipe MIT (2005 ; 2011), le système touristique actuel peut être caractérisé comme étant « de masse, diversifié, mondialisé ».

Il se pose donc la question de savoir si la mondialisation du tourisme s'effectue de la même manière comme association de lieux périphériques et intégration territoriale dans un nouvel espace pertinent, appelé « Monde » que la domestication ou bien si – notamment du fait de son caractère transnational – la modalité d'intégration territoriale est différente. Bref, quel configuration spatiale a émergé et comment ce « champ touristique mondial » modifie la position des différents lieux touristiques ? Voici l'une des questions majeures que soulève la mondialisation du tourisme.

Le problème est que nous ne disposons d'aucune estimation concernant le nombre de lieux touristiques existant pour chaque période. A la différence des recherches sur l'urbanisation du Monde qui sont maintenant relativement bien documentées, les recherches sur la touristification du Monde ne se sont pas encore accompagnées de quantifications quant aux nombre de lieux produits, associées aux qualifications quant aux types de lieux produits. L'objectif ici réside donc d'appréhender la mondialisation par la densification, la concentration, dispersion accrue. Analogue au processus d'urbanisation dont Lefebvre (1968) nous dit qu'il suit un axe spatio-temporel de 0% à 100%, on peut faire l'hypothèse d'un processus de touristification du Monde qui atteint aujourd'hui 100%. On peut se poser la question de savoir *comment* le tourisme, les pratiques touristiques ainsi que les producteurs d'espaces touristiques contribuent, depuis 200 ans, à la mondialisation, et comment la mondialisation économique, politique, sociale a des effets sur la structuration du tourisme.

Ce problème de la mondialisation touristique pose de redoutables problèmes méthodologiques et théoriques, car la constitution de données nécessaires à la compréhension de ce phénomène ne va pas de soi. Une seule tentative a été entreprise à ce jour pour proposer une géo-histoire du tourisme ; il s'agit celle de l'équipe MIT (2011) qui repose sur la collecte d'environ

[1] Cf. Le « désir du rivage » dont parle Corbin (1988) et l'attraction du vide dont parle l'équipe MIT (2002).

2000 lieux à travers de multiples écrits de scientifiques[2]. Il s'agit d'un travail qui sélectionne et vise notamment à la présence du monde non-européen sur la carte. Des informations quantitatives sont impossibles à en tirer. D'où la tentative ici de recourir à des sources historiques plus construites, plus robustes afin de retracer le développement du tourisme depuis 200 ans et de disposer d'une cartographie. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les guides touristiques publiés depuis 1800 et les exploitons comme une *certaine perspective* où l'entrée par les lieux touristiques est privilégiée. Il s'agit d'une approche géo-historique dans la mesure où la perspective adoptée est celle des *lieux* touristiques pour lesquels nous proposerons une *date* de mise en tourisme.

1. Poser des problèmes méthodologiques

Il se pose la question de savoir comment mettre en œuvre la reconstruction de la mondialisation touristique et comment la mondialité actuelle du tourisme peut être appréhendée. Quelles méthodes de collecte des données convient-il de mettre en place ? Comment exploiter ces données ? Quelles sources utiliser ? Pour répondre à ces questions nous avons construit un protocole méthodologique original et « reproductible ».

1.1. Objectifs méthodologiques

Il s'agit d'une approche géo-historique de la mondialisation dans la mesure où la perspective adoptée est celle des lieux touristiques. Il se pose dès lors la question de savoir quelles informations produire sur les lieux. Deux éléments paraissent cruciaux. 1) L'émergence des lieux comme lieux touristiques nous paraît particulièrement intéressante afin de dire quelque chose sur la *production* de lieux touristiques sans cesse renouvelée depuis 1750. 2) Le maintien ou non de la fonction touristique au cours du temps afin de pouvoir déterminer la *reproduction* de lieux déjà touristiques et l'arrêt temporaire ou définitif de la fonction touristique. Ceci implique de devoir suivre un lieu touristique dans le temps dès la mise en tourisme jusqu'à présent et contraint notre raisonnement méthodologique Les questions suivantes doivent être résolues :

1. Quel moment d'émergence de la fonction touristique ?

    1.1. Déterminer le moment de mise en tourisme des lieux qui ont été considérés comme touristiques à un moment donné pour la période 1750 - 2000.

    1.2. Identifier et quantifier les lieux touristiques produits entre 1750 et 2000.

2. Comment la fonction touristique des lieux change-t-elle avec le temps ?

    2.1. Identifier le moment d'arrêt définitif de la fonction touristique des lieux et quantifier les lieux touristiques disparus.

    2.2. Identifier et quantifier les lieux qui ont su maintenir leur fonction touristique tout le long de leur existence[3].

    2.3. Identifier et quantifier les lieux à fonction touristique intermittente.

3. Quelle qualité des lieux touristiques ?

    3.1. Identifier les lieux proposant une /des pratique(s) touristique(s) spécifique(s), par exemple balnéaire, sports d'hiver

[2] Cf. aussi Stock (2008) pour l'explicitation des sources de cette base de données.
[3] Appelés également lieux à fonction touristique permanente

3.2. Déterminer le type de lieux touristiques : sites, stations, villes.

Il se pose ensuite la question de savoir ce qu'on entend par moment de mise en tourisme et de quelles façons on peut avoir des informations comparables. Il se pose également la question de savoir ce qu'on entend par arrêt temporaire et définitif de la fonction touristique et comment la mesurer. Enfin, il se pose la question de savoir comment déterminer le maintien de la fonction touristique au cours du temps. Ces questions posent à la fois des problèmes de définition et des problèmes méthodologiques. Nous prenons ici le pari de nous appuyer sur les guides touristiques et donc de définir comme émergence, arrêt et maintien de la fonction touristique des lieux les moments où le guide touristique les construit comme étant des lieux touristiques. Cela signifie que c'est le guide qui définit ce qu'est un lieu touristique et ce qu'il n'en est pas, avec tous les apports et limites que cela comporte.

1.2. Les guides touristiques comme source

Après une analyse du genre littéraire – guide de voyage – et à la suite d'une série de tests méthodologiques, nous pouvons affirmer qu'il s'agit d'une source très riche, capable de fournir des informations exploitables pour déterminer la date de mise en tourisme, l'arrêt définitif ou temporaire ou encore la continuité de la fonction touristique d'un lieu, ainsi que la nature des pratiques touristiques des stations. C'est une source qui offre des informations sur les lieux et les pratiques touristiques aussi bien sur le plan temporel (premiers guides vers 1780) que spatial (mondial). Une autre raison est la question de l'accessibilité aux guides. Même si l'accès aux guides est loin d'être facile, une certaine quantité d'informations est assurée, une liberté du choix du corpus est garantie. Les guides de voyage offrent des informations sur les mêmes domaines d'intérêt : informations pratiques (hôtels, restaurants, transport), informations administratives, géographiques etc. L'organisation du contenu est similaire même entre maisons d'édition différentes. Grâce à la longévité du genre, on peut suivre un lieu dans le temps ou une information spécifique sur un lieu en parcourant plusieurs éditions. La richesse des éditions, des collections et des lieux décrits, fait des guides de voyage une source robuste et homogène. Néanmoins, les résultats obtenus à partir de cette source seront le reflet d'une vision spécifique : celle des guides de voyage. Le guide touristique est un outil de confirmation sociale sur la naissance d'un espace touristique. En même temps, il participe à la promotion de certains lieux touristiques et à la suppression d'autres. Il fait des sélections, il décide. C'est pourquoi, l'image offerte par les guides sur le réseau mondial des lieux touristiques est incomplète, partielle. C'est une perspective spécifique aux guides de voyages.

1.3. Constitution du corpus

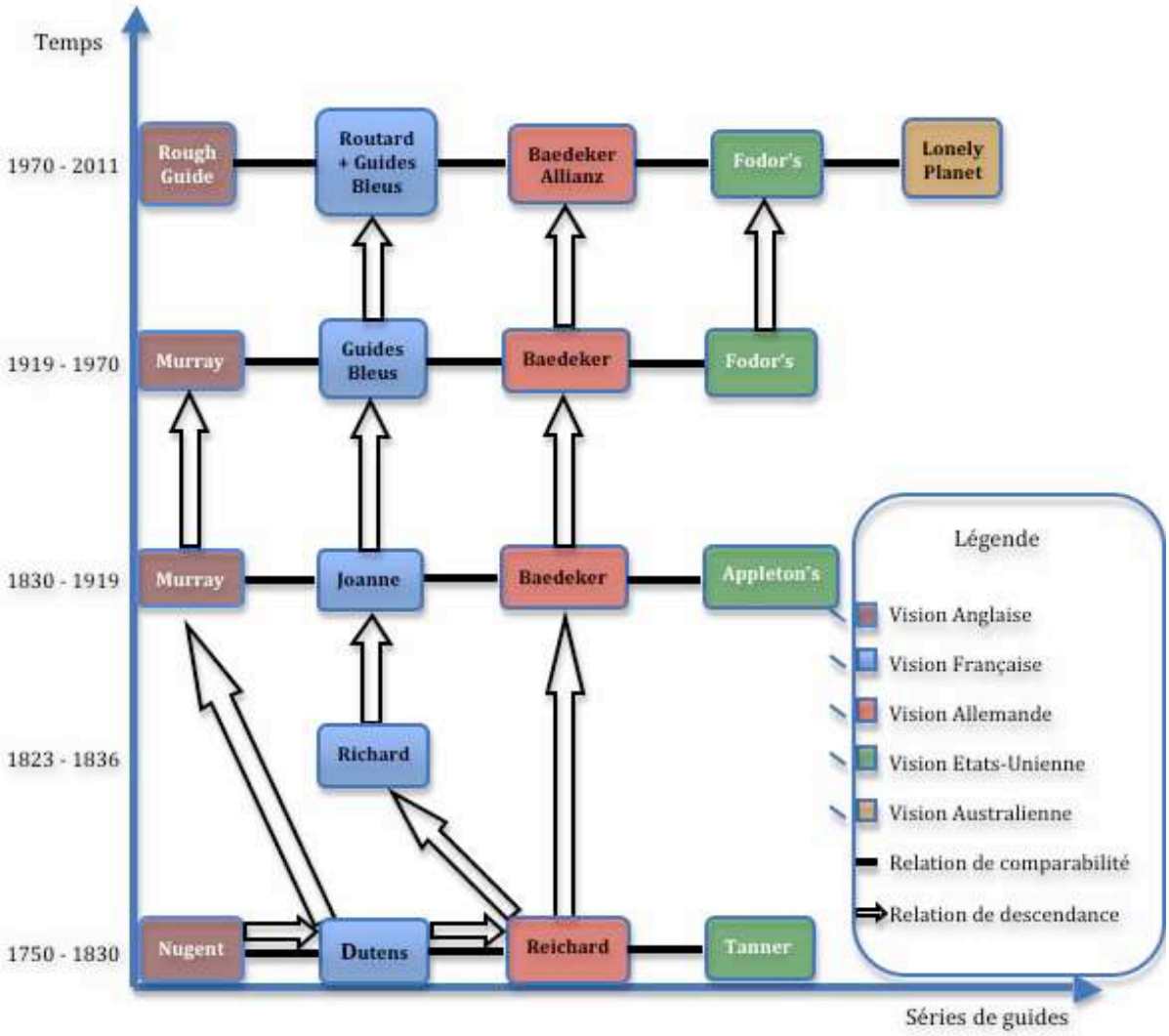
Maintenant se pose la question du choix dans le détail : Quels éditeurs choisir ? Comment sélectionner les guides ? Comment les trouver ? En ce qui concerne la sélection des guides, il y a plusieurs éléments dont il faut tenir compte : un guide est publié par un éditeur / maison d'édition, il est réédité à un certain intervalle de temps, il est consacré à un espace géographique déterminé et il a des variantes traduites dans d'autres langues.

Une première opération est celle de la sélection en fonction de l'éditeur / maison d'édition. Nous avons choisi uniquement les grandes collections de guides : Baedeker, Murray, Guides Joanne, Guides Bleus, Guide du Routard, Fodor's, Lonely Planet (voir figure no. 1) tout en vérifiant que tous les continents sont pris en compte. Toutefois, avant l'apparition des grandes collections, nous avons sélectionné parmi les auteurs les plus connus et les plus publiés comme Reichard et son successeur Richard. La figure no. 1 explicite notre choix d'éditeurs de guide de voyage à

partir de l'apparition du genre littéraire jusqu'à présent. Le but est de pouvoir comparer les différentes visions entre elles. Donc, il faut que les différents corpus soient comparables en termes de période de publication.

L'espace décrit par un guide de voyage représente un élément très important. Les aires *étendues* sont privilégiées parce qu'elles offrent un nombre important de lieux touristiques : les espaces nationaux et les associations des espaces nationaux ou régionaux. En fonction des affinités, les lieux promus dans un guide peuvent être très différents pour un même espace d'un éditeur à l'autre. Pour ne pas dépendre de ces affinités et références des maisons d'édition, nous proposons de consulter, pour la même année (ou période proche si possible) et pour le même espace, plusieurs éditeurs (voir fig. no. 1, relation de comparabilité). Nous laissons donc de côté l'échelle locale.

Fig. no. 1 – Sélection des guides de voyage. Une généalogie personnalisée.



Conception et réalisation : Andreea ANTONESCU

Pour bien correspondre aux besoins des touristes et pour tenir le pas avec les changements du moment, l'information d'un guide de voyage est renouvelée fréquemment, actualisée : elle est *mise à jour*. Ces mises à jour peuvent comprendre : des corrections d'erreurs faites dans les éditions antérieures, des informations supplémentaires sur un aspect du voyage (vie politique, précisions de distances, nouveaux éléments pratiques, nouveaux lieux touristiques etc.). Ces mises à jour sont exploitées méthodologiquement ici : elles permettent de mesurer, pour chaque mise à jour, la différence entre les lieux mentionnés dans les guides. C'est ainsi que *l'augmentation ou la diminution* du nombre de lieux touristiques peuvent être mesurées.

En général, un éditeur publie un guide dans sa langue maternelle et ensuite il peut publier des variantes traduites de ce même guide. Les éditions traduites peuvent correspondre seulement à une partie de la collection d'origine, mais elles peuvent aussi représenter de nouveaux titres qui n'ont pas de correspondant dans la langue maternelle de l'éditeur, c'est le cas de l'éditeur allemand Baedeker, mais moins des autres éditeurs. Nous avons donc choisi la langue maternelle de l'éditeur, parce qu'il y a plus de chances de retrouver plusieurs guides pour plusieurs espaces.

1.4. Constitution du matériau empirique

Nous considérons les guides comme des listes de lieux touristiques. La méthode est celle d'extraire les lieux touristiques qui apparaissent dans un guide de voyage, ainsi que la date d'édition de ce guide. Nous commençons par les premiers guides apparus et suivons les différentes éditions publiées. Les premiers lieux mentionnés dans les premiers guides sont considérés comme les premiers lieux touristiques et leur date de mise en tourisme est la date de la première édition qui les mentionne. Plus on avance, plus on découvre de nouveaux lieux touristiques qui apparaissent ou bien des lieux touristiques qui ne sont plus considérés comme étant touristiques par les éditeurs des guides.

Notre proposition est de noter les lieux touristiques se trouvant dans l'index alphabétique des guides. L'index alphabétique représente le répertoire de tous les lieux mentionnés dans le guide[4]. Les lieux de l'index alphabétique sont versés dans une base de données. Ceci a les implications suivantes :

- la date de mise en tourisme retenue correspond à la première mention d'un lieu donné dans un guide de voyage[5].
- La date d'arrêt touristique d'un lieu est celle où un lieu apparaît pour la dernière fois dans toutes les séries de guides consultées. En conséquence, nous allons donc noter l'année de l'édition qui mentionne pour la dernière fois le lieu en question.
- Les lieux « permanents », qui maintiennent leur fonction touristique, feront l'objet d'une vérification de leur présence dans les guides à partir de leur moment d'émergence comme lieux touristiques jusqu'à présent. Il faut donc retrouver le même toponyme dans chaque édition consultée entre ces deux dates[6].

[4] Il faut préciser qu'à notre sens tous les lieux mentionnés dans un guide de voyage sont des lieux *touristiques*. On peut discuter ce choix, mais cela nous permet d'avoir une source cohérente sur ce qu'un guide considère comme lieu touristique à un moment donné.

[5] Il s'agit là d'une deuxième limite : c'est le guide qui fait foi, pas la date à laquelle le premier touriste l'a pratique. De nouveau, c'est la cohérence de la source qui préside à ce choix.

[6] En ce qui concerne la collecte des lieux touristiques, nous allons utiliser une méthode de saisie informatique en alternance avec une saisie des données manuelle.

En somme, il s'agit de noter tous les lieux mentionnés dans un guide touristique tout en vérifiant les mises à jour des lieux dans les éditions suivantes ou antérieures, selon le cas. C'est-à-dire suivre dans le temps une collection de guides pour un espace choisi.

1.5. Traitement des données

Une fois la collecte de données finie, nous pouvons analyser les données ainsi constituées. Nous pouvons créer des bases de données et ensuite les traiter. A l'intérieur de cette base nous allons disposer sur chaque colonne, chaque année d'édition que nous avons choisie pour l'espace en question (cf. table 1)

Table 1 - Exemple de traitement des stations d'hiver de la Méditerranée entre deux années d'édition (extrait partiel du tableau d'origine)

1883	1898	Nouveaux Lieux	Arrêt touristique	Permanence touristique
Ajaccio	Agay	Agay		Ajaccio
Alassio	Ajaccio		Alassio	
Albenga	Antibes		Albenga	
Antibes	Bandol	Bandol		Antibes
Arenzano	Beaulieu		Arenzano	
Beaulieu	Bordighera			Beaulieu
Berthemont	Bormes		Berthemont	
Bollène	Cagnes	Cagnes	Bollène	
Bordighera	Cannes			Bordighera
Bormes	Cannet Le	Cannet Le		Bormes
Cannes	Cap d'Antibes	Cap d'Antibes		Cannes
Cogolin	Carqueiranne	Carqueiranne		Cogolin
Dolce Aqua	Cavalaire	Cavalaire		Dolce Aqua

Conception et réalisation : Andreea ANTONESCU

Ensuite, nous allons, par l'intermédiaire des formules conditionnelles, obtenir les noms de lieux qui ont cessé d'être touristiques entre deux dates analysées (colonne A-B[7], soit 1883-1898, arrêt touristique), ceux qui n'étaient pas mentionnés jusqu'à un moment donné (colonne B-A[8], nouveaux lieux) et ceux qui ont continué d'être promus dans les guides touristiques (colonne A&B[9], lieux « permanents »). Cette opération sera répétée entre deux ans d'édition jusqu'à la dernière édition. A la fin, nous obtenons pour chaque lieu des dates assez précises.

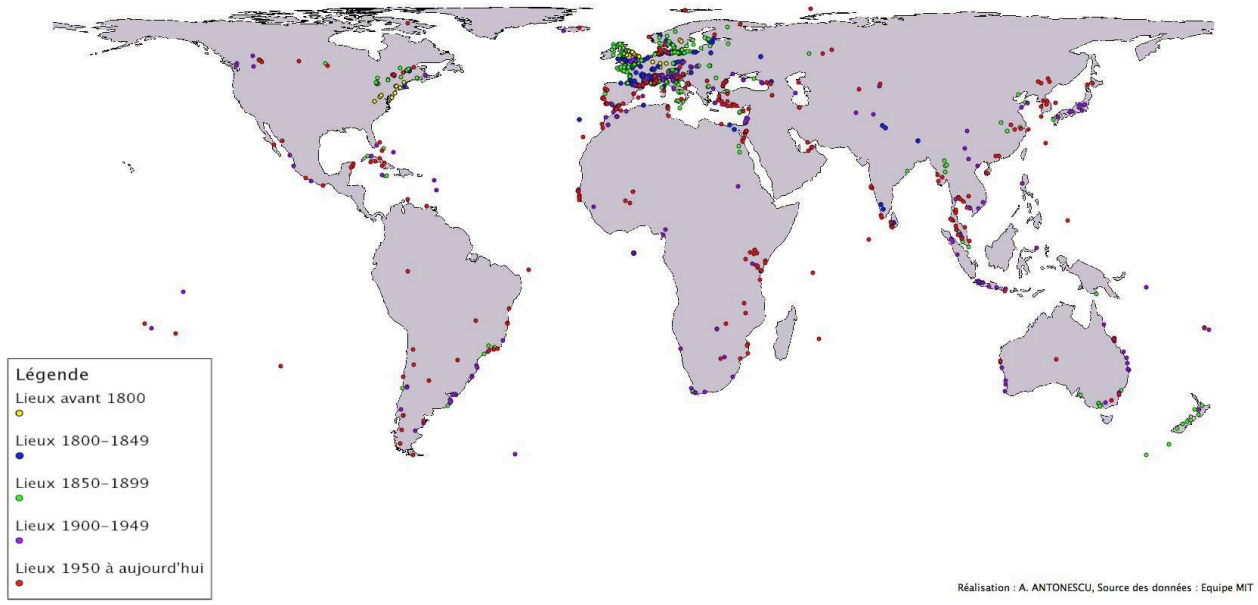
Ces informations permettent ensuite de quantifier le nombre de lieux touristiques nouvellement produits, les lieux dont la fonction touristique s'est arrêtée, et le nombre de lieux dont la fonction touristique s'est maintenue.

2. Cartographier la mondialisation touristique

7 Les lieux qui figurent dans la colonne A (soit 1883) et ne se retrouvent pas dans la colonne B.
8 Les lieux qui figurent dans la colonne B (soit 1898) et ne se retrouvent pas dans la colonne A.
9 Les lieux communs entre les deux colonnes.

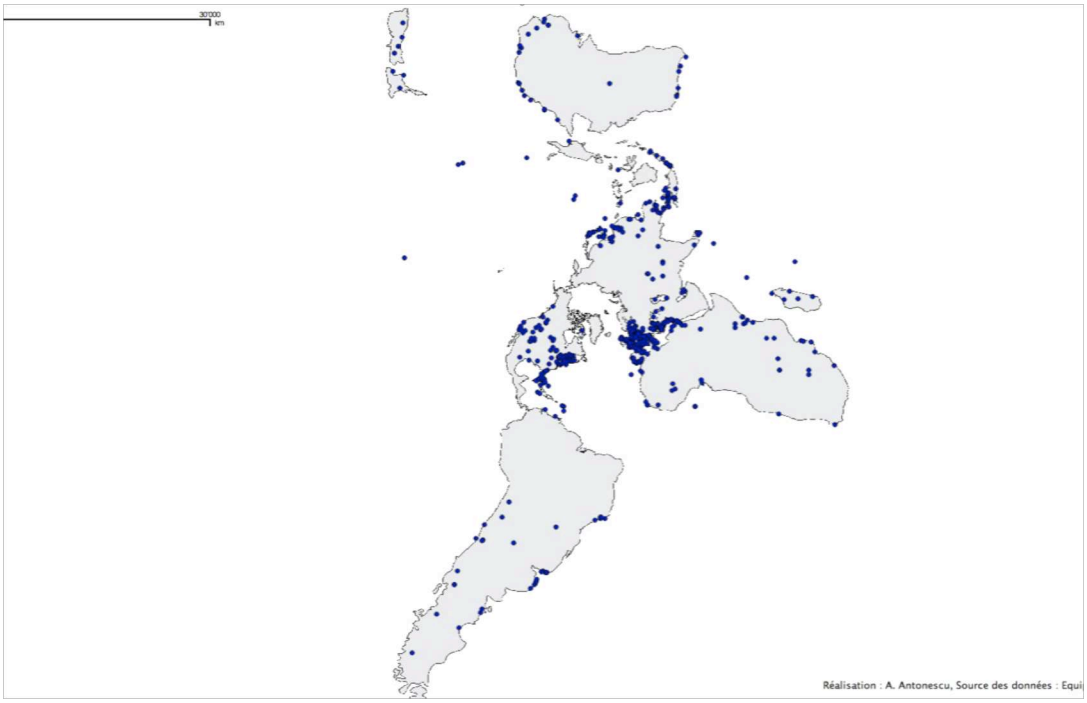
Pour illustrer les propos, nous proposons ici quelques cartes qui permettent d'entrevoir le potentiel de cette méthodologie. Comme la collecte des données est en cours, nous ne sommes pas en mesure ici de proposer des cartes issues de notre travail, mais nous nous appuyons sur les données de l'équipe MIT.

Fig. 2 – Exemple de carte. Lieux touristiques et leur date de mise en tourisme, par découpage temporel



La carte 1, réalisée à partir de la base de données de l'Equipe MIT (2011), montre la diffusion des lieux touristiques dans le temps et dans l'espace. Plus précisément, il s'agit de la date de mise en tourisme des lieux. Nous avons fait un découpage temporel en 5 périodes : avant 1800, 1800-1849, 1850-1899, 1900-1950 et 1950 – à aujourd'hui. Pour chaque période on voit de nouveaux lieux apparaître.

Fig. 3– Exemple de carte : les stations touristiques



La carte 2, réalisée également à partir de données produites par l'Equipe MIT, montre l'extension spatiale des stations touristiques, toutes pratiques confondues, à l'échelle du Monde. Nous avons choisi pour cette carte une projection polaire stéréographique nord, car celle-ci permet de voir le Monde comme une île unique dans un océan unique. Il n'y a pas de séparations par les océans ou par les points cardinaux[10].

3. Proposer des schèmes explicatifs

Comment penser la touristification du Monde, c'est-à-dire l'émergence d'un écoumène touristique mondiale, donc d'un espace habité touristiquement à l'échelle mondiale ? Le recours à la notion classique « diffusion » permet de saisir le fait que dans un premier temps peu d'endroits sont en possession de l'innovation, et qu'au fil du temps, de plus en plus d'endroits sont en possession de l'innovation. Le « cycle de vie des produits » est ainsi transposé dans l'espace où les éléments se diffusent à un nombre de population toujours plus grand et à des endroits toujours plus nombreux. Mais, ceci ne paraît pas suffisant pour l'analyse de la mondialisation du tourisme. En effet, au lieu d'avoir d'une diffusion d'éléments *identiques*, les formes et modalités des pratiques changent dans le temps et dans l'espace. Elles se modifient dans le temps, car en fonction de la période où les pratiques sont adoptées, les contextes sociétaux changent ; elles se modifient dans l'espace parce que selon l'endroit où les pratiques sont adoptées, les contextes culturels changent.

D'où la nécessité de chercher d'autres schèmes explicatifs où la notion de diffusion est remplacée par des notions de circulations, d'hybridisation ou encore de production et de

[10] Une projection plus pertinente serait celle de Buckminster Fuller qui a les mêmes qualités sauf que, en plus, elle garde les dimensions et les formes des espaces. Notre préoccupation sur la question de nouvelles formes de cartographies nous a amenés à considérer la projection de Fuller comme la plus adaptée pour montrer et expliquer des phénomènes mondialisants.

reproduction des lieux touristiques. On propose ici trois éléments explicatifs pour comprendre la mondialisation du tourisme d'un point de vue géographique.

3.1. La circulation de modèles : les moments de lieux

L'équipe MIT (2011) propose de retenir une notion-clé : « *circulation* de modèles de lieux » comme élément explicatif de la mondialisation du tourisme. En effet, dans une recherche antérieure, on a mis en évidence un nombre fini et restreint de lieux touristiques exemplaires qui s'établissent à un moment donné (Equipe MIT, 2005). Appelés « moments de lieux », ces coordonnées spatio-temporelles des pratiques touristiques emblématiques sont supposées jouer le rôle de *modèle* pour les autres lieux concernant leur mise en tourisme. En effet, « nous faisons l'hypothèse que tous les lieux touristiques ont pris pour référence des foyers d'innovation que constitue notre trentaine de moments de lieu identifiés, dont Disneyworld, Arcachon, Saint-Moritz, Paris, Yellowstone. Nous supposons donc, en considération de nos connaissances actuelles, qu'il n'existe pas de génération spontanée de lieux. De la sorte, la dynamique touristique peut se résumer à la diffusion de patrons spatiaux (*patterns*), sorte de modèles sur lesquels œuvrent les différents acteurs pour mettre en adéquation lieux et pratiques » (Equipe MIT, 2011).

Nous endossons cette hypothèse en la précisant: l'expansion du tourisme dans le monde entier se fait en raison de la circulation d'un certain nombre de modèles d'association entre pratiques/lieux dont le caractère emblématique constitue le stimulus pour être imité ailleurs. C'est donc une suite d'inventions de pratiques touristiques innovantes qui est imitée sans cesse depuis 1800. Les moments de lieux suivants ont été mis au jour tels que l'invention de la saison d'été, sociabilité et jeux à Bath, sous couvert de thérapie ; l'invention de la baignade à Brighton ; l'invention des glaciers à Grindelwald et Chamonix ; l'invention de l'alpinisme à Chamonix ; l'invention des sports d'hiver à Davos et Saint-Moritz ; l'invention de la Méditerranée ; l'invention de l'île tropicale etc.

3.2. La généralisation du « regard touristique » au monde entier

Un autre principe explicatif réside dans la généralisation du regard touristique. L'hypothèse de l'équipe MIT (2011) est la suivante : « Ici, on développe l'hypothèse que c'est l'association entre pratiques et lieux qui est le ressort fondamental de la mondialisation de l'écoumène. Cette association spécifique pratiques/lieux est issue d'un *regard touristique* et d'une capacité – actuelle et virtuelle – de *mise en valeur* de tous les endroits du Monde. Elle nécessite donc des conditions économiques, culturelles et sociales particulières, notamment l'encadrement de ces pratiques par un corpus de normes sociales, juridiques et institutionnelles qui se développent au *niveau mondial* ».

En effet, « regard touristique » constitue un concept intéressant qui pourrait aider à comprendre la mondialisation du tourisme. Dans la formulation de John Urry (1990, 1-2), il s'agit d'une autre façon de regarder l'environnement que dans le quotidien, un regard plus détaché : "we look at the environment with interest and curiosity". Ce regard n'est pas uniforme, mais variable : "there is no single tourist gaze as such. It varies by society, by social group and by historical period". Etant construit sur un anti-monde, un « hors-quotidien », « the gaze in any historical period is constructed in relationship to its opposite, to non-tourist forms of social experience and consciousness ».

Il est important de noter que ce regard touristique change sans cesse, car depuis 200 ans de

nouveaux objets sont ajoutés comme "*videnda*" pour les touristes. D'abord les ruines de l'antiquité classique, glaciers, la haute montagne, les chutes d'eau, la plage, la ville, les pyramides, la nature sauvage, le safari, kathmandu, la liste du patrimoine mondial de l'humanité, les musées, etc.[11]. D'où l'assertion de MacCannell (1976) : « anything is potentially an attraction » (p. 192) : il suffit d'avoir une attraction, un marqueur, des touristes. Les conséquences en sont bouleversantes : selon Knafou (1992), on assiste à l'*invention* d'un lieu touristique par un regard touristique qui « subvertit » la valeur du lieu géographique. En effet, une plage ou un alpage sans intérêt économique et symbolique autre que d'être un lieu de stockage devient un endroit « de rêve » pour construire un hôtel. Cette « subversion » ou « diversion » (Equipe MIT, 2002) sont au principe de la mise en tourisme. C'est ce que décrivent aussi Coëffé & Violier (2008) : « Là où les indigènes privilégient les sites à l'opposé de la mer, à l'abri du cordon dunaire, les touristes choisissent de s'installer au plus près de la mer afin de l'admirer, car ils incorporent au territoire un espace parfois non vu par la société localisée ». La rupture avec le sens commun porté par d'autres acteurs est donc l'une des caractéristiques du regard touristique dans sa mise en œuvre.

Ce regard touristique global, c'est-à-dire portant sur n'importe quel élément du monde culturel, bio-physique, social, matériel ou immatériel, idéel ou matériel, symbolique etc., est donc l'un des puissants éléments qui amènent à la constitution d'un écoumène touristique mondial. Il est intéressant de distinguer les inventions nouvelles, où de nouvelles pratiques touristiques sont mises en place, et la circulation des pratiques déjà maîtrisées[12]. L'extension du regard touristique déjà formé sur des éléments non encore touristiques ou l'invention de nouveaux regards touristiques est ainsi un puissant moteur de l'expansion de l'écoumène touristique.

3.3. L'émergence d'un champ touristique mondial

On peut appréhender la mondialisation du tourisme non seulement comme un problème de circulation, mais aussi comme l'émergence d'un ensemble de lieux géographiques et d'acteurs interdépendants. Peut-on recourir à la notion de champ touristique mondial afin de décrire l'émergence d'un niveau d'échelle mondiale auquel les concurrences, coopérations, actions de réglementation, de circulation d'images etc. s'effectue ? Si l'on aborde la mondialisation du tourisme comme l'émergence d'une configuration à l'échelle mondiale, on peut en effet se poser la question de la conceptualisation. Nous disposons en effet de plusieurs termes qui pourraient être utiles pour cadrer le phénomène : champ, système, configuration sont les options possibles.

Clivaz, Nahrath & Stock (2011) ont proposé le fonctionnement suivant : des stations touristiques disposeraient d'un capital touristique qu'elles engageraient dans un champ touristique mondial. Il s'agit là d'une tentative pour appréhender les concurrences qui se jouent à l'échelle mondiale et qui ont des effets sur le fonctionnement des lieux touristiques.

> « Ce capital touristique d'une station est « mis en jeu » (i.e. plus ou moins stratégiquement mobilisé) par les acteurs du système touristique « local » (au sens de localisé) afin de positionner avantageusement l'offre touristique de la station sur le marché touristique national et international (mondial), c'est-à-dire également dans le cadre d'une *configuration*

11 Ce travail a été effectué partiellement par Löfgren (1999), systématiquement par Equipe MIT (2005) et énoncé plus haut. Nous n'entrerons donc pas dans le détail ici sur les multiples inventions successives des pratiques touristiques.

12 C'est à ce point de l'argumentation que l'on retrouve la notion de « moments de lieux » qui constituent précisément l'un des modèles qui circulent.

> *(mondiale)* composée de l'ensemble des *acteurs/agents* (individus, groupes, entreprises et organisations publiques et privées), des *institutions* (codes, chartes et autres réglementations internationales, nationales et régionales), ainsi que des *lieux* (stations, villes, sites, etc.) concernés par les intérêts spécifiquement liés au tourisme envisagé dans ses multiples dimensions économiques, politiques, sociales, environnementales, juridiques, individuelles etc. Nous appelons « champ touristique » cette configuration où la reconnaissance d'intérêts spécifiques permet aux acteurs des stations touristiques de mobiliser et de « jouer » leur « capital touristique » afin de se positionner avec leurs avantages concurrentiels dans ce jeu à la fois marchand et non-marchand ».

Ce champ mondial peut être appréhendé d'un point de vue géographique comme un réseau de lieux touristiques ainsi que comme réseaux d'acteurs multiples dont les relations spatiales – distance, limite, localisation, imaginaires géographiques – sont centrales. La dimension spatiale du champ touristique mondial résiderait alors dans une approche des dimensions spatiales qui fait émerger un ensemble de lieux touristiques dont les interdépendances sont formées par des relations de concurrence et de coopération. L'exemple des stations de ski rend compte de cet enjeu pour les lieux touristiques qui ne sont plus seulement concurrentes entre elles, mais par rapport à de nouveaux lieux touristiques que les touristes pratiquent en hiver, tels que les destinations tropicales.

Un deuxième élément paraît intéressant : tous les lieux touristiques ne sont pas d'égale réputation ou d'égale intensité touristique : on peut travailler sur ce que Chadefaud (1988) avait appelé les « distinctions spatiales ». Il s'agit là d'une hiérarchie mondiale de lieux touristiques en fonction de l'image ou en fonction de leur fréquentation.

Une façon d'opérationnaliser la notion de champ touristique mondial d'un point de vue géographique serait en effet la précision par le réseau mondial de lieux touristiques. A partir des considérations sur le réseau urbain mondial, on peut dériver l'idée d'un réseau de lieux touristiques qui se positionne à l'échelle mondiale. Il s'agirait de lieux touristiques dont le rayonnement est mondial et dont la fréquentation les place parmi les plus importants.

> « Cette double dynamique d'extension et de densification n'a pas seulement une portée diachronique. Elle dévoile synchroniquement le caractère profondément réticulaire de la découverte et le caractère fondamentalement aréolaire du repos et du jeu. Les hauts lieux du tourisme mondial, que ce soient les métropoles à fonction touristique (Paris, Londres, New York, etc.), les villes touristifiées (Venise, Bruges, etc.), les curiosités naturelles (chutes d'Iguaçu, parc Krüger, Ayers Rock, etc.) ou culturelles (Machu Picchu, temple d'Angkor, etc.), sont les sommets d'un réseau complexe dont les segments sont parcourus par des touristes, souvent internationaux, en quête de découverte. Ce réseau se surimpose à toute une série d'aires touristiques, de taille et de nature très variées que sont les conurbations touristiques, les zones périurbaines de loisirs et de tourisme, etc. (…), qui se sont développées sur le repos et sur le jeu à destination d'une clientèle régionale ou nationale » (Equipe MIT, 2011).

Cette description des spatialités essentielles du tourisme est intéressante, en ce qu'elle raisonne en termes de réseaux de lieux touristiques, constitués de métropoles, mais aussi de sites. Elle met

sur la piste de concevoir cet « espace touristique mondial » comme un arrangement de villes, de sites, de stations, de comptoirs, reliés entre eux par les circulations d'images, de touristes, de capitaux. Une hiérarchie dans le réseau mondial des lieux touristiques émerge ainsi.

Conclusion

Un enchevêtrement d'acteurs contribue à travailler avec le regard touristique lors de multiples transactions. Il en découle la circulation du balnéaire, la circulation des « *videnda* », la circulation des référentiels de la montagne. Il se construit une *hiérarchie mondiale* des stations, spots, villes, sites, parcs. C'est ainsi que la mondialisation comme processus peut être appréhendées, en reconstruisant les densifications, hiérarchisations successives de l'écoumène touristique. L'un des éléments cruciaux pour une réflexion sur le développement du tourisme réside dans la question de la concurrence changeante entre lieux touristiques. Cette approche géo-historique peut y aider. La reconstruction du « champ touristique » pour chaque période entre 1800 et 2000 semble être l'une des voies pour mieux comprendre comment le mondial a émergé comme problème pour les différents lieux touristiques.

Références bibliographiques

CHADEFAUD M., (1988). Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour : du mythe à l'espace : un essai de géographie historique. Pau : Cahiers de l'Universtité, no. spécial.

CLIVAZ, C., NAHRATH, S., STOCK, M. (2011). Le développement des stations touristiques dans le champ touristique mondial. *Mondes du tourisme* (hors série « Mondialisation et tourisme », dir. Duhamel Ph. & Kadri B.)

COEFFE V. & VIOLIER P., (2008). Les lieux du tourisme : de quel(s) paradis parle-t-on ? Variations sur le thème de l'urbanité touristique. *Articulo - Journal of Urban Research*,

CORBIN A., (1988). Le Territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage, 1750-1840. Paris : Aubier.

EQUIPE MIT (2002). Tourismes 1. Lieux communs. Paris : Belin, 320 p.

EQUIPE MIT (2005). Tourismes 2. Moments de lieux. Paris : Belin, 348 p.

EQUIPE MIT (2011). Tourismes 3. La révolution durable. Paris : Belin, 332 p.

KNAFOU, R. (1992). L'invention du tourisme. In Bailly, Ferras, Pumain (ed.) Encyclopédie de la géographie, pp.851-864.

LEFEBVRE H., (1968). Le Droit à la ville. Paris: Anthropos (2e ed.) Paris: Ed. du Seuil, Collection Points

MACCANNELL, D. (1976). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken Books.

STOCK M., (2008). Il mondo è mobile. In : Lévy J. (dir.), L'invention du Monde, Paris : Presses de Sciences Po, pp. 133-158.

URRY J., (1990). The Tourist Gaze. London : Sage.