

A MANERA DE INTRODUCCIÓN

TURISMO 
y SOCIEDAD

PHILIPPE DUHAMEL¹

Est géographe, maître de conférences à l'Université Paris 7-Denis Diderot. Membre de l'équipe MIT, il travaille sur les conditions de mise en tourisme des lieux, leur pérennité et leur éventuelle sortie de la fonction touristique. Il s'intéresse également aux modèles de lieux touristiques et à l'histoire du tourisme. En 2007, il a publié avec Rémy Knafo "Le fonctionnement de la centralité touristique de Paris" dans l'ouvrage *La métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités* (Th. SAINT-JULIEN et R. LEGOIX dirs., Belin, coll. Mappemonde) et "patrimoine et modernité: double logique de la production et du renouvellement des villes touristiques" dans l'ouvrage qu'il a codirigé avec RÉMY KNAFOU, *Les Mondes urbains du tourisme* (Belin, coll. Mappemonde). Il fut l'un des auteurs de l'Equipe MIT qui publia en 2002 *Tourismes 1. Lieux communs* et en 2005, *Tourismes 2. Moments de lieux* (Belin).

Equipe MIT, Université Paris 7-Denis Diderot,
Institut de géographie, 191 rue Saint-Jacques,
75005 Paris, France
E-mail : ph.duhamel@wanadoo.fr

TURISMO Y SOCIEDAD

PUESTA EN TURISMO Y PERENNIDAD TURÍSTICA DE LOS LUGARES: CONTEXTO, PROCESOS E INVARIABLES

MISE EN TOURISME ET PÉRENNITÉ TOURISTIQUE DES LIEUX: CONTEXTE, PROCESSUS ET INVARIANTS

¹ Le texte proposé ici rend compte des travaux de l'Equipe MIT (Mobilités, Itinéraires, Territoires) à laquelle j'appartiens depuis treize ans et qui a entrepris un travail de renouvellement de l'approche géographique du tourisme. Cette conférence reprend le texte du chapitre 15 "La carte ADN des lieux touristiques" de l'ouvrage *Tourismes 2, moments de lieux*, publié en 2005 et le chapitre 2 "les lieux touristiques" dans l'ouvrage, le *Tourisme acteurs, lieux et enjeux* publié en 2003. Des modifications et des compléments ont été apportés dans le texte ci-dessous. Mais il s'agit fondamentalement de la présentation par un individu d'un travail collectif.

Resumen

Este artículo tiene por objeto entender cómo los lugares se vuelven turísticos y también cómo permanecen. Para eso, este texto es el resultado de un trabajo colectivo y da cuenta de las principales motivaciones que permiten explicar situaciones turísticas variadas en el tiempo y en el espacio. Se tomaron tres elementos para ello: los protagonistas, las prácticas y los lugares.

De cierto modo, en una primera etapa hacia una comprensión general del fenómeno turístico, preludio a su teorización. Al mismo tiempo da cuenta del estado de progreso de nuestra reflexión desde hace diez años y desde este punto de vista debe tomarse como un resultado temporal.

Palabras clave: Invariantes, puesta en turismo, perpetuidad del turismo, protagonistas, prácticas, lugares, sistemas.

Résumé

Cet article vise à comprendre comment les lieux deviennent touristiques et aussi comment ils le restent. Pour cela, ce texte issu d'un travail collectif rend compte des principaux moteurs et ressorts permettant d'expliquer des situations touristiques variées dans le temps et dans l'espace. Trois éléments ont été retenus pour cela: les acteurs, les pratiques et les lieux.

Il se veut d'une certaine manière une première étape vers une compréhension générale du phénomène touristique, prélude à sa théorisation. Dans le même temps, il rend compte de l'état d'avancement de notre réflexion depuis dix ans et de ce point de vue doit être pris comme un résultat temporaire.

Mots-clés: Invariants, mise en tourisme, pérennité du tourisme, acteurs, pratiques, lieux, systèmes.

Mise en place

Le tourisme est né voici plus de deux siècles et depuis tout ce temps, il s'est progressivement imposé dans le monde, jusqu'à devenir aujourd'hui une activité humaine et économique d'une importance telle qu'on n'hésite plus à dire qu'il participe pleinement à la mondialisation en cours, à l'égal d'autres phénomènes comme la finance ou les échanges commerciaux.

Devenant mondial, par les populations et les lieux qu'ils touchent, on pourrait supposer qu'il se diversifie tout autant, créant sans cesse de nouvelles manières de faire du tourisme, d'être touriste et de produire des lieux touristiques. Mais dans le même temps, s'il se mondialise, cela signifie peut-être que, derrière l'apparente diversité et spécificité observables çà et là, les touristes et les lieux touristiques, de par le monde, ont des points communs. Finalement l'aristocrate partant à Bath au XVIII^e siècle, l'artiste séjournant à Juan-les-pins dans l'Entre-deux-guerres ou aujourd'hui les étatsuniens venant à Acapulco sont les cousins d'une même famille, celle des touristes, et d'une même histoire, celle du tourisme.

Cette affirmation tient si l'on considère 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" (KNAFOU et STOCK, 2003). Par cette définition, on identifie bien ce qui rassemble touristes et lieux touristiques du monde entier hier comme aujourd'hui. Cela induit aussi que les conditions de production et le fonctionnement des lieux obéissent aussi à des contextes, processus similaires, constituant ainsi des invariants, même si des retouches peuvent être apportées au modèle général.

Mon propos et la posture proposée ici s'inscrit dans un travail de recherche entrepris voici plus de dix ans par un groupe de cher-

cheurs, essentiellement des géographes, dont la volonté était de sortir de la "géographie du tourisme" pour proposer "une approche géographique du tourisme" et de produire une réflexion plus théorique que strictement factuel sur le tourisme. Et montrer en quoi le tourisme n'est pas seulement une activité économique, comme on voudrait parfois nous le faire croire, mais aussi une activité humaine riche de sens et dont l'analyse reste encore trop cantonnée aux seuls effets négatifs. Ce qui est privilégié ici n'est pas seulement une connaissance des conditions de production du tourisme et de ses lieux comme de leur pérennité, mais aussi une manière de mieux saisir comment se produit et se développe le monde actuel.

I. Quatre acteurs à l'origine des lieux touristiques

Si on essaie de saisir comment s'opère la mise en tourisme de l'espace et des sociétés, quatre type d'acteurs peuvent être identifiés : celui qui porte un nouveau regard sur un lieu et ainsi le met au monde comme souvent les artistes et les scientifiques l'ont favorisé au cours de leurs pérégrinations; puis le touriste qui, par sa pratique de venir le voir, le fait exister pleinement; ensuite le promoteur ou l'aménageur, originaire du lieu ou non, investit financièrement dans l'opération et en attend des gains: c'est lui qui valorise en quelque sorte le regard porté sur le lieu et aménage l'espace de la pratique. Les pouvoirs publics, État ou collectivité territoriale interviennent enfin en encadrant cette mise en tourisme par un cadre législatif ou plus lourdement en investissant dans l'aménagement d'infrastructures en vue de créer des lieux touristiques.

Regarder autrement les merveilles de la nature

Deux regards ont joué un rôle essentiel, celui du scientifique qui rationalise le paysage, celui de l'artiste qui l'esthétise. Par leurs productions, tous deux ont porté à la connaissance de leurs contemporains les merveilles

de la nature et du passé, et fait naître le désir de les découvrir.

Pour que la montagne ou le bord de mer deviennent des lieux touristiques, il a fallu qu'ils soient inventés - c'est-à-dire que soit porté sur eux un autre regard que celui qui dominait jusqu'alors et qu'ils soient ainsi investis de nouvelles significations. C'est-à-dire qu'on leur confère une valeur nouvelle, une valeur spatiale jusque-là absente: "... la valeur d'un espace est celle que les individus, les groupes et les organisations dans un contexte historique donné, y projettent et y fixent, en raison même de l'état, dans la société donnée, des systèmes de définition et de qualification des valeurs sociales..." (LUSSAULT, 2003, p. 973).

En effet, dès le xvii^e mais surtout au xviii^e siècle, un nouveau regard est porté sur la haute montagne et les littoraux. La plage autrefois espace de production fréquenté par les seules classes laborieuses devient pour la société urbaine hollandaise du xviii^e siècle un décor pour les loisirs urbains à l'époque où les peintres des Provinces-Unies inventent le paysage moderne (KNAFOU, 2000). Pour la haute montagne, le rejet fut longtemps l'argument évoqué: ainsi MONTESQUIEU, au retour d'Italie traverse le Tyrol et déconseille cet itinéraire (HERBIN, 1980). Il fallut attendre entre autres l'ascension du Mont-Blanc par de SAUSSURE (1786) armé de son baromètre ainsi que les tableaux des peintres notamment romantiques pour faire entrer ces paysages dans l'univers de leurs contemporains. Depuis, la montagne et la mer sont devenues des lieux distingués, puis appropriés pour la pratique touristique.

Hors d'Europe, la découverte scientifique et esthétique favorise également la mise en tourisme. Aux Etats-Unis par exemple, scientifiques, peintres et photographes accompagnent l'expédition militaire qui aboutit au classement de Yellowstone en 1872 et le

naturaliste JOHN MUIR se bat pour assurer une protection renforcée du site de Yosemite. Ce même processus se retrouve à Niagara où une nature à une échelle ignorée par les immigrés européens, va jouer à la fois le rôle de sites naturels et de ruines, devenant les monuments du Nouveau monde qui en manquent cruellement. Et le même constat vaudrait ailleurs encore.

Regarder autrement les constructions humaines

Au regard porté sur les merveilles de la nature s'ajoutent celui attribué aux créations humaines: monuments comme civilisations. Dans l'Europe de la fin du xviii^e et du début du xix^e siècle, le regard des scientifiques et des artistes se porte également sur les traces du passé ou sur les lieux symbolisant l'exotisme, ce qui contribue à intégrer dans l'écoumène touristique de nouveaux territoires, villes en déclin au passé brillant, grande ville riche d'un patrimoine et d'une modernité ou contrées exotiques et lointaines.

Les œuvres des écrivains romantiques, BYRON, MUSSET ou RUSKIN ont fait de Venise et Bruges un haut lieu de la mélancolie et du mal de vivre. Si Venise, sur la route du Grand Tour, était un lieu fréquenté par les voyageurs avant que ces auteurs ne l'investissent, c'est, plus tard, le roman de GEORGES RODENBACH qui attira à Bruges les premiers touristes avec Bruges la Morte. Paris, elle aussi sur la route du Grand Tour, attire dès le début du xviii^e siècle, les Anglais qui viennent admirer son patrimoine monumental, ses riches collections d'Antiques rassemblés dans le Musée Napoléon, futur musée du Louvre, ouvert en 1803 mais aussi les transformations qui s'opèrent dans la ville dès l'Empire et qui atteindront leur apothéose sous le Second Empire avec Haussmann (DUHAMEL, 2006). Les écrivains, CHATEAUBRIAND, LAMARTINE, FLAUBERT et les peintres, comme DELACROIX, ainsi que les archéologues et historiens initient leurs contemporains à la

découverte de l'Orient qui contraste avec le puritanisme de l'ère victorienne et le matérialisme de la société industrielle. Cet imaginaire exotique pousse les contemporains au voyage à une époque où les routes terrestres et maritimes se développent et deviennent plus sûres. Il faudra attendre le début du ^{xx}e siècle et la découverte du Macchu Picchu en 1911 pour que la ville déchue ou la civilisation mystérieuse dans les territoires neufs devienne un nouvel élément de "regarder touristique".

Pas de lieux touristiques sans touristes

Regarder ou distinguer par le regard ne suffit pas à produire un lieu touristique. Pour qu'un lieu soit considéré comme touristique, il faut qu'il y ait des touristes. Mais qui est touriste? Dans un premier temps, l'aristocratie tient le rôle de producteur de lieux touristiques par ses pratiques avec l'exemple emblématique de la station thermale de Bath qui vivait et qui fut relancée par la reine ANNE au tout début du ^{xviii}e siècle; puis vinrent BRIGHTON, BIARRITZ ou encore SAINT-SÉBASTIEN, chacune portée par la présence royale ou impériale. Leur présence provoquant la venue de l'ensemble de l'aristocratie et de la notabilité nationale comme internationale, pour la France et l'Espagne, par exemple.

Avec le temps, les personnalités susceptibles de "lancer" un lieu se diversifient au fur et à mesure que le tourisme se complexifie. Ainsi avec le ^{xx}e siècle, des personnalités importantes du monde économique comme les VANDERBILT, ASTOR, ROCKEFELLER adoptent Miami pour la villégiature hivernale, tandis qu'à Megève au lendemain de la première guerre mondiale se pressent Albert 1^{er} roi des Belges ainsi que les familles d'industriels Michelin et Citroën. La saison d'été en Méditerranée est une invention d'artistes américains, comme le musicien de jazz COLE PORTER et le peintre GERALD MURPHY, rejoints rapidement par des écrivains (HEMINGWAY, SCOTT FITZGERALD), des peintres (PABLO PICASSO, FERNAND

LÉGER) ou encore par des personnalités de la mode comme Coco Chanel. Le monde du cinéma, des médias et de la politique, après avoir allumé les projecteurs sur Saint-Tropez s'approprie aujourd'hui les riads de la médina de Marrakech.

Si la fréquentation de l'élite conditionne des créations de lieux touristiques, elle ne peut rendre compte de la totalité de ceux qui existent. Les plages du Languedoc, les tours de Benidorm ou les trains fantômes de Disney n'ont pas eu besoin de têtes couronnées ou de jet setter pour être créés, pour fonctionner et pour durer. Le grand nombre ne fait pas que reprendre, ajuster, modifier des pratiques initiés par quelques-uns, et au fil du temps, le touriste a acquis une autonomie par rapport aux pratiques de l'élite dans le choix de ses lieux de vacances. Ce "savoir être touriste" s'apprend et se transmet de génération en génération (Équipe MIT, 2002). Et cette autonomie n'est pas récente, mais remonte à la première étape dans la diffusion sociale du tourisme dans les années 1850. À Paris, les foules se pressent pour visiter les Expositions universelles: on passe ainsi de 5 millions de visiteurs pour celle de 1855 à 51 millions pour 1900. La diversification de la fréquentation touristique est une réalité européenne dès le début du ^{xx}e siècle. D'ailleurs, ne sont-ce pas les classes moyennes qui en Europe ou en Orient, sont les clientes les plus fidèles du voyageur THOMAS COOK? Et dès la seconde moitié du ^{xix}e siècle, des lieux ne sont-ils aménagés pour recevoir, non pas encore le plus grand nombre, mais déjà des flux conséquents de touristes qui ne peuvent constituer une élite vu le nombre, que ce soit à Arcachon avec 23.000 visiteurs dès 1859, Atlantic City ou Niágara.

Équiper

Cela posé, un troisième type d'acteur intervient : les entrepreneurs. Ils sont divers et leurs actions se matérialisent de manière très contrastée: du paysan louant une cham-

bre aux touristes aux hommes d'affaires ou entreprises investissant dans l'hôtellerie et les stations. Le but est d'abord financier et l'investissement dans le secteur touristique doit avant tout être rentable. Leur objectif est de valoriser la présence des touristes et par des conditions d'accès et de séjour facilitées en faire venir un nombre toujours plus grand.

Toutefois, n'oublions pas que l'arrivée des premiers touristes précède parfois les équipements. La population locale s'adapte alors en voyant le bénéfice qu'elle peut tirer de cette activité. À Chamonix, les paysans hébergeaient chez eux les ascensionnistes avant d'ouvrir auberges (la première date de 1770) puis hôtels. De même à Nice, les premiers hivernants séjournaient chez l'habitant dans la vieille ville, au milieu du XVIII^e siècle (CHADEFAUD, 1988), avant de faire quartier à part en créant une ville nouvelle aux portes de l'ancienne, au-delà du Paillon et bordé par la Promenade des Anglais.

Mais cela ne dure qu'un temps et très vite, des investissements importants ont lieu pour aménager le lieu. Certains hommes d'affaires jugent rentable d'investir là où ils pratiquent eux-mêmes le tourisme, comme LORD WOOLFIELD qui fit construire à Cannes des villas pour les revendre à la clientèle anglaise, ou plus tard Franck Jay Gould, milliardaire américain qui investit une partie de sa fortune dans les hôtels et les casinos de la Côte d'Azur. Après 1850, il est bien plus fréquent que les hommes d'affaires soient les promoteurs des lieux sans y être eux-mêmes touristes. Ces personnes ont déjà fourbi leurs armes dans des domaines extrêmement variés comme les frères Pereire, en France, qui sont exemplaires ici : après les chemins de fer, premier angle d'attaque avec les transports maritimes, ÉMILE PEREIRE mita sur le développement d'une station touristique, ARCACHON, créa le premier hôtel de luxe de Paris, le Grand Hôtel du Louvre avant de réaliser le Grand Hôtel.

Et les entrepreneurs privés continuent d'être des acteurs de premier plan dans la seconde moitié du XX^e siècle, par exemple en étant à l'origine de la station de La Plagne ou des parcs d'attractions Disney.

Les compagnies de transports ont joué aussi un rôle important dans le développement de l'activité touristique et le façonnement des lieux, comme en Floride, par exemple : HENRY PLANT, qui dirigeait la Savannah, Florida and Western Railway Company et détenait le monopole du transport ferroviaire sur la côte occidentale, investit parallèlement dans l'hôtellerie alors qu'HENRY M. FLAGLER fut à l'origine de la mise en tourisme du littoral oriental de Floride, de Palm Beach à Miami, parallèlement à l'édification de la voie de chemin de fer dont il assura la réalisation. D'autres entreprises des secteurs du transport ou du voyage cherchent à diversifier et à rentabiliser leurs activités en investissant dans des branches proches de leur principale activité. GÉRARD BLITZ s'associe à GILBERT TRIGANO, fabricant de matériel de camping pour créer le Club Med aux lendemains de la seconde guerre mondiale. À Ibiza, la collaboration entre propriétaires fonciers locaux et tours-opérateurs étrangers a permis la construction de nombreux hôtels, les uns remplissant par leurs passagers, les hôtels des autres.

Ainsi s'identifie la multiplicité des acteurs qui participent de toutes les facettes de la valorisation touristique : assurer la venue des populations dans les meilleures conditions, l'hébergement dans des structures adaptées et ajustées au goût des clientèles en question et encadrer au mieux l'exercice de la pratique dominante en créant les établissements et les équipements nécessaires.

Légiférer et planifier

Enfin, la puissance publique, État, collectivité territoriale, municipalité, participe à la mise en tourisme des lieux par son pouvoir

législatif ou sa volonté planificatrice. Là aussi intervient l'idée d'une valorisation de la présence des touristes, l'idée sous-jacente étant généralement d'améliorer notablement la balance de paiements.

Nombreuses sont les lois qui favorisent le tourisme : bien sûr, celles qui accordent des congés payés jouent un rôle extrêmement importants que ce soit aujourd'hui en Chine avec les semaines en or, législation établie en octobre 1999 (première semaine de mai et d'octobre) ou hier en Europe. Mais celles qui sont à l'origine de la création d'un patrimoine collectif et de sa protection sont tout aussi importante. En créant les parcs de Yellowstone et de Yosemite, le congrès américain invente, dans le dernier quart du XIX^e siècle, la wilderness nationale, à protéger et à admirer tandis qu'en Europe, les législateurs s'emploient à conserver pour les générations futures un patrimoine bâti, avec, par exemple, en France, la création en 1830 de l'Inspection des monuments historiques. L'État protège et ce faisant, il sélectionne, reconnaît et désigne à la fréquentation le site à admirer, le monument à visiter. Les labels ne sont plus seulement nationaux, mais peuvent également être délivrés par une organisation internationale, en premier lieu l'Unesco depuis 1972, devenu depuis un label très recherché.

Le meilleur exemple reste le cas du Havre, cité portuaire française aux débouchés de la Seine, dont le centre-ville par AUGUSTE PERRET suite aux bombardements de 1944, a été classé par l'Unesco en Juillet 2005. Là où peu de touristes venaient, c'est un flux naissant qui apparaît avec la mise en place de visites guidées. La volonté du maire est ici évidente et révélatrice d'un désir de valoriser une caractéristique architecturale qui faisait la honte des Havrais. Valoriser par la législation en transformant le regard, est aussi un élément très important du processus de mise en tourisme.

D'autre part, l'autorité publique a le pouvoir d'interdire ou d'autoriser certaines pratiques ou comportements. Et ces législations différentes entre deux entités proches peuvent être à l'origine de flux touristiques lorsqu'il s'agit de jeux par exemple. Les exemples de Monaco ou Las Vegas (DOUGLASS & RAENTO, 2004) sont tout à fait révélatrices de ces dynamiques.

Les pouvoirs publics interviennent également en planifiant et en aménageant des lieux touristiques, de façon à offrir des vacances au plus grand nombre tout en menant une opération financièrement rentable. Prora sur l'île de Rügen (Mer Baltique) peut être considérée comme l'ancêtre des stations intégrées roumaines, bulgares ou languedociennes. Conçue par le régime nazi, la station aurait dû être inaugurée en 1940, mais la guerre interrompit les travaux. La création ex nihilo et l'extrême organisation du lieu préfigure ce que seront les stations bulgares sur le littoral de la mer Noire aménagées à partir de la fin des années 1950 ou le chapelet de stations du Languedoc-Roussillon voulu par la mission Racine comme Port-Camargue, La Grande Motte ou Cap d'Adge. Dans les Alpes françaises, l'État est, indirectement au moins, à l'origine des stations de la Plagne, les Arcs, Avoriaz, etc. dans l'espoir de faire vivre les vallées alpines tout en retenant les skieurs français et leurs devises sur le territoire national.

L'État n'est pas la seule puissance publique à intervenir dans la conception et l'aménagement de lieux touristiques : à Courchevel, c'est le département de Savoie qui est à l'origine de la station de ski tandis qu'à Benidorm, la municipalité adopta dès 1956 un plan d'urbanisme projetant une ville conçue pour le tourisme. Les pouvoirs publics, quel que soit leur échelon, n'ont cessé d'intervenir de manière directe ou indirecte dans les projets touristiques. Dans les pays occidentaux, mis à part la Mission Racine et le Plan Neige

en France, l'État n'est guère porteur de si vastes projets ; ailleurs, il continue de s'affirmer temporairement pour soutenir une activité qui doit alimenter l'économie nationale en devises, et ce, notamment, dans les pays du Sud, de la Tunisie au Brésil et plus récemment encore en Chine.

Processus

Si le lieu touristique est le produit d'un regard scientifique ou esthétique, de la présence de touristes et d'un investissement à des fins de rentabilité, comment se met en place ce jeu d'acteurs? Dans quel ordre interviennent-ils?

Toutes les combinaisons semblent possibles avec deux logiques : soit des acteurs seuls, soit des alliances entre acteurs. Ainsi la découverte scientifique et esthétique peut être première à Yellowstone ; l'intervention d'un entrepreneur privé crée le Club Med, ou de l'État produit les stations du Languedoc et partout le touriste est présent dès l'origine. Du côté des alliances, on note qu'entrepreneur et touriste appartenant à l'élite font Bath, Brighton; le scientifique ou l'artiste et l'entrepreneur font Chamonix, crée touristiquement la vallée du Nil ou les Grisons avec Saint-Moritz; le touriste et les pouvoirs publics font Barcelone.

De plus les acteurs sont-ils toujours les mêmes qu'au début du tourisme? Si l'on considère les grands moments créateurs de lieux et de pratiques touristiques radicalement nouveaux depuis les années 1980, le scientifique ou l'artiste ne semble plus jouer le même rôle qu'autrefois, même s'il continue d'exercer une influence: Montmartre n'est pas seulement le Sacré Cœur et la place du Tertre, mais également le quartier d'Amélie Poulain, et maintenant la visite de l'église Saint-Sulpice requiert un nouveau guide: le Da Vinci Code. Depuis une trentaine d'années, ce sont les entrepreneurs de toutes sortes qui dominent: pouvoirs publics comme à Barcelone, compagnies étrangères et pro-

priétaires fonciers à Ibiza, homme d'affaires aventurier comme l'Italien GEORGE CORBIN qui, allié à l'État maldivien et à la bourgeoisie locale, est à l'origine du développement des Maldives, au début des années 1970. Mais le touriste individuel peut toujours être à l'origine d'un lieu, comme en témoigne l'exemple de Marrakech.

Quels que soient les acteurs de la mise en tourisme, ils visent tous à permettre que s'exercent des pratiques dans le lieu. Celles-ci, déterminant au fil du temps des types de lieux, sont un autre moteur de la production des lieux touristiques.

II. Les pratiques

Derrière la diversité apparente des pratiques touristiques apparaissent trois grandes modalités: se reposer, découvrir et jouer (STOCK, 2001; Équipe MIT, 2002). L'évolution des pratiques souligne la formidable capacité d'invention des touristes, dès lors qu'il s'agit pour eux d'imaginer les modalités de récréation du corps et de l'esprit.

Bien-être et libération des corps

L'histoire des pratiques touristiques est celle d'une affirmation du plaisir sous toutes ses formes : jeu, divertissement, sociabilité, mais aussi bien-être et libération des corps. Air, soleil et eau sont sollicités pour s'occuper des corps avec, pendant longtemps, la seule visée thérapeutique et médicale avant que le plaisir et le ludique ne s'en mêlent pour mieux détrôner totalement ou presque le médical.

Avec le XVIII^e siècle, les progrès scientifiques liés à la connaissance de la composition des éléments naturels provoquent un réel basculement, un regard nouveau sur les vertus de l'eau et ses effets, comme l'analyse A. RAUCH:

Jusque là, il arrivait qu'on conduisit à Dieppe les personnes menacées de la rage (FÉRET, 1855, p. 30). Jadis, dans une

lettre de sa Correspondance, datée du 13 mars 1671, Mme de Sévigné n'écrit-elle pas: "Il y a huit jours que Madame de Ludres, Coëtlogon et la petite Rouvroi furent mordues d'une petite chienne qui était à Théobon ; cette petite chienne est morte enragée ; de sorte que Ludres, Coëtlogon et Rouvroi sont parties ce matin pour Dieppe et se faire jeter trois fois dans la mer"?"

L'immersion, sa triple répétition ne relèvent point de l'ordre médical ; la démarche, faite sans commentaire, est rituelle. A Dieppe la mer possède les privilèges de ces lieux qu'a consacrés une tradition de guérison: s'y rendre, y être trempé et en revenir laissent l'espoir de guérir ou de conjurer la mort ; le nombre trois nous plonge dans l'occultisme, voire le sacré. Au XVIII^e siècle, ce sont les bienfaits non plus mythiques mais physiques qui sont glorifiés ; d'autres imaginaires sont invoqués. On attribue à l'eau de mer, à la cure prise sur le rivage, à la présence auprès d'éléments 'aériens et aquatiques » que combine le séjour à la mer, une somme de bienfaits ; savants et médecins lui prêtent une action liée aux qualités de l'élément marin [...]. Là où la violence et la mort étaient à conjurer par une cérémonie et son rite, la prescription médicale cherche dorénavant à fonder l'action du bain sur les savantes analyses de l'eau de mer. Pas de vertus secrètes à décèler, mais des propriétés à découvrir, dont l'utilité s'impose à la lumière d'une démonstration. [...] Un univers de référence bascule (1988, pp. 14-15).

Il en est de même pour l'air. A. CORBIN l'explique par l'évolution des sensibilités en matière d'odorat et de rapport à ce qui relève du pestilentiel: cela produit un "abaissement des seuils de tolérance" (1982, p. 67). Le courant hygiéniste œuvre à maîtriser

le courant d'air et à assurer une parfaite "ventilation" des espaces. Aussi n'est-il pas surprenant que soient vantés très tôt l'air pur du bord de mer et l'air frais des montagnes contre l'air impur et vicié des villes. Tous les arguments scientifiques sont avancés : l'analyse des éléments naturels devient une nouvelle mesure-étalon pour les appréhender ; la médecine contemporaine fourbit ici ses premières armes avec l'élaboration du diagnostic médical et de la prescription qui l'accompagne, le tout encadré en France par la Commission royale de médecine créée en 1772 et la Société royale de médecine en 1778. L'ensemble produira l'apparition de pratiques nouvelles et sans cesse renouvelées depuis.

Alors s'inventa le bain dans la mer, ce qui fut fait dès les années 1720 en Angleterre, avant que Brighton, à la fin XVIII^e siècle, ne devienne un lieu à la mode. La seconde étape a été franchie dans la seconde moitié du XIX^e siècle, lorsque la fonction curative du bain de mer froid s'amointrit et que le ludique l'emporta sur le thérapeutique. Les bains glissèrent vers le Sud en même temps qu'ils se démedicalisèrent. À la fin du XIX^e siècle, les touristes se baignaient sur les littoraux de l'Atlantique sud, mais pas en Méditerranée, où l'été était considéré comme étant trop chaud et la température de l'eau trop amollissante pour justifier la venue de baigneurs en cette saison. La troisième étape consista, au début du XX^e siècle à valoriser les eaux chaudes: en 1907, Jack London vanta les eaux de Waikiki. Ses écrits eurent un retentissement considérable et participèrent grandement à ce qu'Honolulu, à travers sa plage de Waikiki, devienne un lieu de référence dans ce nouveau rapport à l'eau qui naquit quelque part entre l'Amérique et l'Australie, en lien fort avec le développement de pratiques sportives comme la natation et le surf. Le modèle Sea, Sand and Sun forge ses origines dans ces logiques et ces lieux-là.

Dès lors les corps s'exposent au soleil. La Méditerranée, fréquentée jusque-là l'hiver, devint un lieu de vacances estivales. Dans les années 1930, les hôteliers de la Côte d'Azur ouvrirent tous leurs portes l'été et au début des années 1940, c'était la saison principale même dans les anciennes villes d'hiver comme Nice, Cannes ou Menton. C'est à Juan-les-Pins, investi par des artistes américains, que s'est inventée une nouvelle façon de vivre l'été : désormais, il ne s'agit plus de fuir le soleil mais d'en profiter. Une nouvelle esthétique des corps est à l'honneur, valorisant les peaux bronzées et non plus blanches, les formes musclées au détriment des silhouettes rondes. La figure emblématique du beach boy naquit à Waikiki. L'heure du bronzage conquérant avait sonné et Coco Chanel, après avoir raccourci les robes des femmes, prôna l'abandon de l'ombrelle (BOUILLON, 2002).

Découvrir et jouer

Au soin et au repos, s'ajoute les pratiques du "découvrir" et du "jouer". L'une se nourrit de toutes les découvertes esthétiques, naturelles et culturelles de voyageurs qui par leurs récits et leurs dessins incitèrent le plus grand nombre à venir voir ce qu'il avait découvert. La constitution de cette collection de paysages universels s'est forgé au fil des deux derniers siècles et constitue aujourd'hui le patrimoine commun des touristes, ces lieux que nous souhaitons voir un jour.

Depuis les débuts du tourisme, les ressorts du regard et de la découverte restent sensiblement les mêmes et distinguent des lieux similaires : certaines montagnes ou littoraux sont progressivement identifiés, ruines et villes au riche patrimoine progressivement intégrées. L'idée de ce qui est beau et digne d'intérêt n'a finalement pas changé radicalement depuis deux siècles et seule l'arrivée sur la scène touristique de populations nouvelles comme les Asiatiques et tout particulièrement les Chinois et les

Indiens, dont le sens esthétique est tout à fait autre, peut renouveler et le regard et les lieux d'intérêt chez eux comme dans notre territoire. En cela, il convient d'observer très finement ce qui importe à ces populations pour mieux saisir quel paysage pourrait provoquer leur venue.

Le jeu est "une action ou une activité volontaire, accomplie dans certaines limites fixées de temps et de lieu, suivant une règle librement consentie, mais complètement impérieuse, pourvue d'une fin en soi, accompagnée d'un sentiment de tension et de joie, et d'une conscience d'être autrement que dans la vie courante" (CAILLOIS, 1958). Le jeu contient cette idée de gratuité, le jeu est sans enjeux, ce qui l'apparente au divertissement. Un point important est alors à retenir: les "sports" ou le "tourisme sportif", qui constituent souvent une catégorie centrale pour l'interprétation des pratiques touristiques, ne sont en fait qu'un type de jeu. On peut donc considérer que des activités physiques que l'on pratique souvent lors des vacances telles que le ski, le surf, etc., ne relèvent en fait pas du sport, mais du jeu, basé sur la vitesse, la glisse, les virages. L'objectif ne réside pas dans l'affrontement, mais dans le fait de se griser: l'ilinx dirait Caillois.

Je en société

A ces processus s'ajoute que, depuis toujours, la recherche de l'entre soi reste une autre constante des pratiques touristiques. C'est à Bath que s'inventa une intense vie de société. À Davos, la vie mondaine, décrite par THOMAS MANN dans la Montagne magique, attira aussi les bien portants. Au XIX^e siècle, dans les lieux touristiques, s'accomplit un intense travail de gestion du capital social, au travers de fêtes, chasses, déjeuners, dîners, réceptions, cocktails, cercles, rallyes, etc. Et la saison est un moment fort pour tisser des relations, renforcer son réseau, voire concevoir des unions. Aujourd'hui, de tels fonctionnements

s'observent comme dans les petites îles de l'océan Indien ou des Caraïbes qui fonctionnent comme des lieux du retranchement, la micro-insularité garantissant aux célébrités de ce monde une tranquillité, une sécurité et une liberté qu'elles n'auraient pas ailleurs. Celui-ci n'est d'ailleurs pas propre aux élites mais à toutes les populations touristiques: le lieu touristique étant par définition un formidable club de rencontre (CERIANI et al., 2005) et les échanges sont toujours multiples et variés ; du moins les touristes en ont-ils la possibilité s'ils le souhaitent, le lieu touristique étant sans doute celui où s'exprime le mieux la maximisation des interactions sociales dans un espace de taille au total, assez réduite.

Pourtant cela ne signifie pas que la mixité sociale soit l'apanage des lieux touristiques. On observe plutôt des sélections sociales très fortes selon les destinations, la venue des uns pouvant provoquer le départ de ceux déjà présents. Dans d'autres, c'est au contraire, un facteur d'attractivité. À Saint-Tropez, l'entre soi se met en scène et s'offre au regard du plus grand nombre, car pour le show-biz, il convient d'être vu. En revanche, les patrons de l'industrie qui séjournent dans ce même lieu cultivent la plus grande discrétion, le dernier chic étant de se cacher dans le lieu le plus médiatisé du monde. À Monaco, la diversité sociale est également un atout pour le lieu, le regard des excursionnistes pouvant constituer un attrait pour l'élite touristique, tandis que la vue des personnalités appâte le plus grand nombre.

Je et les autres

Cette recherche de la distinction et de la mixité s'alimente d'un dernier processus structurant dans les pratiques touristiques et les expériences associées : la rencontre de l'autre. Le tourisme apparaît alors comme le franchissement d'un horizon d'altérité (LAZZAROTTI, 2001). L'altérité peut être temporelle lorsque le touriste plonge dans l'atmosphère

médiévale de Bruges ou marche sur les traces des doges de la Sérénissime. L'époque mise en scène dans les lieux touristiques peut être encore plus lointaine : la recherche des origines se porte bien, que ce soit à Yosemite où est célébrée la nature originelle, ou en Italie, valorisée comme berceau de la civilisation européenne lors du Grand Tour. L'altérité est aussi géographique et s'incarne dans l'ailleurs, dans des lieux autres. La qualité spécifique des lieux touristiques, mais aussi l'interprétation qu'en fait le touriste est au fondement de la problématique de l'altérité qui prend un tour décisif dans le tourisme par le déplacement et l'habiter des lieux autres.

Là, se met en place toute l'expérimentation du différentiel entre les lieux, ressort structurant du déplacement touristique (ÉQUIPE MIT, 2002). Ce dernier renvoie à une triple rencontre : rencontre de la mémoire et de l'ailleurs, qui se manifeste par la contemplation des merveilles de la culture et des monuments de la nature ; rencontre de soi-même, que l'on perçoit bien à travers tous les grands voyages initiatiques qui jalonnent l'histoire du tourisme comme dans de nombreux séjours touristiques; rencontre de l'Autre, enfin, à travers la confrontation particulière avec l'autochtone comme. Et l'intelligence du tourisme "consiste à la fois à créer objectivement les conditions de la rencontre et à aménager celle-ci, en la rendant acceptable" (CERIANI et al., 2005). Et si on vante la rencontre avec l'autre, bien souvent dans la pratique, ce sont surtout d'autres touristes que le touriste va côtoyer. Ainsi, la formule inventée par le Club Med propose ainsi à ses clients de faire connaissance dans des lieux exotiques, en rupture totale avec le quotidien, mais dans un climat sécurisant vis à vis de l'altérité que représente le pays d'accueil.

Le tourisme peut être aussi une quête de soi qui permet à celui qui l'effectue pour se

construire. Si toute expérience touristique est une confrontation à soi-même, certaines pratiques, du Grand Tour au voyage des backpackers, ont poussé cette logique jusqu'au bout et s'apparentent à des voyages initiatiques.

Mais, pas besoin de partir au bout du Monde à la quête de soi pour s'en trouver transformé, car tout retour de vacances nous trouve changé. "Le déplacement ne se limite pas au seul mouvement lié au voyage, mais aussi à l'idée que la mise à distance permet, consciemment ou inconsciemment, de réévaluer sa place dans le monde..." (CERIANI et al, 2005). Se trouver face à soi et à ses proches durant les temps vacants est toujours un moment particulier, surtout lorsqu'on choisit la difficulté en optant pour la robinsonnade dans une île-hôtel ou au milieu de la forêt, lieux clos d'où il est difficile de s'échapper ou encore d'échapper à soi-même et à ses proches.

III. Les lieux

Acteurs et pratiques s'expriment dans les lieux, et les touristes comme les entrepreneurs fabriquent des lieux pour répondre les uns à leurs intentionnalités, les autres à celles des populations qui viendront les fréquenter. Comment les lieux sont-ils investis par le tourisme? Quelles logiques fondamentales se mettent en place lors de ces moments précis?

Faire le plein au bord du vide

Bien souvent, le tourisme investit les vides. Aux espaces aménagés et habités, il préfère les terres peu appropriées voire vierges. Et d'ailleurs, si on comptabilise les lieux touristiques aujourd'hui, on aboutira sans doute à observer qu'il y a plus de lieux nés de petits villages ou de "rien" que de villes voire de grandes villes, même si celles-ci participent pleinement du mouvement. En un sens, le tourisme suscite des lieux et par là même les intègre à l'écoumène.

Cette naissance/renaissance des lieux par le tourisme revêt des formes multiples et si l'on reprend l'idée de la distinction préalablement évoquée, on constate que le touriste répugne parfois à se fondre dans un bâti ayant servi à d'autres activités que la récréation et privilégie le sur mesure. Aussi investir les vides permet-il de rester entre soi - pas de risques de mélange social - et de s'offrir le décor approprié. Ainsi, lorsque les hivernants de la Côte d'Azur firent construire leurs villas, très rapidement ils s'établirent systématiquement à l'écart des noyaux urbains préexistant et furent ainsi à l'origine de nouveaux quartiers, les villes d'hiver.

Les vides à partir desquels fleurissent les lieux touristiques peuvent être des espaces en déclin, économique ou démographique comme Bruges et Venise, le tourisme a prospéré sur la faillite de ces cités. Car, l'un des ressorts majeurs de mise en tourisme des lieux réside dans l'existence d'une crise des activités jusque-là dominantes et qui ne parviennent plus à assurer la survie économique de la population locale. Lorsque la situation économique est bonne, le tourisme n'est généralement pas un projet porté par la population locale. Ainsi, en Floride, l'existence d'une économie prospère à Key West jusque dans les années 1920 contribue à expliquer la mise en tourisme tardive. En revanche, dans les Alpes françaises ou à Benidorm dans la seconde moitié du xx^e siècle, le tourisme est venu relayer une économie locale en crise, tandis qu'à Dubaï, un produit touristique est créé en prévision de la fin du pétrole, produit fondé sur la construction d'îles artificielles, comprenant hôtels de luxe et centre commerciaux avec Palm Island et The World, mais aussi le shopping et le ski sous Dôme.

Si le tourisme a, au début de son histoire, investi pour l'essentiel les modestes bourgades ou privilégié les espaces vides, la

fonction touristique de la métropole émergea dès la seconde moitié du XIX^e siècle à Paris et s'articula autour d'événements ponctuels (les Expositions universelles) mais aussi et surtout autour du spectacle permanent qu'offrait la grande ville : paysages urbains, patrimoine monumental, ambiance festive. Aujourd'hui, la tendance est d'investir aussi les pleins, que ce soit à Rio, à Marrakech ou Barcelone, d'être là où cela se passe, c'est-à-dire au milieu de la foule. Le touriste part à la découverte de l'autre dans ses lieux, favelas, bar ou plage urbaine, s'initie aux quotidiens exotiques et se rêve habitant temporaire des lieux visités. Et les hébergements connaissent cette même évolution, les touristes recherchant moins l'écrin vierge comme au XIX^e siècle que la demeure ayant une âme, une histoire. Riads et chambres d'hôtes permettent de se glisser si ce n'est dans la peau, du moins dans les meubles de l'autre, l'altérité recherchée étant culturelle ou sociale.

Accessibilité

Ainsi, par ce double mouvement de conquête des espaces sur deux siècles, le tourisme étend progressivement l'écoumène à tel point que l'écoumène touristique est sans doute plus vaste que l'écoumène humain. Parmi les dynamiques qui rendent compte de ce processus, la question de l'accessibilité constitue un élément important, mais qui ne joue pas toujours dans le même sens. Celui-ci dépend notamment du moment dans lequel le lieu se trouve dans sa trajectoire de développement: parfois, une accessibilité facile au grand nombre est souhaitée, parfois non; parfois la proximité relativement plus grande que d'autres lieux par rapport aux métropoles contribuent à expliquer la mise en tourisme, parfois non.

Quoiqu'il en soit, l'arrivée du chemin de fer constitua un tournant décisif pour le développement du tourisme dans les années 1850 avec les bateaux à vapeur. Cela induisit la

régularité des déplacements et des horaires, arguments aussi décisifs pour rendre compte de l'intensification des fréquentations que l'abaissement des durées de voyages; dans l'Europe des années 1950, la connexion à un réseau routier de qualité permit à certaines régions comme la Costa Brava d'assurer leur développement touristique. Et depuis les années 1960, le dynamisme touristique dépend souvent de bonnes liaisons aériennes.

L'urbanité triomphante

Lorsque le touriste investit des lieux autres que les villes, des aménagements conséquents sont nécessaires pour assurer son séjour et ses pratiques; là il tient à retrouver un certain nombre d'éléments de son quotidien, et les lieux dévolus à la récréation doivent y ressembler par de nombreux aspects. Progressivement, ils n'ont rien à envier aux villes en termes de confort et de commodités modernes. Ainsi, en Suisse c'est un hôtel de St Moritz qui fut le premier bâtiment à bénéficier de l'électricité; quelques années plus tard, c'est encore la station de St Moritz qui, dans le canton des Grisons, fut la première à être reliée au réseau téléphonique.

En ville et dans les lieux touristiques, les hôtels sont des lieux privilégiés de la mise en scène du confort et du luxe accompagné de l'éternelle promenade, des points de vue et des équipements qui doivent favoriser la pratique et la rencontre: dans les stations thermales, ce sont les casinos, les théâtres tout autant que l'établissement thermal qui confèrent aux lieux touristiques leur urbanité et leur attrait. Puis progressivement, les lieux se dotent d'autres équipements de sports, loisirs, divertissement complétant la pratique dominante.

La référence urbaine est omniprésente dans la conception et l'aménagement des lieux touristiques. JOHN WOOD souhaitait faire de Bath une cité idéale et lorsque Walt Disney décida d'ouvrir un second parc, à Orlando,

il envisagea d'emblée de faire sortir de terre une ville entière, aménagée autour d'un parc à thèmes. Baptisée EPCOT (Experimental Prototype Community of Tomorrow), cette ville du futur était prévue pour le bien être de ses habitants. Dans d'autres cas, les lieux touristiques sont en écho avec l'urbanisme contemporain: stations du Languedoc-Rousillon créées par la mission Racine, stations intégrées des Alpes françaises, ou encore Benidorm, station qui après Madrid et Barcelone, compte en Espagne le plus grand nombre de tours.

Depuis quelques décennies, de nombreuses voix ont donné l'alerte: le tourisme, c'est laid, détruit l'environnement et pollue le paysage. Si certains lieux touristiques continuent à jouer sur le factice, les adeptes du politiquement correct souhaitent qu'architectes et promoteurs privilégient l'intégration à l'environnement, ce qui implique respect du paysage, utilisation de matériaux locaux et construction le plus souvent dans le style régional. Depuis le début des années 1970, le pastiche d'architecture régionale est à la mode: Valmorel joue ainsi à être un village savoyard et Port-Grimaud propose une nouvelle version du petit port méditerranéen (Équipe MIT 2002). Au Kenya, certains lodges récents sont implantés au sommet des arbres et le touriste peut observer les animaux sans les perturber. La recherche de l'authenticité et le respect du cadre de vie se traduit également par le réinvestissement d'anciennes demeures. Pour vivre comme les habitants du lieu, le mieux est de vivre en leur lieu, dans les riads de la médina de Marrakech plutôt que dans les grands hôtels du quartier de l'hivernage. Si la localisation de l'habitat traditionnel ne convient pas aux nouveaux propriétaires, il suffit de le déplacer: Megève s'enrichit ainsi dans les années 1980 de chalets d'alpage, difficiles d'accès par définition, soigneusement démontés et remontés dans la station. Et que dire de ces îles tropicales, soi-disant paradis naturel retrouvé et présenté

comme un patrimoine authentique à préserver des dégâts du tourisme... alors que certaines comme aux Maldives, sont en fait largement artificielles puisque arrosées pour avoir de la végétation et remblayées pour avoir des plages?

A l'issue de ces analyses, on touche un peu du doigt ce qui contribue à produire les lieux touristiques depuis deux siècles et comment ceux-ci ont été forgés, par quels acteurs, par quelles pratiques et pour produire tel lieu. Toutefois, cette grille de lecture n'évoque pas un dernier aspect qui a toute son importance: la durabilité des lieux touristiques et le fait que, depuis l'invention du tourisme, on n'a pas encore identifié de lieux touristiques ayant disparu.

IV. La pérennité des lieux

En effet, les lieux touristiques ont mieux résisté au temps que la plupart des lieux industriels nés à la même époque, c'est-à-dire ceux de la révolution industrielle européenne. Donc se pose la question de ce qui permet, favorise, entretient le tourisme dans les lieux, sans remettre en question leur existence, voire même en produisant leur développement permanent ou presque, car des paliers sont souvent identifiés. D'après nous, différents éléments peuvent alimenter cette réflexion sur la pérennité des lieux touristiques et nous proposons plusieurs clés de lecture.

Pérennité des lieux par l'évolution des pratiques touristiques

La première et sans doute celle qui conditionne l'évolution touristique d'un lieu, est le renouvellement des pratiques touristiques. Cela signifie, non pas le passage d'une activité à une autre mais l'ajout d'une pratique à une pratique, ou d'une pratique dominante à une autre pratique qui, de ce fait, perd en importance. Il y a donc, dans les lieux touristiques qui durent, une accumulation de pratiques touristiques qui peuvent se dérouler soit

dans la même saison, soit dans des saisons différentes, provoquant ainsi l'intensification d'une saison ou son extension.

Parmi les exemples les plus connus, les pratiques liées aux bains et à la mer sont assez représentatives. Si la Méditerranée fut d'abord fréquentée l'hiver comme la Floride, progressivement la saison s'inversa et cette évolution fut assez rapide: si, en 1925, la fréquentation de la Méditerranée était encore largement marquée par la saison d'hiver, il fallut attendre la fin des années 1930 pour que l'été soit la saison principale (BOYER, 1999). Le même phénomène s'observe pour la montagne qui fut d'abord fréquentée l'été puis, avec le ski, connut une saison hivernale, comme cela avait déjà débuté dès la fin du XIXe siècle à Saint-Moritz.

Dans d'autres lieux, les pratiques se sont succédés et ont amplifié la fréquentation et étendue la saison. Ainsi Sait-Gervais-les-Bains, entre Haute-Savoie (France), située en Megève et Chamonix fut connu dès 1806

pour ses sources thermales produisant la venue de curistes jusqu'à la médicalisation de cette pratique dans les années 1870 provoquant alors le déplacement des visiteurs non malades sur le plateau où il allait prendre le bon air. Curistes et villégiateurs se partageaient l'espace, les uns dans le vallon, les autres sur le plateau le surplombant, à proximité du bourg ancestral. Là une station naquit au début du XXe siècle qui s'est développée jusqu'à l'Entre-deux-guerres. Le développement du ski produisit la création, dans les années 1970, d'une petite station d'altitude à 1500m nommée Le Bettex reliée au bourg par un télécabine. Entre l'établissement thermal, le bourg et Le Bettex, trois lieux pour trois pratiques, lesquelles fonctionnent encore aujourd'hui, deux siècles après les débuts du tourisme.

Pérennité des lieux, par leur capacité d'adaptation

D'autre part, l'élaboration d'une typologie de lieux touristiques par notre équipe, présentée dans les tableaux suivants (figs. 1 et 2).

Fig. 1
Une première distinction entre les différents types de lieux touristiques

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

Source: d'après Knafou et al. (1997) et Stock (2001)

Fig. 2
La typologie des lieux touristiques

Situation touristique actuelle	Type de mise en tourisme	Type de lieux	Processus de la mise en tourisme	Caractéristiques	Exemples
Lieux dominés par le tourisme	Lieux inventés au sens de "trouver, imaginer pour un usage particulier": la montagne, la mer, la plage sont des inventions.	Site	Invention	- Pas de fonction d'hébergement ou sans rapport avec la fréquentation ; - Le lieu est uniquement fréquenté pour du passage.	- Toute plage fréquentée par les touristes, - Château de Versailles, - Cirque de Gavarnie, - Pointe du Raz - Ayers Rock
	- Lieux créés par le tourisme au sens de: "faire, réaliser quelque chose qui n'existait pas encore".	Comptoir	Création ex nihilo	- Espace monofonctionnel ; - Lieu fermé par rapport à la société locale ; - s'applique une réglementation spécifique ; - Maîtrise par un acteur promoteur en général ; - Fonction de séjour avec présence exclusive d'hébergements banalisés.	- Tous les hôtels-clubs, - Iles-hôtels , - Port-Grimaud, - Avoriaz, - Disney Paris - Center Parc - Les stations intégrées des Alpes françaises jusqu'en 1970.
	- Rien n'existait avant. Rien peut correspondre aussi à un lieu-dit, un hameau, voire à un village, dont il ne reste plus grand chose aujourd'hui	Station	Création ex nihilo	- Lieu ouvert sur la société locale ; - Acteurs et promoteurs plus ou moins nombreux, locaux et/ou étrangers ; - Discontinuité spatiale et socio-économique avec l'environnement ; - Fonction de séjour et de passage avec présence d'hébergements banalisés et/ou non banalisés.	- La Baule jusque vers 1970, - Qingdao (Chine), - Cap d'Adge, - Punta del Este, - Hammamet, - Les stations intégrées des Alpes françaises aujourd'hui.
		Ville ou village touristifiés	Subversion du lieu par le tourisme devenu la fonction essentielle	- Structure spatiale originelle patrimonialisée et subvertie par le tourisme et extensions liées au tourisme; - La fonction d'hébergement se situe soit au cœur du lieu soit en périphérie; - Cœur du lieu (quelques rues) concentrent l'essentiel des flux.	- Saint-Tropez, - Les Eyzies-de-Taillac, - Venise, - Bruges, - Saint Cirq Lapopie.

Lieux non dominés par le tourisme	Lieux investis et divertis par le tourisme. Le terme divertir signifie ici: "détourner, éloigner, soustraire à son profit" - Ville ou village au départ	Ville à fonctions touristiques ou ville touristique	Insertion d'une fonction touristique dans l'espace, territorialisation touristique de certains secteurs de la ville	Insertion d'une fonction touristique sans modification fondamentale de l'ensemble; - caractérisé par une fonction de séjour (plutôt court) et de passage	- Paris, Londres, Rome, et toutes les grandes villes du Monde généralement
		Ville-étape	La fonction touristique est limitée à l'hébergement	Insertion d'une fonction touristique sans modification fondamentale de la structure urbaine d'ensemble	- Beaune, - Tours, - Füssen.

Fig. 2bis
Deux lieux entre tourisme et urbanité

Situation touristique actuelle	Situation Pré-touristique	Type de lieux	Mise en tourisme/ évolution	Caractéristiques	Exemples
Lieux dominés par le tourisme	- Lieux créés par le tourisme - Rien n'existait avant.	Station à fonctions urbaines	- Création par le tourisme; - Puis diversification par le développement de nouvelles fonctions urbaines en filiation ou non avec le tourisme	- Lieu devient polyfonctionnel mais la fonction touristique demeure vivace ; - Démultiplication des acteurs économiques ; - Rayonnement sur espace environnant ; - Fonction de séjour et de passage ; - Fonction de congrès, voyage d'affaires, festivals se développent ; - Hébergements banalisés se diversifient, les non-banalisés pouvant reculer voire disparaître ; - Accueil de la population permanente peut signifier que le taux de fonction touristique diminue par rapport à l'état de Station.	- La Baule en 2000 - Benidorm, - Cannes, - Chamonix, - Acapulco.
	- Lieux investis et subvertis par le tourisme. - Ville au départ	Ville-station	Juxtaposition d'un quartier touristique de type station (créé par et pour le tourisme) à un noyau ancien avec agglomération	- Persistance d'une polyfonctionnalité au sein d'une même entité ; - La fonction d'hébergement est essentielle et concentrée dans la partie station de la ville ; - Dichotomie spatiale, deux modes/formes de développement	- Les Sables d'Olonne, - Agadir, - Menton, - Saint-Gilles-Croix-de-Vie, - Royan, - Palma de Majorque.

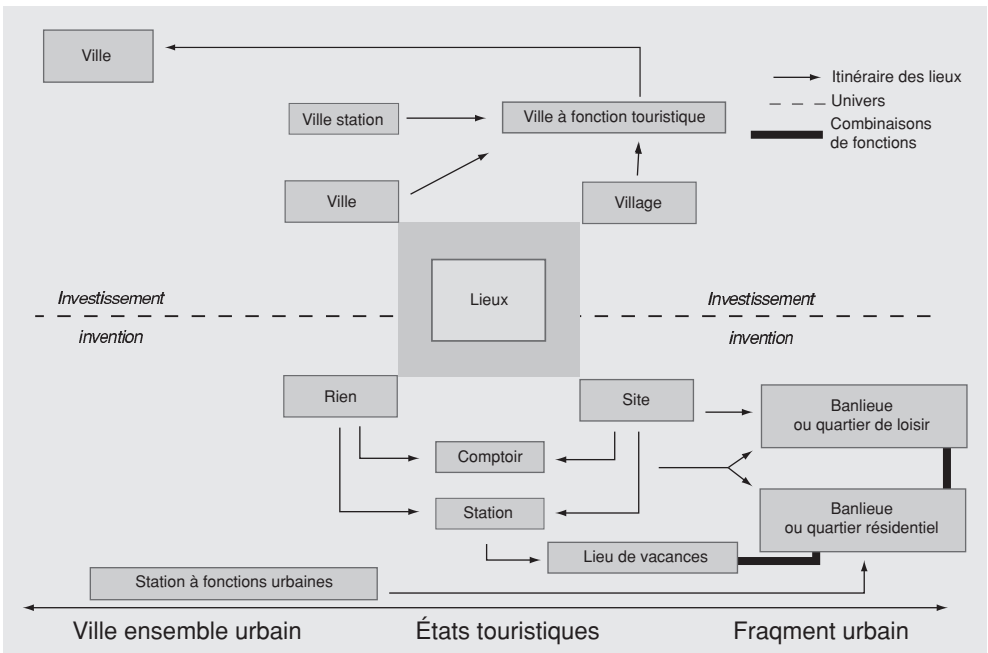
Source: Duhamel in Stock (coord.), 2003.

Cela a contribué à montrer la dynamique des lieux touristiques (fig. 3) Cette figure combine deux logiques: celle de différencier les états pré-touristiques des lieux et celle de lier les différents états touristiques proposés. Trois itinéraires principaux peuvent être empruntés : la permanence de la monofonctionnalité touristique ; la mutation du lieu dans laquelle la fonction touristique périclité ou se transforme, éventuellement en loisir ce qui semble une filiation fréquente ; la persistance ou l'accroissement de la diversification, c'est-à-dire l'organisation de la cohabitation entre différentes fonctions. Ici de nombreux scénarios sont possibles mais rien ne peut être dit actuellement sur la durée de chaque étape tant les situations sont variées. Tout est possible en l'occurrence.

Un autre enseignement tient à ce que des lieux au parcours différent passent par des étapes similaires. Derrière la diversité pointe la

communauté des évolutions. Ainsi la station est un état incontournable pour les lieux créés par le tourisme, le comptoir pouvant être une étape intermédiaire. Ensuite, l'évolution de tous les types s'oriente soit vers une forme plus urbaine que simplement touristique: un quartier résidentiel ou une ville à fonction diversifiée. Dans le premier cas, il devient un lieu avec éventuellement une fonction de loisirs liée à la fréquentation des résidents du voisinage. Cette évolution est très fréquente, plus que les disparitions réelles. Malo-les-Bains, station lancée dans les années 1860 se sépara de la commune de Rosendaël en 1891 pour être rattachée à Dunkerque en 1970. L'Estaque (Marseille) a progressivement été intégré au tissu urbain marseillais tout comme Enghien avec Paris. Pierrefonds, plus éloigné de la capitale entre tout de même dans le fonctionnement de l'aire métropolitaine parisienne, le transformant en une zone résidentielle et de loisirs.

Fig. 3



Source : DUHAMEL PH en STOCK M. (coord.), 2003.

Dans le second cas, la diversification progressive des fonctions urbaines traduit la mutation du lieu vers l'émergence d'une ville. Ces villes à fonction diversifiée se caractérisent parfois par l'abandon ou la mutation de l'activité touristique. De telles évolutions induisent la mise en place d'autres logiques adjointes au tourisme, marquée du sceau de l'urbanité. Ainsi en va-t-il de nombreux lieux au Monde qui ont vu des fonctions de congrès, de séminaires se développer conjointement au tourisme et faire vivre le lieu hors des saisons touristiques. De station, ils sont devenus des stations urbaines:

La création du festival International du Cinéma a été déterminante dans l'évolution de la fonction d'accueil. Événement mobilisant tous les médias français pendant quinze jours chaque année, il permet de maintenir l'hébergement banalisé et tout particulièrement de grands hôtels comme le MARTÍNEZ. D'autres espaces profitent de cet événement, tel Antibes où l'hôtel Eden Rock est devenu l'annexe de Cannes. Mais, cela ne pouvait suffire. Les voyages d'affaires et les congrès sont une autre réponse apportée [...] En 2002, elle a accueilli 21 manifestations internationales (salons/congrès). Douze hôtels, en plus du palais des Festivals, peuvent accueillir ce type d'événements et plusieurs milliers de personnes simultanément, avec des infrastructures assez remarquables: là des salons pour 500 personnes, ici un auditorium de 2700 places. Avec une fréquentation de séjour et de passage, on estimait la fréquentation de la Croisette à un million de personnes en 2000 et la présence de plus de 10.000 lits touristiques. Cannes reste une station dont l'Office du tourisme, installé au rez-de-chaussée du Palais des Festivals, vient d'obtenir une 4ème étoile: le seul avec Nice sur la Côte d'Azur (65 en bénéficient en France sur 3600 OTSI existant). Toutefois, la diversification des activités combinée à l'évolution de

la population montre un recul du taux de fonction touristique² depuis 10 ans: de 1,95 à 1,48 (DUHAMEL, 2003).

En France, la ville de Nice est sans doute l'exemple le plus abouti et Brighton, l'équivalent britannique: "le succès du tourisme peut ainsi être si complet qu'il induit des activités qui n'ont de cesse que de l'éliminer dans le contrôle des lieux et de la poursuite de leur métamorphose" (EQUIPE MIT, 2002).

De l'habiter temporaire à l'habiter permanent: quand le touriste devient résident

Enfin, cette pérennité des lieux touristiques par leur changement de forme s'explique aussi par l'évolution de la population constitutive du lieu touristique. Destiné à accueillir des touristes et les actifs qui assurent le bon fonctionnement du lieu, les lieux touristiques et tout particulièrement les stations ont vu de nouvelles populations venir s'y installer: des anciens touristes.

Ce phénomène n'est pas si nouveau que cela, des snowbirds des États-Unis et du Canada migrant saisonnièrement vers la Floride dès la fin du XIX^e siècle, rejoints dans l'entre-deux-guerres par les Tin-canners qui, l'hiver, s'installaient en Floride, où le climat autorise la vie au grand air. Entre temps, l'un des ressorts de la fréquentation hivernale de Saint-Moritz, à partir de 1864, s'appuya sur l'existence d'un temps, certes froid, mais ensoleillé, plus que dans les Grisons en été et plus qu'à Londres à la même saison.

Cette pratique prend une nouvelle tournure au cours de la seconde moitié du XX^e siècle et au début du XXI^e, dans les pays où la législation sociale et le niveau de vie permettent de profiter de la période où l'on cesse de travailler. Des migrations de retraite se développent vers

² Il s'agit du rapport entre nombre de lits touristiques et population permanente.

des sun belts où l'on peut profiter du soleil toute l'année. De nombreux lieux deviennent, ou redeviennent attractifs pour une fréquentation hivernale, comme Miami, la Gold Coast australienne ou la Côte d'Azur. Et ceux qui n'ont pas les moyens de passer l'hiver sur la Côte d'Azur se rabattent sur la location d'un studio à Benidorm, comme ces retraités britanniques nombreux à fréquenter la station espagnole durant la basse saison.

En effet, ces dernières décennies, de nombreuses publications portant sur les retraités et leur mobilité ont montré qu'ils décidaient souvent d'aller vivre dans un lieu fréquenté pendant leur vie active lors de leurs vacances ou à proximité immédiate (CASADO-DÍAZ, 1999, LÓPEZ-RÍOS, 2004). Cette venue d'anciens touristes s'est amplifiée et les actifs ont rejoint plus récemment le mouvement jusqu'à constituer parfois le cœur du mouvement (DUHAMEL, 1997). Ce mouvement ne se limite pas non plus aux seuls lieux de séjour touristique puisque des régions comme le Périgord ou la Toscane, fondées davantage sur la visite et le passage, deviennent la résidence d'anciens touristes. Et l'ancienneté du lieu touristique n'induit pas l'ampleur de l'installation des touristes : la côte espagnole ou le Languedoc-Roussillon français valent la Côte d'Azur.

Les raisons inhérentes à cette mobilité sont parfois difficiles à saisir mais la recherche d'un cadre de vie plus agréable, moins cher, bien équipée, animé toute l'année explique tout ou partie du processus auquel s'ajoute plus simplement un "choix de vie" comme l'évoquaient les résidents de Majorque (DUHAMEL, 1997). Tout cela contrebalancerait les aménités de la ville voire de la très grande ville d'autant plus que le lieu touristique en question est connecté aux réseaux urbains dont dépendent en partie ces actifs pour leur profession et ces retraités pour leurs soins.

Cela contribue à montrer que le tourisme est une activité peuplante car, maintenant

s'ajoutent comme résidents les anciens touristes, ce qui rend compte aussi de la pérennité des lieux concernés: "Ainsi Brighton est passé de 5000 habitants en 1780 à près de 50000 en 1840 et 120 000 en 1900 [...] l'agglomération de Brighton évoluant à 430 000 personnes en 1995 (STOCK, 2001) [... On peut citer aussi] certaines régions de montagne comme les Alpes bavaroises où Garmisch-Partenkirchen passe de 3000 à 30 000 habitants entre 1840 et 2000 ou Nice, port de 25 000 habitants au XVIIIe siècle et commune de 350 000 habitants dont l'aire urbaine atteint près d'un million d'habitants aujourd'hui?" (DUHAMEL, 2003).

Conclusion

Tout ce qui vient d'être exposé, reste fondamentalement un projet scientifique et en aucun cas une vérité révélée, même si, au fil du temps, de l'évolution de nos connaissances et de nos expériences, de nombreux points ont pu être validés. D'autres restent à vérifier en confrontant nos analyses à des contextes sociaux encore peu connus de notre équipe.

Quoiqu'il en soit, cette lecture de la "mise en tourisme des lieux et de leur pérennité" montre, qu'au-delà des idées reçues, les conditions de production des lieux, les pratiques touristiques relèvent de processus anciens et sont restés fondamentalement les mêmes depuis deux siècles, malgré quelques ajustements. Cela ne signifie pas pour autant la simplicité du phénomène.

D'une part, toutes les facettes qui le constituent ne sont pas encore pleinement identifiées et nous sommes encore dans l'impossibilité de bien comprendre comment le système fonctionne. D'autre part, les lieux touristiques deviennent complexes par les populations qu'ils rassemblent et selon les intentionnalités qu'ils provoquent tout comme par les activités qui s'y développent. Là se forment sans doute des lieux urbains d'un genre nouveau qui devrait nous permettre, une fois encore,

de mieux comprendre le monde qui advient. Poursuivre ainsi la réflexion devrait aboutir à terme à la production d'une théorie générale du tourisme.

Bibliografía

BOUILLON, C., *La peau: une enveloppe de vie*, Gallimard, Paris, 2002.

CAILLOIS, R. *Le jeu et les hommes: le masque et le vertige*, Gallimard, coll. Folio (1.ª edición 1958), Paris, 1967.

CASADO-DÍAZ, M. A. "British retirees living on the Costa Blanca: from tourists to residents", en *Conference Geographies of the future*, Leicester, Royal Geographical Society-Institute of British Geographers, 1999.

CERIANI, G.; DUHAMEL, Ph., KNAFOU, R. y STOCK, M. "Le touriste et la rencontre de l'Autre", en *Revue l'Autre*, vol. 6, n.º 1, 2005.

CHADEFAUD, M. *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour. Du mythe à l'espace, un essai de géographie historique*, Pau, J & D Éditions, 1988.

CORBIN, A. *Le miasme et la jonquille*, Paris, Seuil, 1988.

DOUGLASS, W. A. & RAENTO, P. "The tradition of invention. Conceiving Las Vegas", en *Annals of Tourism Research*, n.º 1, 2004.

DUHAMEL, Ph. "Patrimoine et modernité: double logique de la production et du renouvellement des villes touristiques", en DUHAMEL, Ph. et KNAFOU, R. (dirs), en *Les Mondes urbains du tourisme*, Belin, coll, Mappemonde, Paris, 2007.

DUHAMEL, Ph. "Au fondement du tourisme, habiter autrement le Monde", en *TIGR, Revue de l'Université de Reims*, n.º spécial sur l'Habiter, 2005.

DUHAMEL, Ph. "Les lieux touristiques", en STOCK, M. (coord.). *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Belin, coll. BelinSup, Paris, 2003.

DUHAMEL, Ph. *Les résidents étrangers européens à Majorque (Baléares). Pour une analyse de la transformation des lieux touristiques*, Doctorat

de géographie, Université Paris 7-Denis Diderot, 1997.

ÉQUIPE MIT. *Tourismes 2, moments de lieux*, Belin, coll, Paris, Mappemonde, 2005.

ÉQUIPE MIT. *Tourismes 1, lieux communs*, Belin, coll, Paris, Mappemonde, 2002.

HERBIN, J. *Le tourisme au Tyrol ou la montagne aux montagnards*, Éditions des Cahiers de l'Alpe, 1980.

KNAFOU, R. "Les scènes de plage dans la peinture hollandaise au 17ème siècle, ou l'intégration progressive de la plage dans l'espace de loisirs des citadins", *Mappemonde*, n.º 57, 2000.

KNAFOU, R. y STOCK, M. "Tourisme", en LÉVY, J. & LUSSAULT, M. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 2003.

KNAFOU, R.; BRUSTON, M.; DEPREST, F.; DUHAMEL, Ph., GAY, J. Ch., y SACAREAU, I. "Une approche géographique du tourisme", en *L'Espace géographique*, vol. 26, n.º 3, 1997.

LAZZAROTTI, O. *À propos de tourisme et patrimoine: les raisons de "l'habiter"*, diplôme d'habilitation à diriger des recherches, Université Paris 7-Denis Diderot., 2001.

LÓPEZ-RÍOS, G. "Approche géodynamique d'une concentration de retraités nord-américains au Mexique: le cas de la Riviera de Chapala", en *Mémoire de maîtrise*, Université Paris 7-Denis Diderot, 2004.

LUSSAULT, M. "Valeur spatiale", en LÉVY, J. &

LUSSAULT, M. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 2003.

RAUCH, A. *Vacances et pratiques corporelles*, PUF, Paris, 1988.

STOCK, M. *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Étude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués*, Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch Partenkirchen (Allemagne), doctorat de géographie, Université Paris 7-Denis Diderot, 2001.