

---

La géographie dans la controverse touristique

Author(s): Olivier LAZZAROTTI

Source: *Annales de Géographie*, NOVEMBRE-DÉCEMBRE 1994, 103e Année, No. 580 (NOVEMBRE-DÉCEMBRE 1994), pp. 627-650

Published by: Armand Colin

Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/23453678>

---

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact [support@jstor.org](mailto:support@jstor.org).

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>



is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to *Annales de Géographie*

JSTOR

# *La géographie dans la controverse touristique*

**Olivier LAZZAROTTI**

*Lycée Jean-Rostand, 60500 Chantilly*

*Résumé. — Inspiré par la lecture des ouvrages les plus récents publiés sur la géographie du tourisme, l'auteur se propose de faire le point sur cette question en extrayant les problématiques les plus en cours : interprétation du tourisme, effets sur le milieu géographique, processus de « touristification ». Il aborde, ensuite, les perspectives d'avenir : renouvellement méthodologique par l'approche systémique et promotion d'une géographie des loisirs.*

*Abstract. — Prompted by a reading of the most recently published books dealing with the geography of tourism, the author assesses the state of the art, highlighting its most topical features : tourism analysis, effects on the environment, "touristification". He then presents future perspectives : new methods of inquiry and study based on a systemic approach, and espousal of a geography leisure.*

*Mots clés : Géographie du tourisme, situation actuelle, perspectives d'avenir.*

*Key words : Geography of tourism, present situation, prospects.*

Le « tourisme dérange » proclament, comme l'a fait R. Knafou<sup>1</sup>, J.-M. Dewailly et E. Flament<sup>2</sup>, p. 214. Les excès qui l'accompagnent,

1. Knafou R. (1992), L'invention du tourisme, In Encyclopédie de la Géographie, sous la direction de A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain, Paris, Economica, p. 851-877.

2. Les références complètes des ouvrages cités se trouvent réunies en bibliographie.

parfois, sur ses lieux de pratique, du comportement « indélicat » de certains touristes aux paysages sacrés par les exigences d'une activité dont les avantages sont de plus en plus contestés, n'en sont qu'une des causes. Les sociétés consommatrices se retrouvent, ainsi, face à leur propres contradictions et l'homme de la rue, comme le chercheur, ne peut y échapper. Les pratiques touristiques renvoient irrésistiblement à la société qui les génère et, ipso facto, à ses techniques mais aussi à ses mythes, ses culpabilités, ses frustrations et ses tabous. Le touriste ne cherche-t-il pas à accomplir « ailleurs » ce qu'il ne peut faire « ici » ? Le tourisme peut-il s'interpréter comme une activité « hors-sol » des sociétés qui le pratiquent ?

La gêne peut, aussi, être individuelle. Chacun d'entre nous est un touriste, virtuel ou non. Il fait des choix et participe à ce mouvement. Il est porteur de jugements de valeur, d'irrationnels, qui, consciemment ou non, influencent son jugement et altèrent sa lucidité : « C'est l'individu tout entier, être économique, social, doté d'une culture et d'une psychologie propre, qui s'implique dans ses choix car ce qu'il achète en réalité, c'est l'image qu'il veut réaliser de lui-même pendant huit ou quinze jours » suggère D. Clary (1993, p. 2-3). Cette remarque nous situe d'emblée le piège dont le chercheur, acteur et spectateur, se doit d'être conscient mais auquel il ne peut échapper. Par son caractère profondément ambigu, le tourisme est porteur d'ombres, d'écrans, qui en font un des sujets les plus fuyants mais, en même temps, un des plus fascinants, car il stimule tout ce que l'homme peut avoir d'intelligence et d'intuition. Plus, peut-être, que dans d'autres domaines, le chercheur doit se méfier de lui-même, dans ses affirmations comme dans ses interprétations : le tourisme suscite les passions et, surtout, les représentations. Entre diabolisation et déification, il est, parfois, difficile de tenir un discours organisé et cohérent qui démêle le réel de l'imaginaire.

Fortement monétisé, le tourisme est devenu un enjeu considérable et, corrélativement, s'est installé au cœur d'une controverse embrouillée sur sa pertinence. Son étude dépasse, largement, l'exercice de style, comme nous le rappelle M. Maurer (p. 63) : « Le risque du SIDA a été longtemps nié en Thaïlande ; catalogué comme maladie d' "étrangers", importée de leur pays d'origine, il fut ensuite taxé de maladies d'homosexuels et de toxicomanes quand le nombre des séropositifs se mit à augmenter. Ce procédé n'arrangeait pas seulement le gouvernement mais aussi l'industrie touristique et du sexe, soucieux tous deux de rassurer l'opinion en feignant un contrôle absolu du SIDA ». Dans ce cas extrême, c'est bien de vie et de mort qu'il s'agit. Plus couramment, comment concilier la contradiction entre le temps court de la rentabilité économique et le temps long de la préservation du « produit » touristique ? Comment la géographie se situe-t-elle dans cette problématique et quel peut être son apport ?

On le voit immédiatement : travailler sur le tourisme impose une rigueur et une honnêteté de conscience sans faille. La montée en puissance du phénomène, le nombre toujours croissant des thèses s'y rapportant et les progrès de la réflexion générale, favorisés par le programme de l'agrégation (1992-1994), ont stimulé l'activité des géographes ces derniers mois. Une dizaine d'ouvrages ont ainsi, depuis un an environ, été publiés. Ouvrages de synthèse, ouvrages de concept ou, simplement, de défrichage<sup>1</sup>, d'inspiration « traditionnelle » ou plus engagés dans les approches systémiques et interdisciplinaires, cette moisson nous offre l'occasion d'une réflexion sur le tourisme et son devenir. Notre intention n'est pas que de rendre compte de tel ou tel travail en lui-même mais — si possible et en fonction de quels critères ? — d'extraire les acquis, ou les doutes, les plus remarquables des connaissances en la matière, d'en éclairer les perspectives et, si cela a un sens, d'imaginer demain.

Notre démarche sera, d'abord, d'envisager la nature du phénomène touristique puis les thèmes structurants de son étude ; de montrer quel intérêt peut présenter l'étude géographique en même temps que l'intérêt pour la géographie de ce sujet ; de voir dans quelles directions présentes ou futures peuvent, aujourd'hui, se risquer les chercheurs.

## *I. De la nature du tourisme*

Le tourisme n'a pas, au moment de son explosion, suscité de véritable engouement de la part des géographes. Perçu un peu comme une activité marginale, et donc dévalorisée, il n'a cessé, ensuite, de s'affirmer comme l'un des phénomènes les plus puissants de notre époque et, le constatant, la Communauté des géographes l'a, dès lors, reconnu : plus personne ne conteste, aujourd'hui, le caractère fondamental de cette activité et les ouvrages récents en consacrent le poids.

On peut, toutefois, comprendre la défiance de nos prédécesseurs. Le tourisme est l'un des sujets les plus délicats à aborder, du fait même de sa nature : « De quoi parle-t-on ? » s'interroge G. Cazes (p. 6). L'imbrication, l'enchevêtrement, du tourisme avec les autres versants de l'action humaine est si intime que la distinction est de plus en plus embrouillée. La confusion du vocabulaire, assez spécifique de notre langue, ne nous aide pas non plus : « Tourisme et loisirs sont des termes d'usages courants. Toutefois, au-delà d'un noyau qui est perçu habituellement d'une façon, peut-on dire, intuitive, il existe des marges floues au sens de ces termes » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 15).

1. Voir bibliographie.

### *I-1. Des touristes au tourisme : l'élargissement d'une approche*

Cela fait trente ans que les définitions « techniques » ont été données : « A Rome, en 1963, la conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux a adopté une définition du touriste (...) » (P. Py, p. 15 et tableau p. 16 mais aussi G. Cazes, p. 7 et J.-P. Lozato-Giotart, p. 4-5). Il n'est pas nécessaire, ici, d'entrer dans ces détails (touristes, excursionnistes, visiteurs, etc.). Ces termes ont marqué les premiers éléments fixateurs de la réflexion en la matière et ont jeté les bases d'une réflexion plus nuancée qui, en même temps, étoffait le phénomène.

Certes, le tourisme reste, d'abord et avant tout, l'exercice d'une activité de l'homme mais, pour G. Cazes (p. 8) : « Définir le tourisme par le touriste (...) ne saurait aujourd'hui suffire : les territoires et leurs aménagements, de même que les flux et les impacts économiques, font indiscutablement partie de la définition et de l'analyse ». Il insiste sur l'importance du déplacement et du séjour, comme faisant partie du domaine de définition (p. 6) et de conclure (p. 9) : « La métaphore d'« espace-mouvement » (...) s'applique remarquablement à la nature du tourisme (...) ». De son côté, G. Wackermann (p. 5) constate que : « Par sa nature même, le tourisme implique le transport, puisqu'il exprime *le loisir en déplacement* à l'extérieur du domicile, au-delà d'une journée (...) ». Finalement, le tourisme induit une dimension spatiale incontournable en jouant sur les couples délocalisation-relocalisation/déterritorialisation-reterritorialisation (G. Cazes, p. 11). Désormais, c'est l'espace qui se retrouve au centre du débat, un espace vu sous l'angle de ses relations avec l'homme<sup>1</sup>, responsable de « subversion spatiale » selon l'expression même de G. Cazes (p. 12) qui achève de problématiser sa perspective et d'en définir l'objet : « C'est donc cet espace investi et subverti, par le regard et par l'affect, puis par les entreprises humaines et par leurs emprises matérielles, qui est au cœur et à l'aboutissement de l'étude géographique, du tourisme en l'occurrence, et c'est à partir du moment où il a été sélectionné, reconnu, façonné, aménagé et ménagé, que cet espace nous intéresse, en relation organique avec des pratiques sociales spécifiques. »

### *I-2. Du « grand tour » au tourisme : évolution d'une société*

Il apparaît, et de plus en plus, que le tourisme trouve ses racines au plus profond de notre société. P. Py (p. 7-9) et G. Wackermann, dans un chapitre entier consacré aux mouvements précurseurs (p. 13-25), nous en rappellent la dimension historique, ce que confirme, à propos des Parcs Nationaux, G. Richez (p. 12) : « Territoires de protec-

1. Voir F. Cribier (1971), La géographie de la récréation en Amérique anglo-saxonne. Annales de Géographie, n° 442, 1971, p. 645-665.

tion de la nature, lieux de tourisme et de loisirs de plein-air en contre partie — contre espace ! — des concentrations industrielles et urbaines, les Parcs Nationaux sont, il est vrai, par essence, par définition, tout cela à la fois. » L'évolution de la réflexion touristique, donc, est autant le reflet des mutations de notre société que des progrès de la discipline.

### *I-2-1. Un phénomène historique*

Le tourisme s'inscrit, avant tout, dans un mouvement historique dont les racines plongent au plus profond de nos origines. On en trouve les traces dès l'antiquité et, de manière constante, jusqu'au XIX<sup>e</sup> siècle où, lancée par les « grands tours » des jeunes aristocrates britanniques, l'impulsion décisive d'un phénomène massif semble être donnée, pour s'épanouir au XX<sup>e</sup> siècle : « Bien que le déplacement et le séjour hors de chez soi remontent jusqu'aux plus lointaines périodes de l'histoire, le tourisme n'est devenu un phénomène de masse qu'au cours du XX<sup>e</sup> siècle. » fait remarquer J.-P. Lozato-Giotart (p. XI).

L'articulation tourisme-société est clairement développée par D. Clary (p. 7-21) qui montre comment ces pratiques suivent l'évolution générale des rapports de l'homme au temps et, donc, à la production, des conditions technologiques et sociales et, d'une manière générale, de la société tout entière. Le tourisme est, donc, une activité fondamentalement culturelle qui, au-delà des aspects techniques, est chargée d'une dimension profondément humaine.

### *I-2-2. Un miroir des société et des hommes*

Il ne semble pas possible d'isoler le tourisme de ses centres de création, les sociétés aisées et urbanisées d'Occident. Elles génèrent, en même temps, le besoin et l'envie : « Le monde a été et est toujours, d'une façon ou d'une autre, soumis à des pressions suscitant la mobilité. Le tourisme s'inscrit dans ce besoin de sacrifier aux insatisfactions ou aux tendances d'une époque » (G. Wackermann, p. 12). A titre d'exemple, nous avons<sup>1</sup> voulu montrer le rôle des conditions de vie urbaine comme facteur de multiplication des déplacements de week-end autour de Paris. La perspective de G. Richez est la même : « (...) le succès des Parcs Nationaux, comme leur création même, a été le résultat d'une réaction aux excès de la civilisation industrielle et urbaine. ». Il élève, ainsi, ces Parcs au rang de véritable fait de civilisation.

Cette vision, peut-être un peu mécaniste, d'un tourisme de compensation, est enrichie par le point de vue plus optimiste d'un tourisme réalisation de soi, mais pas souvent partagé par les géographes.

1. Lazzarotti O. (1993), Du loisir sans tourisme ? Contribution à l'étude des loisirs périurbains. Thèse de Doctorat, Institut d'urbanisme de Paris, Université de Paris XII, 478 p. (à paraître aux éd. de L'Harmattan, coll. Tourisimes et sociétés).

Finalement, le phénomène touristique se révèle extrêmement complexe, pris entre les ressorts individuels et collectifs, entre le nécessaire et l'agréable : « Modèle de l'homme, modèle des interrelations, se conjuguent donc dans l'expression des besoins fondamentaux modulés par les faits de civilisation (cadres collectifs), la culture, l'éducation, l'expérience personnelle (cadres individuels) et qui se traduisent par des pratiques touristiques. » (D. Clary, p. 24-25).

L'étude touristique renvoie sans ménagement à celle de notre propre société. D. Clary (p. 15) en décrit les mécanismes d'impulsion : « La "société du tourisme" se compose, au sommet, d'une élite innovante et donc volatile ; au fond, d'une masse anonyme et "vulgaire" qui pratique la consommation de masse conçue pour elle ; entre les deux, des prétendants qui se veulent en ascension : s'ils échouent au regard des autres, ils sont prétentieux, s'ils réussissent, ils sont les sous-modèles. »

Parce qu'il exprime, aussi, les manques, le tourisme est un véritable miroir au fond duquel il n'est pas toujours bon de se regarder. Le tourisme est imprégné d'images : « (l'espace touristique) est aussi un espace représenté. (...) De même, les représentations sont sans doute l'une des plus importantes variables explicatives des motivations des pratiques de loisirs. (...) Le tourisme est, pour partie, l'exploitation de mythes plus ou moins solides et durables. » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 132). G. Cazes y consacre de larges développements (p. 76-85). De cette manière, le chercheur entre dans le domaine, au mieux, de la psycho-sociologie et, au pire, de l'irrationnel.

L'activité touristique est, donc, porteuse de toutes les contradictions des sociétés créatrices et, ipso facto, génératrices de conflits. Tel est tout l'intérêt de la problématique soutenue par G. Richez.

### *I-2-3. Un produit économique*

Le passage au tourisme de masse s'accompagne d'un saut qualitatif. Le tourisme change de nature. Il devient envahissant, spatialement impliqué, c'est le glissement de « l'espace regardé à l'espace consommé » de J.-P. Lozato-Giotart, pour s'élever au rang de véritable activité économique : « De nos jours, le tourisme est devenu un élément aussi important que d'autres grandes activités humaines comme l'industrie ou le commerce » (J.-P. Lozato-Giotart, p. X) ; G. Cazes (p. 30-31) en donne une expression chiffrée : « (...) une dépense internationale évaluée à 260 milliards de dollars en 1991 équivaut à plus de 1 % du P.N.B. mondial (de 9 à 10 % si l'on y joint les dépenses touristiques intra-nationales), à 7 % des revenus mondiaux d'exportation de biens et de services (contre 3 % en 1950 et 5 % en 1960), à 25 % au moins des seuls revenus d'échange de services, à 30 % des échanges pétroliers, à 40 % des échanges agro-alimentaires... ». Le tourisme devient un produit



tel que D. Clary (p. 3) peut le définir : « Un produit (est) un ensemble de services afférents à des domaines séparés mais connexes, chacun correspondant à un besoin propre de "l'homme touristique", mais conçu pour être proposés ensemble, afin de satisfaire l'ensemble des besoins de l'acheteur. »

Nous voilà, bel et bien, entrés dans le service marchand, secteur concurrentiel, où les lois générales du marché servent de ressorts. Corrélativement, se développe la « professionnalisation » des « producteurs » afin de satisfaire une clientèle, les « consommateurs », de plus en plus conditionnée, avec tous les problèmes de formation de la main-d'œuvre que cela entraîne.

### *I-3. Les métastases du tourisme*

Il n'est pas seulement difficile de définir le fait touristique. Il est, également, de plus en plus impossible de l'isoler des autres activités. Toute son histoire se résume en une lente imprégnation de l'action humaine. Telle est, fondamentalement, la démonstration qu'apporte l'ouvrage de G. Wackermann.

Il montre, à partir de l'exemple de la Rome antique (p. 18), que : « (...) le tourisme n'est jamais une activité à part ; bien au contraire, fortement imbriqué dans l'évolution générale des transports et de l'économie, le tourisme confère à celle-ci et à la vie sociale un complément de vitalité et de richesse ». L'activité touristique s'est agrégée aux autres. Elle en reflète l'évolution en même temps qu'elle y participe. Le cas des transports est manifeste : « Dès l'origine le transport touristique conduisit vers un détournement du but du tourisme ; l'exploitation commerciale s'en empara aussitôt. » (p. 35). Il est, de plus en plus, difficile de faire la part des choses : « Nous constatons donc que le voyage d'affaires est de façon croissante inséparable de l'ambiance touristique. Aussi a-t-on forgé une expression nouvelle, le voyage de stimulation ou "incentive", qui associe affaires et loisirs, à moins qu'il ne prolonge les premiers. » (p. 98).

Aussi, le tourisme, mondialement déployé grâce aux progrès des communications et à la dislocation consécutive de l'espace, est-il à la fois plus fort parce que largement diffusé et dans le mouvement de progrès général des activités, mais aussi plus fragile parce que soumis aux aléas conjoncturels, économiques, sociaux, militaires, etc.

Ambiguë, fuyante et évolutive, telle nous apparaît donc la nature du tourisme de cette fin de siècle. Fortement contradictoire, cette activité est au cœur des controverses de notre société. Dès lors, l'ouvrage de G. Cazes s'impose comme issu d'une double nécessité : faire le point sur les thèmes et, surtout, les méthodes qui permettent d'aborder, dans un souci de rigueur et de lucidité, ces phénomènes en privilégiant « Les concepts et les processus sur les monographies et les photogra-



phies » (p. 5) ; mettre en valeur l'interêt de la démarche géographique autour de trois fils conducteurs : la distribution, la production spatiale et l'articulation du « système-touriste » avec le système local. Nier la nécessité de l'approche inter-disciplinaire tiendrait de la pure folie mais cela ne doit pas nous empêcher de « "revisiter", en géographe, les rubriques incontournables de toute étude touristique » (p. 11).

## *II. Le déploiement touristique*

Le tourisme est, d'abord, étudié sous l'angle de l'organisation de l'espace, dans une relation horizontale de l'homme à son milieu<sup>1</sup>. L'image d'une vague, est souvent citée comme métaphore de la spatialisat-ion du phénomène, en particulier par J.-M. Dewailly et E. Flament (p. 29 et alii). Le terme de « déferlante » est même utilisé (p. 30) en titre. Cela mérite un double commentaire, quantitatif et qualitatif.

### *II-1. Un déferlement relatif*

La mesure du phénomène doit conduire, pourtant, à en relativiser l'importance : « (...) selon l'O.M.T., on peut estimer (...) à 450 millions en 1990 les arrivées de touristes internationaux (...) » remarque P. Py (p. 22). En conséquence, le tourisme international ne concerne, au mieux, que 7,5 % des habitants<sup>2</sup> de la planète, moins que ceux frappés par la sous-nutrition. Une fois de plus, il nous semble utile de ramener le tourisme à ses justes proportions : un phénomène occidental, par essence, qui, certes, gagne des groupes sociaux géographiquement extérieurs, mais dont la massification, très relative donc, ne touche que certains espaces. C'est la maîtrise technologique, et notamment des transports, de ces sociétés qui confère à leur tourisme son rayonnement mondial. Dans cette perspective, le terme de déploiement correspondrait, peut-être, mieux à la dynamique en cours.

### *II-2. La spatialisation mondiale du tourisme*

J.-M. Dewailly et E. Flament (p. 30) font remarquer que : « Il n'est plus guère d'espace qui, à travers le monde, ne soit affecté peu ou prou par le tourisme et les loisirs. (...). Tout est accessible au récréant, tout est praticable, tout est pratiqué. Les progrès de la technologie et l'éventail des motivations ne mettent plus aucun espace à l'abri de

1. Voir Pinchemel G. et P. (1988), *La face de la terre*. Paris A. Colin, p. 353 et alii.

2. Chiffre calculé sur la base de 5,506 milliards d'hommes, in : *Population & sociétés*, n° 282, août-septembre 1993.

l'irruption et du déferlement touristique ». En même temps, le phénomène n'a pu que se complexifier et la lisibilité de l'espace touristique, quel qu'en soit l'échelle, s'en trouve singulièrement complexifiée.

### II-2-1. Une analyse spatiale de plus en plus complexe

L'étude de la spatialisation des flux touristiques ne peut plus se satisfaire de la seule présentation des espaces récepteurs, même si ces derniers en subissent les conséquences les plus prégnantes. J.-M. Dewailly et E. Flament proposent une analyse dynamique, aussi détaillée que les données actuellement disponibles l'autorisent, largement illustrée de cartes et de tableaux, des flux et fondent leur approche sur la distinction entre espaces de réception, de transit et d'émission.

Les solidarités qui les unissent sont très fortes et ces trois ensembles sont comme organiquement, liés. Les premiers, pourtant, imposent leur pouvoir aux autres, à la fois temporellement et spatialement. Le temps touristique, très largement négatif du temps des villes, principaux centres d'émission, se déroule selon un rythme saisonnier : « La " notion de saison " dépend de l'adéquation optimale entre des caractères physiques, notamment du milieu d'accueil, et la capacité de la clientèle potentielle à en profiter. » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 70).

Par ailleurs, la multiplication des types de comportements récréatifs, au sens le plus large possible, variables dans l'espace et dans le temps, tend à multiplier les flux et à les croiser. Pour cela, il a été nécessaire de définir les termes d'excursionnistes, de loisirs de courte durée, etc. On peut parler de véritable turbulence récréative et montrer que leur conséquence est un brouillage de l'espace récréatif, observable à toutes les échelles. Nous l'avons décrite à celle de l'Ile-de-France où se croisent touristes, récréationnistes, etc. dans un mouvement confus et permanent.

J.-M. Dewailly et E. Flament (p. 30) développent ce point de vue : « Des flux hétérogènes et très variés par leur volume, leur distance, leur périodicité, leur composition, leurs motivations se superposent donc sur un même espace. » Cette constatation conduit G. Cazes (p. 40) à introduire la notion de « bassin » : « (...) la dichotomie émetteur-récepteur, si elle est commode, manque de pertinence : le monde touristique s'organise, en fait, en *doublets* où les deux fonctions coexistent et se combinent de manière complexe pour dessiner des ensembles territoriaux qualifiés, ici, (...), de *bassins*. » Il en développe le concept (p. 50) : « Ce terme désigne évidemment en premier une grande zone de réception des flux, modelée par le développement coalescent de multiples destinations, mais aussi la proximité constatée avec les principaux foyers fournisseurs (...) ». L'idée de cette imbrication est implicite dans l'ouvrage de G. Wackermann qui fait du transport une partie intégrante du réceptif (p. 225 et alii). Dans cette perspective, les seules données statistiques nationales ne sont, peut-être, pas les plus pertinentes. Mais elles sont les seules disponibles !

G. Cazes (p. 39-40) rappelle les grandes tendances de l'évolution actuelle des flux : diminution de l'importance relative des zones réceptrices traditionnelles (Europe et Amérique du nord) ; progrès des destinations de plus en plus lointaines en dépit de la domination des déplacements à court rayon ; rééquilibrage mondial au profit du bassin Pacifique et de ses bordures asiatiques.

## *II-2-2. Une nouvelle nécessité : l'approche multi-scalaire*

A petite échelle, le déploiement touristique fait l'objet de vues largement convergentes et fondées sur le modèle centre-périphérie. J.-M. Dewailly et E. Flament y insistent particulièrement (p. 60) : « (...) il est clair que le concept centre-périphérie est une clé essentielle de l'organisation de l'espace touristique » en ayant bien pris soin, auparavant, d'en préciser les modalités fonctionnelles (p. 31) : « C'est selon le modèle centre-périphérie que s'organise, prioritairement, ce déferlement. Le terme "périphérie" doit être pris, ici pas tant au sens spatial d'"éloignement du centre" (...) qu'à celui de "dépendance" d'un territoire dont l'activité, en l'occurrence touristique, est organisée très largement par et pour des individus et/ou des sociétés extérieures qui tirent de ce pouvoir de commandement une position "centrale". De cette perspective naît la notion de "gradient touristique", définie (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 61) "comme la différence de niveau de développement touristique entre deux espaces, deux sociétés, deux individus" (...) ». Le tourisme s'inscrit, donc, pleinement, dans la problématique spatiale, presque géopolitique, des relations entre les différents espaces du globe. Il participe à leur distinction autant qu'il contribue à les créer. M. Maurer nous le rappelle (p. 123) : « La relation entre clients et prostituées, dans le cas du tourisme sexuel, reflète une double inégalité du pouvoir : entre l'homme et la femme d'une part, entre le Nord et le Sud d'autre part. ». Cette dialectique est également franchement énoncée par G. Wackermann (p. 224) : « Le transport touristique lié au transport et à la communication en général devient en conséquence un instrument stratégique international et un outil d'aménagement local ou régional, avec toutes les équivoques que pareille situation engendre facilement. »

Le même schéma semble transposable à plus grande échelle : « (...) l'effet centre-périphérie se fait aussi sentir au sein de l'Europe de l'Ouest » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 51) et s'accompagne d'effets d'emboîtement. G. Cazes, quant à lui, propose quelques principes de spatialisation touristique (p. 48-51) fondés sur ceux de la linéarité, de la polarité et de la connexité.

Il nous semble pourtant d'autant plus difficile à appliquer que l'échelle grandit. Les solidarités entre les espaces se renforcent avec le raccourcissement des distances et les relations de pouvoir se muent en

relations d'interdépendance et d'interrelation. La nécessité d'une approche multi-scalaire s'impose, donc, si l'on veut suivre avec pertinence le déploiement touristique — touristique-ludique serait d'ailleurs une expression plus proche des réalités — et l'évolution de ces pratiques : « (...) l'échelle doit toujours être considérée avec attention dans l'analyse des phénomènes centre-périphérie et des gradients qu'ils induisent car les conclusions que l'on peut en tirer peuvent s'avérer parfaitement contradictoires (...) » nous confirment J.-M. Dewailly et E. Flament (p. 61).

### *II-3. Une nécessité : dépasser l'observable*

J.-P. Lozato-Giotart développe largement (p. 35-86) les facteurs géographiques qui peuvent rendre compte de l'organisation de l'espace touristique (p. 35) : « L' espace peut être considéré comme la matière première du tourisme et, sans mésestimer les autres facteurs, les conditions géographiques jouent un rôle de premier plan, souvent essentiel, dans l'attraction d'un lieu touristique. Les conditions naturelles, le patrimoine culturel et historique, le potentiel technique et l'environnement économique sont autant de critères géographiques qui interviennent, soit seuls soit en combinaison, dans les différents types de localisations touristiques. » L'espace touristique est bien le produit d'une relation de l'homme à son milieu. Mais il faut, aujourd'hui, dépasser les phénomènes observables et ouvrir de nouvelles voies.

Ainsi, D. Pearce se place, d'emblée, dans cette perspective (p. 1) : « In taking a holiday, tourists, knowingly or unconsciously, are likely to come in contact with organizations and organizational activities at each stage of their trip. » Il insiste sur l'importance de ces « organisations » dans le processus de choix d'une destination et son accomplissement. L'auteur présente, en géographe, le concept, souvent utilisé par ailleurs, d'organisations, défini à travers une finalité (gagner de l'argent pour le secteur privé ; assurer la promotion, le « service-visiteur », le développement des produits touristiques, l'aménagement, la recherche et le lobbying pour le secteur public) et les moyens mis en œuvre pour y parvenir. Il transpose cette approche aux activités touristiques afin d'en vérifier la pertinence. Compte tenu de l'extrême éparpillement des acteurs du tourisme, la constitution d'organisations découle de la simple logique économique. D. Pearce fixe un cadre conceptuel d'étude (tableau p. 18) et cherche à vérifier la pertinence de sa démarche à travers une étude comparative autour de six espaces, ce qui lui autorise des variations d'échelle mais aussi une réflexion évolutive. Il opte pour une approche autour d'un modèle de système-ouvert, en interrelation avec l'environnement (D. Pearce, p. 18) : « It is an open-systems model with emphasizes not only the links within the specific field of study — the interorganizational network of tourist

organisations — but the setting of this network in a broader environment, a sub-environment of which is the tourism environment, with which a variety of exchanges occur. ».

La mise en place de telles structures soutient, à sa manière, la mondialisation du tourisme. De véritables réseaux se sont constitués en interrelation avec d'autres secteurs d'activités, ce que dénonce M. Maurer (p. 39) : « Des membres d'Interpol ont indiqué (...) qu'une collaboration toujours plus étroite relie le trafic de la drogue, la traite des femmes, le contrôle de la prostitution — enfantine notamment — et le tourisme sexuel. ». On peut espérer que ce schéma s'applique dans d'autres domaines avec moins d'implications tragiques.

G. Cazes développe cet aspect. Il présente une analyse des stratégies spatiales de firmes parvenues à la dimension mondiale et dont les choix participent au modelage de l'espace touristique. Il conclut (p. 62) : « (...) ce potentiel (les ressources, naturelles, de civilisation, etc.) ne devient produit, espace et territoire touristique qu'à partir du moment où le regard désirant s'y porte, des modes, des mythes et des représentations s'y cristallisent, des stratégies d'équipement, d'aménagement et de développement s'y déploient. »

Avec ce point de vue, on aborde, déjà, la passionnante question des processus de production de l'espace touristique, l'un des thèmes géographiques qui a, sans doute, le plus contribué à dégager de nouvelles problématiques.

### III. *L'appropriation touristique*

Le tourisme est, aussi, une forme de conditionnement, d'utilisation et, finalement, d'appropriation de l'espace. Cette relation verticale passe par une chaîne de processus que les géographes ont pris l'habitude d'appeler « mise en tourisme » ou « touristification » : « Ce processus d'immersion, à la fois imagier et symbolique, commercial et matériel, paraît pouvoir être étudié sous l'angle générique de la *production touristique*. » (G. Cazes, p. 64). Cette « production d'espace » résulte d'une véritable convergence de forces, parfois aux dépens d'autres, qui se combinent et non d'un seul acteur : « (...) on pourra retenir (...) que la production touristique est la résultante de l'action conjointe d'au moins trois systèmes : un *système d'acteurs*, un *système d'images* et un *système d'espaces*. » (G. Cazes, p. 64). Il semble que la tendance actuelle fasse de ces processus un mouvement conquérant : « L'aspect géographique sans doute le plus important est l'élargissement continu de l'espace conquis par les activités de loisirs. » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 145).

Certes, il faudra bien faire la différence entre les espaces où le

tourisme tend à devenir une mono-activité et ceux où l'on ne peut le voir que comme une activité complémentaire, disons d'accompagnement : « Les transports et les télécommunications sont à la base des mutations spatiales qui ont pour origine ou facteur d'accompagnement le tourisme. Il est sous-tendu par des appétits financiers, des stratégies politiques, des caprices ou ambitions momentanées de managers. » (G. Wackermann, p. 224). On assiste à une véritable imbibation de plus en plus diffuse de l'espace par les activités touristico-ludiques<sup>1</sup>.

S'il faut rechercher dans la nature spécifique de ces activités les explications d'une telle énergie, il faut, aussi, bien souligner que, porteurs d'images, les équipements touristico-ludiques contribuent à valoriser, selon le système de valeurs sociales actuelles, la perception des espaces qu'ils investissent... Nous avons été frappé par le fait que J.-M. Dewailly et E. Flament (p. 120) et G. Cazes (p. 77) reprennent la même citation de P. Claval<sup>2</sup> : « la géographie des mouvements est commandée par celle des valeurs conférées aux lieux ».

### *III-1. L'« équipement-attraction » : un marqueur géographique à explorer*

La relation verticale des hommes à l'espace, dans le cadre des activités récréatives, se fait rarement sans « préparation » de cet espace. Cette spécificité de la dimension géographique est fortement relevée par M. Chesnel (p. 8) : « (...) le déchiffrement attentif du paysage révèle les marques de la pratique locale des loisirs : considérer leur espace d'évolution peut être le moyen d'en cerner avec plus de précision la nature et le contenu. A chaque exercice ludique son espace : commun dénominateur, la prise sur l'espace peut alors être le pivot d'une réflexion sur les loisirs. »

Il s'agit, pour les concepteurs, de « conditionner » cette relation, de la faciliter afin de créer les conditions optimales qui « attire(nt) quelqu'un vers un espace et lie ainsi un individu à un lieu ou à un territoire ». (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 79). Suit, alors, une étude approfondie de ce qu'ils appellent les « (...) attractions qui transforment un espace neutre en un espace d'accueil » (p. 79). Ils montrent que l'espace touristique est marqué du double sceau de l'artificialisation et de la délocalisation pour conclure en insistant sur un aspect essentiel, mais si difficile à saisir en la matière : « (...) c'est la réalité du vécu, du plaisir, de l'expérience, ressentis par le créant, au travers des trois dimensions sensorielle, intellectuelle et émotive qui confère sa qualité

1. Les exemples cartographiques illustrant l'ouvrage de J.-M. Dewailly et E. Flament permettent de se faire une idée du déploiement du tourisme dans des espaces particulièrement propices.

2. Claval P. (1974), La géographie de la perception de l'espace. L'Espace Géographique, N° 3, 1974, p. 179-187.



à toute démarche récréative. » Dans une telle perspective, on comprend aisément que toute tentative de classification soulève autant de questions qu'elle n'en règle et que les typologies traditionnelles, qui ont posé les premiers jalons de la réflexion géographique, méritent d'être reconsidérées.

L'approche équipementale gagnerait, à notre sens, à être approfondie. Nous-mêmes avons voulu montrer que l'aménagement intérieur d'un équipement-attraction, traduit les choix des aménageurs en matière d'activité et de fréquentation. Nous ne pouvons qu'adhérer aux idées de M. Chesnel qui s'attache à montrer (chapitre III) que le modelage de l'espace, en même temps que sa plus ou moins grande ouverture, est révélateur du groupe possédant et de ses finalités. Nous ne doutons pas que, dans cette perspective, l'approche systémique de D. Clary (cf. infra) ouvre des voies d'explorations particulièrement fructueuses. Cet auteur la met, lui-même, en chantier en l'appliquant à la forme la plus achevée et la plus complexe d'équipement, la station, définie (p. 71) comme « un organisme complet, perçu dans une vision d'ensemble par des touristes dont les besoins sont globaux, à satisfaire immédiatement ».

Enfin, nous avons développé l'idée que ces équipements-attractions étaient des centres de polarisation dotés d'une aire de chalandise dont la portée limite conditionne le rayonnement (du local au mondial, du loisir de proximité au tourisme). Cela permet d'établir des corrélations, ou, plus modestement, des cohérences, avec le type de fréquentation (origine géographique, pratique, motivation, etc.) et, peut-être, de comprendre de manière plus fine le fonctionnement de l'espace touristique dans toutes ses turbulences.

Nous ne doutons pas que l'étude des équipements-attractions constituent l'un des travaux à mettre en œuvre. Une méthodologie générale reste à définir.

### *III-2. Une relation à optimiser : la capacité de charge touristique*

L'un des critères qui scellent le succès d'un équipement-attraction, quelle qu'il soit, et donc la réussite et la pérennité de son fonctionnement, est la conciliation d'objectifs qui conjugue, harmonieusement, satisfaction du public, viabilité économique et respect de l'argument touristique attractif. Cela passe par la définition de seuils qui, s'ils sont aisés à appréhender logiquement, n'en demeurent pas moins beaucoup plus délicats à fixer concrètement.

Les maîtres d'œuvre des parcs de loisirs insistent, tous, sur la notion de dimensionnement de l'équipement : il s'agit de trouver l'équilibre exact entre la densité de l'aménagement qui détermine la vitesse « d'écoulement » des flux de visiteurs, la surface idéale de l'équipement en fonction des investissements à engager, et le nombre



de visiteurs qui assureront la recette. On peut ironiser sur les cuisants échecs des tentatives d'installation de parcs, français ou étrangers, en France. En attendant, la fortune attend celui qui résoudra cette « équation touristique », couramment appelée la « capacité de charge touristique » (carrying capacity).

Le travail de G. Richez nous offre, très concrètement, une approche des difficultés qu'il y a à résoudre, qualitativement comme quantitativement, cette « équation ». Dans le cas des Parcs nationaux, l'équation touristique intègre deux contraintes dont on mesure intuitivement toutes les contradictions : la qualité de l'accueil et la satisfaction d'un nombre « suffisant » de visiteurs pour justifier la fonction touristique et la conservation de l'environnement « naturel ». L'auteur (p. 17) pose clairement la problématique : « Partout, dans ces Parcs nationaux ou régionaux c'était, comme un leitmotiv, la question des relations conflictuelles avec le tourisme qui revenait au premier plan » pour rebondir (p. 151) : « Il est certes connu que l'aménagement est l'art du compromis adapté à une finalité précise. Mais, dans le cas des Parcs nationaux, cet art est d'autant plus difficile que la finalité est, elle-même la résultante de deux objectifs couramment perçus comme antinomiques : la protection, ou du moins la conservation de la nature et son ouverture au public. ». A nouveau, comment peut-on concilier les objectifs du « temps court » (la satisfaction « instantanée » d'une foule) et ceux du « temps long » (la pérennité du site) ? G. Richez consacre, logiquement, de substantiels développements (p. 150-160) aux critères qui permettent d'approcher, concrètement, la très fuyante « capacité de charge touristique » et insiste sur ses aspects idéologiques, psychologiques et sociaux. Il est clair qu'une approche interdisciplinaire s'avère, en l'occurrence, particulièrement nécessaire.

Face aux très grandes difficultés de saisie concrète on pourrait, finalement, se demander si l'on n'est pas, là, face à un concept de laboratoire, sans doute pas creux, mais peut-être inopérant. Et G. Cazes, de tracer le halo d'incertitudes qui l'enveloppe : « Le concept de la *capacité de charge* des espaces exposés à la touristification est d'une exceptionnelle richesse et en même temps d'une imprécision et d'une ambiguïté redoutables. ». Que peut-on proposer de mieux ?

Cette question nous inspire deux remarques. La définition claire de la capacité de charge passe par la définition claire de la finalité de l'équipement-attraction. A chacun de prendre ses responsabilités et de fixer ses objectifs ou, faute de mieux, ses priorités. Une décision qui, au sens le plus large du terme, est éminemment politique. Il ne fait aucun doute que, en la matière, l'approche systémique de D. Clary est, particulièrement, prometteuse (cf. infra). Mais cela suffit-il ? La méthode est rigoureuse. Les millions de francs investis dans Euro-Disney ne l'ont, certainement pas, été à la légère. Mais les comportements des hommes ne sont, en aucun cas, réductibles à des calculs, fussent-ils

savamment dosés. Telle est la conclusion que ne devraient pas manquer d'intégrer tous les « producteurs » du tourisme et des loisirs. N'avons-nous pas atteint, à ce point, et c'est finalement, heureux, les limites des Sciences humaines ? « On ne cherche pas à connaître, à analyser, mais à comprendre » écrit D. Clary (p. 63). Dans l'état actuel de nos connaissances, il reste hors de propos de prévoir...

Faute de pouvoir régler, a priori, cette question, peut-être peut-on y tendre, a posteriori, en régulant les flux de visiteurs, dernier paramètre sur lequel on puisse agir une fois l'équipement en place. Cela pourrait même se vérifier à des échelles plus petites comme celle de la région, par exemple. Cela passe par le contrôle des flux de circulation qui peuvent agir comme autant de régulateurs de fréquentation. Telle est l'idée que G. Wackermann (p. 267) développe à propos de la Namibie, espace encore préservé mais particulièrement fragile à toute surcharge touristique : « La prolifération d'axes de transport serait catastrophique, non seulement par la destruction des paysages qu'elle entraînerait par suite de l'implantation des infrastructures, mais aussi par les nuisances provoquées par la circulation routière. »

#### *IV. L'impact dans le milieu géographique : un mélange de contradictions?*

Plus encore, peut-être, que le tourisme lui-même, la question de ses effets reste au cœur des innombrables débats. Il est, toujours, très risqué, pour qui que ce soit, de s'y aventurer : à l'extrême confusion des faits qui tend à l'illisibilité, s'ajoute l'impartialité, plus ou moins subtile, des acteurs.

##### *IV-1. Un morceau de très grande bravoure*

« Le tourisme diabolisé serait le nouvel opium du peuple, ne ferait que développer la dépendance socio-culturelle, entraînerait la dégradation des mœurs et la ruine de cultures originales » écrivent J.-M. Demailly et E. Flament (p. 191), avant de rapporter d'autres points de vue nettement plus positifs. Au-delà de tout ce qui peut être écrit, on prend, surtout, conscience que les situations sont extrêmement variables : « Sous quelque aspect qu'on l'aborde, le tourisme en un lieu mélange les effets contradictoires. » (J.-M. Demailly et E. Flament, p. 191). Rien ne semble, donc, plus difficile que de démêler l'enchevêtrement de réactions en chaîne engagé par l'irruption du tourisme dans n'importe quel milieu géographique.

Confronté à un tel maquis, le géographe ne doit-il pas, aussi,

remettre en question ses méthodes d'analyse, particulièrement celles qui s'appuient sur les relations de causes à effets ?

Ainsi, est-il encore réaliste de vouloir isoler, pour l'évaluer, l'impact d'une telle activité ? G. Cazes (p. 105), parlant des transformations du « système local » au contact du « système touristique », ne va-t-il pas, précisément, dans ce sens : « C'est tout un jeu d'ajustements sectoriels, multiples et infimes, réactifs et rétroactifs, qui lie les deux systèmes lorsque les situations considérées ne sont pas figées au profit exclusif de l'un ou de l'autre. » ?

Enfin, il va de soi que l'échelle choisie modèle des observations et des appréciations différentes et que, par conséquent, il est, encore, bien présomptueux d'établir des lois générales : « En fait, beaucoup d'analyses reposent sur des généralisations hâtives à partir d'exemple de petite taille, au trait forcé. » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 191).

#### *IV-2. Que peut-on écrire ?*

Cela dit, les études d'impacts existent et elles ne manquent nullement d'intérêt dans la mesure même où elles contribuent, largement, à en formuler les richesses et les limites.

La plupart du temps, elles consistent en une analyse sectorielle des différents effets (économiques, démographiques et sociaux, environnementaux, etc.). Chaque ouvrage s'en fait parfaitement l'écho et il ne nous apparaît pas nécessaire, ici, d'y revenir. Retenons, cependant, un point particulier.

Le tourisme, quels qu'en soient les effets par ailleurs, influence la perception de l'espace autant que le vécu des hommes, visiteurs ou habitants. La dynamique née de la rencontre de deux civilisations peut conduire à une acculturation totale du milieu d'accueil... ou à une prise de conscience identitaire et à la renaissance de cette culture, la cohérence et le dynamisme du milieu local prenant une part décisive dans l'évolution suivie. Mais, dans tous les cas, le tourisme joue comme un aiguillon.

Les espaces, eux-mêmes, n'échappent pas à ces projections. Le tourisme n'est pas toujours en mono-activité et la diffusion d'équipements touristico-ludiques contribue à libérer des images positives et valorisantes dont les effets d'entraînement, y compris économiques, ne manqueront pas de suivre. Il est clair, dans cette perspective, que l'on peut inverser les problématiques et faire du tourisme (ou du loisir) un instrument au service d'une politique de communication destinée à forger une image en lui offrant une identité renouvelée et attractive.

« Ici ou là, le tourisme enrichira certains et marginalisera d'autres. Est-il si sûr que coton, arachide ou cacao soient une meilleure option que le tourisme ? » s'interrogent J.-M. Dewailly et E. Flament, (p. 191). Rien ne l'est moins, en effet. Mais ce qui reste est que, à l'heure de

la communication et des images, et dans le cadre des sociétés occidentales, riches et urbanisées, aucune autre activité n'est aussi porteuse de valeurs subjectives, imprégnant autant l'espace, que le tourisme. Encore faut-il être bien conscient que le regard de l'occidental n'a pas plus de valeur universelle qu'un autre...

Plus que jamais, les rapports entre l'homme, l'espace et le tourisme ne peuvent plus se concevoir que dans une perspective de réactions causales, ce qui place, ipso facto, le milieu géographique au centre de la controverse touristique. Une approche dynamique s'impose donc. Elle ouvre la voie à celle que défend D. Clary.

### *V. Un regard renouvelé : l'approche systémique appliquée à la géographie du tourisme*

L'approche systémique est implicite, et dans la plupart des ouvrages dont il est rendu compte, et dans notre propos. J.-M. Demailly et E. Flament (p. 77), n'écrivent-ils pas : « Cet espace (l'espace touristique) s'avère donc bien un *système, ouvert* mais extrêmement complexe, dont on n'a entrevu jusqu'à présent que les composantes les plus manifestes, liées à des flux massifs, omniprésents, largement commandés par les aires de départ. » ?

L'originalité de l'ouvrage de D. Clary n'est pas dans le choix du sujet et de son échelle, mais dans la perspective méthodologique qu'il contribue à promouvoir.

#### *V-1. La réalité devenue illisible*

Après avoir critiqué les approches « classiques » notamment, parmi d'autres, le principe de causalité hérité du cartésianisme, en leur reprochant de n'être plus à même de rendre compte de la réalité telle qu'on peut l'observer, l'auteur pose les jalons de son projet (D. Clary, p. 63) : « L'approche systémique est d'abord cela : un mode de questionnement. Elle ne cherche pas à savoir ce qui est vrai et ce qui est faux, mais comment l'objet fonctionne afin d'en améliorer le fonctionnement selon le but qu'on lui assigne ou qu'il se donne. ». L'« objet-système », au centre de l'étude, est défini ainsi (p. 64) : « Le système est constitué d'un ensemble d'éléments en interaction entre eux et avec l'environnement, structurés et agissant en fonction d'un ou de plusieurs objectifs, et qui évolue dans le temps. »

On le constate, l'approche systémique tourne le dos aux approches fixistes, génératrices de certitudes, inapplicables aux réalités du monde contemporain. G. Cazes insiste, lui aussi, sur la nécessité d'un « dé-

poussiérage » (p. 9) : « (...) on soulignera avec P. George la difficulté de la géographie (...) à penser la *mobilité* et surtout le changement dans les systèmes de valeur de l'espace auquel le tourisme participe puissamment. »

Dans de telles conditions, une nouvelle lecture du réel ne s'imposait-elle pas ? « (...) l'approche systémique est une manière d'appréhender la complexité du réel dans le mouvement. Elle lie la forme (structure) et le fond (fonctionnement) qui lui donne sa signification (...). Elle refuse les certitudes acquises et sécurisantes : rien n'est jamais acquis ; la vie est dans le déséquilibre qui fait avancer (...) avancer vers quoi ? » (D. Clary, p. 91).

Il ne nous semble pas étonnant que la géographie du tourisme se soit emparée de cette approche tant l'objet même d'étude entre dans ce champ d'application (D. Clary, p. 65) : « Nous avons constaté dans les chapitres précédents que le tourisme est "un fait social global", qui concerne l'individu, les groupes sociaux, et la société dans leur ensemble. Il se situe d'autre part à l'interface — ou sous le regard — de nombreuses disciplines dont aucune ne parvient seule à l'appréhender totalement. Le tourisme constitue donc un champ systémique. ».

G. Cazes nous montre tout ce que la géographie peut apporter aux études touristiques (voir, p. 9-12, le paragraphe intitulé : « Et la géographie dans tout cela ? ») et D. Clary tout ce que les études touristiques peuvent apporter à la Géographie. Plus que jamais, cette perspective, a fortiori appliquée à la géographie du tourisme, milite en faveur d'une géographie unie et globalisante. La géographie du tourisme est l'expression même d'une relation entre des sociétés et un espace et la dimension physique en constitue l'un des paramètres à ne jamais négliger. Le tourisme n'est peut-être pas qu'un système, il est, sans doute, aussi, un géo-système.

Interrogation du réel, cette méthode implique fortement celle de l'observateur, éventuellement sur lui-même. La définition des buts de l'« objet-système » ne peut faire l'économie d'une réflexion sur le bien fondé de ces objectifs. Cela passe par une remise en cause du chercheur et de ses enracinements, tant culturels que spatiaux. Les questions touristiques, on l'a souvent vu, sont chargées de jugements de valeur que chacun se plaît à faire remarquer : « Comme nous l'avons maintes fois souligné en ce qui concerne les conséquences du fait récréatif, les choses sont sans doute plus complexes qu'une analyse superficielle souvent marquée au coin de la nostalgie, sinon du passéisme, le laisserait entendre » (J.-M. Dewailly et E. Flament, p. 217). Réfléchir sur les buts d'un « objet-système » ne revient-il pas à les critiquer. Mais en fonction de quels paramètres ? En vertu de quelle légitimité, le géographe est-il, plus qu'un autre, en mesure d'en décider ? S'il semble utopique de dégager des critères absolument objectifs, la solidité des méthodes ainsi exposées permet de clarifier les problématiques mais,

et faut-il s'en plaindre ? certainement pas d'éliminer l'esprit humain, l'homme, tout simplement, du discours en Sciences humaines.

### *V-2. Pour une nouvelle compréhension des faits*

La démarche systémique se fixe trois plans de définition qui sont autant de pistes à relever (D. Clary, p. 63 et alii) : le plan ontologique, celui de l'essence du système, inscrite dans sa structure ; le plan fonctionnel ; le plan historique. De fait, elle s'ancre résolument dans l'histoire, démonte le fonctionnement actuel et pose les jalons du futur. L'auteur n'a plus qu'à appliquer ces idées à l'exemple français (cas des littoraux, des montagnes, du tourisme « intérieur », tant rural qu'urbain). De manière très approfondie, il aborde toutes les questions touchant à l'aménagement de l'espace, ouverture logique de la démarche systémique, élargissement des problématiques géographiques mais aussi sujet de discussion.

### *V-3. L'engagement géographique : propos sur l'aménagement*

J.-M. Dewailly et E. Flament, (p. 173) donnent leur définition de l'aménagement : « Pour nous, l'aménagement vise à l'optimisation de l'utilisation de l'espace dans ses dimensions environnementale, sociale et économique ou correspond, au moins, à la projection d'un projet cohérent sur l'espace. » Écrire dessus revient, donc, à exprimer ses choix en matière de « cohérence ». Incontestablement, le géographe prend parti et devient acteur, en fonction, finalement, de convictions, parfois et même toujours, philosophiques. G. Wackermann se révolte, renvoyant, « dos-à-dos » les acteurs de la turbulence touristique : « Le touriste moyen cherche encore, coûte que coûte à participer au mouvement vacancier et à sacrifier aux clichés, à la mode, sans se préoccuper trop de la véritable essence du tourisme. Compagnies de transport et tour operators peuvent continuer à le sodomiser amplement. » (p. 157). Quelle est la véritable essence du tourisme ? Peut-être sa réponse se trouve-t-elle dans cette appréciation (p. 271) : « (le transport touristique) a besoin d'être intégré à une conception d'ensemble de l'organisation spatiale fondée sur la primauté de l'Homme et de la société, du souci de leur réel bien-être à long terme dans un environnement physique et social qui ne saurait subir de manipulations essentiellement marchandes. »

D. Clary exprime, peut-être, un autre point de vue, en précisant sa vision de l'aménagement de l'espace touristique français : « Les clientèles étrangères nous (la France) envient ces richesses et viennent en profiter. Il nous reste à mieux les vendre. Pour cela, la première tâche est de rassembler des matériaux épars, des possibilités d'activités, des modes d'hébergement, pour en faire des produits à décliner dans une gamme



la plus complète possible. (...) Il faut viser, cibler, une ou des clientèles. Car il ne suffit plus de vendre ce que l'on fait, il convient de faire ce qui peut se vendre (...): » (D. Clary, p. 348 et 349).

La place de l'homme dans l'espace est au cœur de la réflexion et des enjeux de la géographie du tourisme. Cl. Raffestin<sup>1</sup> (1992, p. 34) rappelait certains points de vue, à notre sens, particulièrement éclairants : « La géographie est sous-tendue par le mythe de "l'homme constructeur" : la terre est donnée à l'homme pour être transformée, humanisée, dominée en quelque sorte. (...) Dans la géographie classique, l'homo geographicus est vu comme un "héros civilisateur" qui par ses œuvres construit le monde. (...). A l'opposé, l'écologie humaine est sous-tendue par le mythe de "l'homme destructeur" (qui renvoie à l'idée que) vivre c'est détruire. » Voilà, peut-être, une première césure essentielle mais sûrement à nuancer. Pourtant, le rôle du géographe n'est-il pas, précisément de se prononcer, de prendre parti sur les grands débats de son temps et d'apporter son expérience à ses contemporains ? Ainsi chaque réflexion est un argument de plus, capable d'aviver, plutôt que d'éteindre, les feux de la controverse touristique.

## VI. De la géographie du tourisme vers la géographie des loisirs

Le renouvellement des méthodes d'approche s'impose. L'ouverture à d'autres sujets aussi. La géographie des loisirs fait partie de ceux-là. Mais elle n'en est qu'à ses balbutiements au point que sa place dans les ouvrages publiés reste un peu marginale. G. Cazes souligne, dans le titre de sa quatrième partie, le caractère « incertain » de l'approche alors que J.-P. Lozato-Giotart (p. 125-126) associe la question aux espaces périurbains. Nous avons, nous-mêmes, composé notre Doctorat sur ces questions. La mobilité de fin de semaine, expression des loisirs de courte durée et de proximité, contribue à créer entre l'agglomération parisienne et son espace (territoire ?) périphérique des liens d'interdépendance qui ne manquent pas d'en influencer le fonctionnement. Nous avons largement insisté sur l'importance de l'analyse des flux et leur nature (distance parcourue, temps de visite, socio-styles des visiteurs, etc.) afin de fixer clairement les grandes caractéristiques de cette forme de récréation en nous appuyant sur le fonctionnement (aménagement intérieur, polarisation, rythmes de vie) des équipements de loisirs périurbains.

1. Raffestin Cl. (1992), Géographie et écologie humaine. In Encyclopédie de la Géographie, sous la direction de A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain, Paris, Economica, p. 23-36.



L'ouvrage de M. Chesnel insiste, lui aussi largement, sur l'analyse équipementale. Partant de la constatation de l'extrême diversité et de l'extrême diffusion dans l'espace des pratiques de loisirs, il recentre la question de manière très géographique en montrant que l'analyse spatiale permet d'appréhender les pratiques. Son étude des équipements (cf. supra) nous a renforcé dans nos convictions que, concernant un sujet aussi difficile, des analyses, éventuellement menées selon les principes systémiques, devraient pouvoir enrichir le champ de la réflexion.

Il exprime, par ailleurs, un engagement certain pour une conception très culturelle de la finalité ludique qui tranche avec d'autres (M. Chesnel, p. 244) : « (...) l'espace des loisirs est un terrain privilégié de l'action culturelle dès lors qu'elle appuie des valeurs universelles par le biais de l'instrument local. »

Dans tous les cas, la question de l'échelle de l'étude se pose avec une acuité particulière. Un équipement de loisirs n'en vaut pas un autre et toute comparaison doit en tenir compte : le parc Euro-Disney n'est pas un complexe cinématographique. L'analyse de la fréquentation nous semble, donc, un préalable indispensable. Une méthodologie complète et pertinente, pour cet aspect des choses du moins, reste à fixer.

Pourtant, il nous apparaît que les problématiques de la géographie des loisirs et du tourisme ne sont pas exactement les mêmes. Les motivations, les attentes, les comportements, etc. de l'homme en loisir ne sont peut-être pas les mêmes que ceux du touriste<sup>1</sup>. De même, la rentabilité économique, celle de l'équipement comme celle de l'espace dans lequel il s'inscrit, ne s'évalue pas de la même manière. La liste des différences pourrait s'alourdir...

Une géographie des loisirs, clairement individualisée, dans ses méthodes comme dans ses conclusions, pourrait bien, par conséquent, s'individualiser à l'avenir, initiée par les acquis de la géographie du tourisme, mais en voie d'autonomie.

### *Faut-il conclure ?*

Cet itinéraire à travers les récentes tribulations de la Géographie du tourisme et des loisirs ne peut que se ponctuer de trois questions qui ne cessent de nous préoccuper.

A quoi sert le tourisme ? Qu'est-ce qui, fondamentalement, pousse les citadins à ces migrations ? Est-il un simple caprice de riches, un

1. Voir Lazzarotti O. (1994), Les loisirs périurbains. *Espaces*, n° 127, mai-juin 1994, p. 34-44.

effet de mode ou une pratique indissociablement attachée à nos sociétés ? Quel serait, en terme social pour les pays riches, le coût du non-tourisme ? Quels en seraient les effets sur les espaces récepteurs ? Ceux-ci ont-ils, réellement, d'autres alternatives que le tourisme ? Les remarques de M. Maurer (p. 17) ont de quoi nous faire réfléchir : « La situation de la majorité des pays du tiers-monde se caractérise par une accumulation de dettes sur les marchés internationaux des devises. (...) l'essor du secteur touristique est pour ainsi dire imposé dans la foulée des programmes d'ajustement structurel du F.M.I. et de la Banque mondiale ou des négociations de crédits. » Le tourisme ne s'inscrit-il pas dans cette vaste perspective d'une mobilité généralisée, des biens, des capitaux et des hommes dont il ne serait qu'une variante ?

A quoi sert la Géographie ? Quelle est sa place et, donc, l'originalité de son discours par rapport aux autres disciplines concernées par le tourisme ? Son aspect le plus spécifique n'est-il pas à chercher dans une démarche, une méthode, celles qui font de l'espace le point de départ de toute approche, et de l'homme sa finalité ? Bref, notre discipline s'inscrit résolument dans le champ des Sciences humaines qu'elle enrichit grâce à un regard qui lui est propre, concourant, pour sa part, aux progrès de la connaissance des réalités et du fonctionnement des sociétés.

Pour autant, la géographie doit-elle s'arrêter là ? N'a-t-elle pas de dimension pratique, celle de la « géographie appliquée » ? Cela débouche sur une autre question.

A quoi sert le Géographe ? N'est-il qu'un esprit au service d'une discipline ou peut-il, sans dénaturer son discours, s'engager sur une politique à suivre ? De cette manière, c'est toute la question des enjeux de l'aménagement, véritable géographie-fiction, qui est au cœur du débat. Le géographe n'est-il pas à l'articulation du présent et du futur, tout comme l'historien est à celle du présent et du passé ? Et alors, quelle responsabilité, quelle exigence de lucidité impose cette situation : « En termes de responsabilité, le géographe se doit de poser des questions et d'en faire apparaître l'immédiateté. » (P. George<sup>1</sup>, p. 124). On n'en voit pas la fin...

1. George P. (1992), *Le métier de Géographe*, Paris, A. Colin, 124 p.

**Bibliographie<sup>1</sup>**

- Cazes G. (1992), *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. Coll. Amphi.-Géographie, Bréal, Paris, 189 p.
- Chesnel M. (1993), *Pour un espace de loisirs différent*. Paris, L'Harmattan, 246 p.
- Clary D. (1993), *Le tourisme dans l'espace français*. Coll. Géographie, Masson, Paris, 358 p.
- Dewailly J.-M. et Flament E. (1993), *Géographie du tourisme et des loisirs. Dossiers des images économiques du Monde*, S.E.D.E.S., Paris, 285 p.
- Maurer M. (1993), *Tourisme, prostitution, sida*. Coll. Tourismes et Sociétés, éd. L'Harmattan, Paris, 182 p.
- Pearce D. (1992), *Tourist organizations*. Longman Scientific & Technical, 219 p.
- Py P. (1992), *Le tourisme, un phénomène économique*. Coll. économie, Les études de la documentation française, Paris, 156 p.
- Richez G. (1992), *Parcs nationaux et tourisme en Europe*. Coll. Tourismes et Sociétés, éd. L'Harmattan, Paris, 421 p.
- Wackermann G. (1993), *Tourisme & transport*. Coll. mobilité spatiale, S.E.D.E.S., Paris, 279 p.

1. Les ouvrages mentionnés sont ceux reçus avant le 1<sup>er</sup> décembre 1993 à la revue des *Annales de Géographie*. On trouvera, par ailleurs, dans ce même numéro, les comptes rendus de travaux parvenus plus tardivement : Pearce D. (1993) ; *Recherches urbaines*, n° 8 (1993) ; Riche C. et Ragu D. (1993) ; Wackermann G. (1994) ; Wong P.P. (1993) ; ainsi que, en ouvrage à signaler, la seconde édition du « Que sais-je ? » de G. Cazes.