
Champ touristique ou sous-champs du tourisme ?

Réponses à André Suchet

Mathis Stock



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/986>

DOI : 10.4000/tourisme.986

ISSN : 2492-7503

Éditeur

Éditions touristiques européennes

Référence électronique

Mathis Stock, « Champ touristique ou sous-champs du tourisme ? », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 11 | 2015, mis en ligne le 01 décembre 2015, consulté le 07 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/986> ; DOI : 10.4000/tourisme.986

Ce document a été généré automatiquement le 7 mai 2019.



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Champ touristique ou sous-champs du tourisme ?

Réponses à André Suchet

Mathis Stock

- 1 Mener un débat scientifique à travers une revue scientifique publiée deux fois par an semble être quelque chose de délicieusement suranné en 2015, à l'époque actuelle où on peut interagir instantanément entre pairs, et avec des *network effects* à travers blogs ou réseaux sociaux numériques. Le seul avantage est peut-être un archivage pour les générations futures qui s'interrogeront sur les bifurcations autour de certains choix conceptuels effectués en 2015.
- 2 La notion de "champ touristique" est une notion autour de laquelle il peut y avoir débat, car appréhender le tourisme comme champ social transnational ne va pas de soi. Il y a donc une discussion sur la pertinence à mener un tel débat, notamment si l'on prend au sérieux la conceptualisation forte à la Bourdieu et qu'on délaisse les conceptualisations relativement plus faibles telles que les "champs de forces" empruntés à la physique.
- 3 André Suchet, dans sa contribution (2013, pp. 2-10), discute notre article (Clivaz, Nahrath et Stock, 2011, pp. 276-286) sur la notion de champ et de capital touristique des lieux géographiques pour émettre doutes et critiques. Ces derniers, au nombre de deux, sont contenus dans sa conclusion (2013, p. 8) :
- 4 *"Les limites de cette 'première brique' empêchent cependant une généralisation solide. Séparer la concurrence [des faits] en jeu dans l'espace de celle en jeu dans la société ne nous semble pas satisfaisant, et l'on considère plutôt avec les acquis déjà anciens de la géographie sociale [(Frémont et al., 1984 ; Chadeaud, 1988 ; Di Méo, 1998 ; Séchet & Veschambre, 2006 ; Di Méo & Buléon, 2005)] qu'il existe une influence du non-spatial sur le spatial, et inversement, mais aussi une concurrence entre objets spatiaux et non spatiaux. Selon nous, il convient donc de ne pas réduire au singulier ce concept de champ touristique (...); la pluralité des situations mérite indispensablement le pluriel conceptuel à plusieurs niveaux, y compris lorsque ces niveaux sont emboîtés les uns dans les autres. Ce pluriel (...) permet, dès lors, une généralisation à la fois simple et rigoureuse" [souligné par Mathis Stock].*

- 5 Bien que la confusion de Suchet soit patente, cette assertion me permet de revenir sur la notion de “champ touristique” et de répondre à ces critiques dont la formulation n’est pas heureuse tant la géographie sociale à la française (“*influence du non-spatial sur le spatial*”) est datée, remplacée aujourd’hui par une pensée dimensionnelle où la coconstitution du spatial et du non-spatial, et non l’influence au sein d’une dichotomie, est pensée par la géographie contemporaine.

Le tourisme comme champ : apports et limites d’une notion

- 6 La notion de “champ” peut-elle être mobilisée pour exprimer les jeux de concurrence et de coopération entre acteurs, les différentiels de pouvoir et les distinctions des lieux géographiques dans le tourisme ? La description du tourisme en tant que champ permet-elle une analyse pertinente des processus touristiques changeant au cours du temps ? Après avoir délaissé le tourisme comme “secteur économique” qui ne voit que les dimensions économiques et exclut les dimensions culturelles, politiques et sociales, et en s’inspirant de la notion de “configuration” issue des écrits du sociologue Norbert Elias (1970), il nous a semblé que la notion de “champ”, notamment dans sa dimension mondiale, permettait mieux que celle de “système” de rendre compte des jeux de pouvoir asymétriques à l’œuvre dans le tourisme. En effet, elle permet de comprendre que la position des acteurs et des lieux dans ce champ de pouvoir est inégale, de même que le sont leur dotation en moyens d’action et leur capacité d’adaptation aux crises et aux innovations. L’insistance sur la dimension mondiale de ce champ est déjà une avancée, car rares sont les champs sociaux auxquels on reconnaît une existence au-delà des frontières nationales. Les effets d’un “nationalisme méthodologique” sont patents en sociologie, le “*champ religieux mondial*” de Robertson (1994) et les récents travaux en études de migration sur les “espaces sociaux transnationaux” constituant à cet égard des exceptions. Appréhender le système touristique comme champ ne va pas de soi, car l’existence d’un champ touristique, caractérisé par une certaine homogénéité et une convergence d’intérêts, n’est pas établie.
- 7 L’objectif énoncé dans l’article de Clivaz, Nahrath et Stock (2011) visait à mieux comprendre la dynamique des stations touristiques. Il ne résidait pas dans une théorie générale du tourisme. Afin d’expliquer la variabilité des trajectoires des stations touristiques, il nous avait semblé nécessaire de ne pas les appréhender séparément de leur contexte coévolutif : ce contexte coévolutif, nous l’avons nommé “champ touristique”. C’est dans ce champ et avec ce champ que les stations touristiques évoluent, avec de nouveaux entrants et de nouveaux sortants que l’on peut modéliser comme un champ touristique mondial soumis à un processus de développement non linéaire, avec accélération et ralentissement dans la production de lieux touristiques (cf. Stock & Antonescu, 2014). Cet article (Clivaz, Nahrath et Stock, 2011) n’avait d’autre visée que celle de rendre compte de cette insertion et codépendance des stations touristiques par rapport à un ensemble d’actants.
- 8 Cependant, la question du contexte coévolutif – formalisé comme “champ touristique” – n’est pas posée indépendamment du moyen d’action – formalisé comme “capital touristique”. En effet, l’inégale dotation en capital touristique est *articulée* autour de la position dans le champ touristique (et non *isolée* de cette dernière). C’est ainsi que

l'inégale dotation est liée à la structure du champ. Le champ touristique n'est donc pas la seule notion sur laquelle il faut réfléchir ; elle ne prend sens qu'en lien avec la notion de "capital touristique" des lieux géographiques, en l'occurrence des stations touristiques.

Dans notre approche, nous portons notre attention sur le capital *touristique* des stations, qui représente un capital *spécifique* pouvant être utilisé dans un champ *spécifique* lui aussi, celui du tourisme. Le capital touristique ne représente donc pas une mesure synthétique de l'ensemble des caractéristiques existantes d'un lieu. En effet, c'est uniquement la "valeur" touristique construite *pour* un champ touristique qui nous intéresse. Ainsi, il s'agit d'avantages concurrentiels dans un jeu spécifique que constitue le tourisme et qui ne sont pas nécessairement mobilisables dans d'autres (en)jeux que ce dernier¹. Cette convergence des différents acteurs vers l'intérêt touristique est alors l'expression spécifique du champ touristique (les "effets de champs" chez Bourdieu), dans lequel se positionnent les stations touristiques grâce à leur capital touristique. (Clivaz, Nahrath et Stock, 2011, p. 281)

- 9 De ce fait, on comprend mal la critique de Suchet concernant la spatialisation du champ touristique, qui n'est pour nous qu'une des dimensions du champ touristique : "Ainsi, plutôt que de se réduire formellement à ce champ touristique spatialisé que pointent Clivaz, Nahrath et Stock (2011), on estime (...) qu'il faut étudier l'ensemble du jeu de concurrence entre les lieux, mais aussi entre acteurs et entre institutions [du tourisme]..." (Suchet, 2013, p. 6). [souligné par Stock]

- 10 C'est précisément ce que nous faisons lors que nous écrivons :

Ce capital touristique d'une station est "mis en jeu" (en d'autres termes plus ou moins stratégiquement mobilisé) par les acteurs du système touristique "local" (au sens de localisé) afin de positionner avantageusement l'offre touristique de la station sur le marché touristique national et international (mondial), c'est-à-dire également dans le cadre d'une *configuration (mondiale)* composée de l'ensemble des *acteurs et agents* (individus, groupes, entreprises et organisations publiques et privées), des *institutions* (codes, chartes et autres réglementations internationales, nationales et régionales) ainsi que des *lieux* (stations, villes, sites, etc.) concernés par les intérêts spécifiquement liés au tourisme envisagé dans ses multiples dimensions économiques, politiques, sociales, environnementales, juridiques, individuelles, etc.² Nous appelons "champ touristique" cette configuration où la reconnaissance d'intérêts spécifiques permet aux acteurs des stations touristiques de mobiliser et de "jouer" leur "capital touristique" afin de se positionner avec leurs avantages concurrentiels dans ce jeu à la fois marchand et non-marchand. (Clivaz, Nahrath et Stock, 2011, p. 278).

- 11 Ainsi, l'interprétation que fait Suchet de notre concept de champ touristique est erronée : il ne s'agit pas de la "*composante spatiale du champ du tourisme*" (Suchet, 2013, p. 7, graphique), mais de l'ensemble des acteurs, marchés, imaginaires, lieux et institutions qui régulent le tourisme. Ce faisant, Suchet poursuit une idée, ancienne, de la géographie, qui propose une dichotomie entre "espace" et "société", et les fait exister comme deux blocs opposés — la géographie sociale française depuis au moins Renée Rochefort ne voyant que ces deux instances, "société" et "espace". Cependant – et j'insisterai là-dessus dans la troisième partie de cette chronique – nous avons une vision dite "dimensionnelle"

inspirée notamment de Norbert Elias (mais qui se retrouve au moins depuis Lévy (1994) dans la géographie), qui définit cinq dimensions fondamentales de la société : sociale, individuelle, temporelle, spatiale, symbolique. Le tourisme peut être décrit à travers ces cinq dimensions, qui se configurent différemment selon les contextes historiques. Selon les pratiques considérées, les enjeux varient. Pour nous, la *perspective* adoptée est celle des stations touristiques, c'est pourquoi c'est ce jeu de concurrence évolutif entre stations qui nous a intéressés ; mais le concept est défini de façon plus générale.

Unicité ou multiplicité du champ du tourisme ?

- 12 André Suchet pose la question de savoir s'il y a un champ touristique ou si le tourisme n'existe pas dans plusieurs champs. Ce faisant, il propose un découpage de la société selon les délimitations suivantes : "champ du matériel de ski", "champ des stations de ski", "champ des sites de VTT, de surf, de *benji*, ou de vol libre", "champ du thermalisme", "champ des guides touristiques", etc. C'est en effet une solution que de proposer toutes sortes de pratiques touristiques, et de les considérer comme *champ* plutôt que *pratique*. Cependant, cela pose la question de savoir si l'on peut découper la société en champs - et si oui, lesquels - et quelle place le tourisme prend dans ces découpages. Comment le tourisme peut-il être décrit avec le plus de pertinence : en tant que champ, secteur, système ou rapport au monde ? Il est plus facile d'énoncer ces questions que d'y répondre. Deux éléments sont à considérer.
- 13 Selon Bourdieu, "*un champ (...) se définit entre autres choses en définissant des enjeux et des intérêts spécifiques, qui sont irréductibles aux enjeux et aux intérêts propres à d'autres champs (on ne pourra pas faire courir un philosophe avec des enjeux de géographes) et qui ne sont pas perçus de quelqu'un qui n'a pas été construit pour entrer dans ce champ (chaque catégorie d'intérêts implique l'indifférence à d'autres intérêts, d'autres investissements, ainsi voués à être perçus comme absurdes, insensés, ou sublimes, désintéressés)*" (Bourdieu, 1984, p. 113-114). Ce qui nous a permis d'avancer que le champ touristique n'existe que parce que les acteurs croient qu'il existe une configuration d'acteurs autour du tourisme, que ces enjeux et problèmes sont réels et que le tourisme existe.
- 14 Ce qui tient ensemble le champ touristique, ce ne sont pas seulement les acteurs, mais le dédoublement symbolique des actions et acteurs. Dans d'autres contextes théoriques, on a pu parler du "*regard touristique*" (Urry, 1990) dont sont équipés les acteurs, et, en effet, on pourrait dire que le champ touristique ne tient ensemble que parce que le rapport au monde à l'œuvre est informé par le touristique : les acteurs du champ sont équipés d'un regard touristique. Notamment, la notion de "capital symbolique" que nous mobilisons permet de rendre compte de ce dédoublement symbolique du champ, du capital et des intérêts, car ce sont ces schèmes de perception qui sont nécessaires pour la reconnaissance du tourisme comme enjeu, et pour la possibilité de faire des distinctions des stations touristiques, variables au cours du temps (il faut penser processuellement !). Ainsi, les touristes habitent un "*espace mythique*" (Cassirer, 1972) construit par de multiples acteurs du champ touristique mondial. La question de savoir s'il y a unicité ou multiplicité du champ se pose, notamment de façon empirique, dans l'analyse de différents enjeux selon différents types de pratiques.
- 15 **En quoi une pratique équivaut-elle à un champ ?** Dans les exemples énoncés par Suchet, ne s'agit-il pas plutôt de *practice communities*, voire simplement de pratiques sans que la question du champ se pose ? Il existe des exemples de *practice communities* – le surf

ou l'escalade, par exemple – qui ont des dimensions touristiques évidentes et où la distinction entre “sport” et “tourisme” n’est pas simple à faire. D’où les appellations comme “tourisme sportif” qui catégorisent ces pratiques comme “*special interest tourism*”. C’est là à la fois une indication de la pertinence de la proposition de Suchet – faut-il se contenter d’un champ touristique ou ne faut-il pas démultiplier les champs en fonction des activités spécialisées ? – et l’une de ses limites : n’est-ce pas tirer la notion de champ trop loin et négliger l’interprétation de ces éléments en tant que pratiques ?

- 16 Le lien entre champ sportif et champ touristique est un exemple pertinent pour réfléchir sur ce point, à condition de réfléchir d’une manière qui intègre la dynamique, les processus : il y a, peut-être, un processus à l’œuvre qui rapproche pratiques sportives et pratiques touristiques et fait en sorte que certaines pratiques sportives ne sont plus pensables en dehors de leurs dimensions touristiques. Penser processuellement est en effet nécessaire si l’on veut comprendre les dynamiques à l’œuvre ; or, André Suchet catégorise de façon statique. Cela lui interdit de comprendre un champ comme étant évolutif et, donc, les rapports différenciés, selon les moments de l’histoire, entre tourisme et sports. Il y a une “sportivisation” des sociétés humaines tout comme il y a une “touristification” des sociétés humaines, et certaines pratiques sportives trouvent aujourd’hui leur effectuation et leur signification *seulement* dans l’association à un lieu touristique, un imaginaire touristique, une mobilité et une pratique d’un lieu autre. Ces rapports changeants entre sport et tourisme sont à prendre en compte avant de les penser comme champs concurrentiels.

Séparer la société et l’espace ?

- 17 L’un des reproches de Suchet réside dans la prétendue séparation du spatial et du social que nous opérons dans l’approche du champ touristique : “*Séparer la concurrence en jeu dans l’espace de celle en jeu dans la société ne nous semble pas satisfaisant, et l’on considère plutôt avec les acquis déjà anciens de la géographie sociale qu’il existe une influence du non-spatial sur le spatial, et inversement, mais aussi une concurrence entre objets spatiaux et non spatiaux*” (Suchet, 2013, p. 8) [souligné par Stock]. Cette vision est cohérente avec la remarque sur le “champ touristique spatialisé” qui sépare société et espace et qui existerait séparé d’un “champ du tourisme”. Cette position exprime en fait la vision classique de la géographie sociale à la française, qui imagine une dichotomie entre société et espace – qui n’est justement pas un “acquis”, mais un axiome à remplacer par un autre. Justement, dans notre travail, il n’y a pas de séparation car le champ touristique est *aussi* constitué par des lieux géographiques, des systèmes d’accessibilité, des imaginaires géographiques, mais également – on insiste suffisamment sur ce point – des systèmes de gouvernance, d’économie, d’acteurs et de pouvoirs différentiels. Il s’agit là *seulement* de la perspective adoptée dans l’article, sans aucune visée de théorie générale.
- 18 Par ailleurs, tout mon travail sur une théorie de l’habiter (Stock, 2007 ; Stock, 2012 ; Stock, 2015) vise justement à réfléchir sur les dimensions sociales, individuelles, temporelles, spatiales et symboliques des sociétés humaines. C’est pourquoi la référence à l’ancienne géographie sociale à la française que je pensais avoir contribué à dépasser – en proposant justement des solutions pour ne plus penser la dichotomie espace/société – me chagrine. Appréhender les dimensions spatiales de n’importe quel fait social (mais aussi dimensions économiques, politiques, culturelles, temporelles, etc.) permet de dépasser l’ancienne dichotomie social/spatial ruineuse. En fait, la notion de “champ touristique”, en

proposant un *assemblage* – notion à la mode s’il en est – entre enjeux spatiaux, sociaux, économiques, politiques, culturels et temporels, intègre, et ne sépare pas, les différentes dimensions constitutives de tout élément des sociétés humaines. Il n’y a pas, dans cette vision, une opposition entre “*objets spatiaux et non spatiaux*” (Suchet, 2013, p. 6), mais – étant donné la “*géographicit *” des sociétés humaines – les dimensions spatiales se manifestent dans, par et avec l’ensemble des problèmes de société.

- 19 Passer par les formulations telles que “dimensions spatiales des sociétés” (j’insiste sur le pluriel) ou “faire avec l’espace” (j’insiste sur le *faire avec*) fait que je ne pense pas au sein de cette dichotomie dont Suchet est encore prisonnier. Les remarques sur le “territoire” – notion à laquelle on peut assigner une fonction très précise dans une théorie géographique sans la galvauder comme Suchet a tendance à le faire, me fait penser que les sources de son raisonnement ne lui permettent pas d’apprécier les enjeux spatiaux des sociétés humaines – “faire avec” les multiples dimensions spatiales des sociétés humaines – ni les multiples manières de construire l’espace habité.
- 20 Ceci est donc quelque peu paradoxal : d’une part Suchet reproche à Clivaz, Nahrath et Stock (2011) une séparation du spatial et du social – alors que, de fait, ils n’effectuent pas une telle dichotomie – ; d’autre part, il l’engendre lui-même en séparant “champ touristique” et “champ du tourisme”. Afin de mesurer les “influences” de l’un sur l’autre, alors que la dichotomie s’est révélée peu pertinente dans la théorie géographique ?

Conclusion

- 21 La contribution d’André Suchet (2013) comporte une bonne idée : imaginer d’autres champs qui existeraient à côté et/ou en concurrence avec le champ touristique. Cependant, Suchet est victime d’une vision statique qui évacue l’évolutif, tombant ainsi dans le piège que Norbert Elias (1970) dénonce : la propension à transformer des processus en concepts statiques. Il est également prisonnier d’une conceptualisation dépassée du social et du spatial qui l’amène à nous accuser de réductionnisme, à savoir la réduction du champ touristique au spatial, et qui l’amène à proposer un “*champ fortement spatialisé*” et un “*champ plus faiblement spatialisé*”, ce qui me paraît un contresens. Suchet annonçait une “*généralisation à la fois simple et rigoureuse*” (2013, p. 8). Force est de constater que c’est la confusion qui règne.

BIBLIOGRAPHIE

Pierre BOURDIEU, “Quelques propriétés des champs”, dans Pierre BOURDIEU, *Questions de sociologie*, Éditions de Minuit, 1984.

Ernst CASSIRER, *La Philosophie des formes symboliques*, Éditions de Minuit, 1972.

Christophe CLIVAZ, Stéphane NAHRATH et Mathis STOCK, “Le développement des stations touristiques dans le champ touristique mondial”, *Mondes du tourisme*, hors-série (Tourisme et mondialisation), 2011.

Norbert ELIAS, *Qu'est-ce que la sociologie ? Sur la dimension géographique de la fonction politique*, Pandora, 1981.

Jacques LÉVY, *L'Espace légitime*, Presses de Sciences-Po, 1994.

Roland ROBERTSON, "Globalisation or glocalisation ?", *Journal of International Communication*, vol. 1, n° 1, 1994.

André SUCHET, "Le concept de champ pour une approche interdisciplinaire du tourisme.

Discussion théorique à propos de Clivaz, Nahrath et Stock (2011), et perspectives de généralisation", *Mondes du tourisme*, n° 8, décembre 2013.

Mathis STOCK, "Théorie de l'habiter. Questionnements", dans Thierry PAQUOT, Michel LUSSAULT et Chris YOUNÈS (dir.), *Habiter, le propre de l'humain*, La Découverte, 2007.

Mathis Stock, "Faire avec de l'espace" : pour une approche de l'habiter par les pratiques", dans Brigitte FRELAT-KAHN et Olivier LAZZAROTTI (dir.), *Habiter. Vers un nouveau concept ?*, Armand Colin, 2012.

Mathis STOCK, "Habiter comme 'faire avec l'espace'. Réflexions à partir des théories de la pratique", *Annales de géographie*, n° 704, 2015.

Mathis STOCK et Andreea ANTONESCU, "Une méthodologie pour la mondialisation du tourisme", *Mondes du tourisme*, n° 9, 2014.

John URRY, *The Tourist Gaze*, Sage 1990.

NOTES

1. On doit toutefois noter la fongibilité, à la suite, entre autres, d'un phénomène de baisse du tourisme ou dans le cadre d'un processus de sortie du tourisme, du capital touristique d'une station en un capital d'urbanité, par la réaffectation par exemple d'hôtels en appartements, de résidences secondaires en résidences principales, etc. Cela aura son importance pour l'analyse des trajectoires, comme nous le verrons plus loin

2. Le terme "configuration" est ici utilisé au sens de Norbert Elias (1970), c'est-à-dire une constellation d'acteurs qui sont liés entre eux par des liens d'interdépendance d'ordre multiple. Dans ce sens, le concept de "champ" introduit par Pierre Bourdieu est une "spécification" du terme de configuration, qui précise le caractère borné du champ par rapport à d'autres champs et l'engagement de formes d'intérêt spécifiques.

RÉSUMÉS

L'objet de cet article vise à répondre à un certain nombre de critiques sur la notion de champ touristique ainsi qu'à la configuration spatiale et organisationnelle du champ touristique en de nombreux sous-champs. En mobilisant la définition sociologique de champ, la question de la manière dont le tourisme peut être appréhendé comme champ est alors posée. La dimension spatiale de ce champ touristique et le processus de touristification sont alors discutés.

This article aims at answering some of the objections raised on the concept of tourist field, and on the spatial and organisational configuration of the tourist field in various sub-fields. Mobilising the sociological definition of a social field, the question of tourism as being addressed as social field is raised. The spatial dimension of this tourist field and the process of touristification are then discussed.

INDEX

Mots-clés : champ touristique, regard touristique, touristification

Keywords : tourist field, tourist gaze

AUTEUR

MATHIS STOCK

Géographe, professeur à l'Université de Lausanne, Institut de Géographie & Durabilité
[mathis.stock@unil.ch]