

## Mondes du Tourisme

2 | 2010 Vers une théorisation de l'approche géographique du tourisme

## Le tourisme, fabrique d'urbanité

Matériaux pour une théorie de l'urbain

#### Vincent Coëffé



#### Édition électronique

URL: http://journals.openedition.org/tourisme/277

DOI: 10.4000/tourisme.277

ISSN: 2492-7503

#### Éditeu

Éditions touristiques européennes

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2010

Pagination: 57-69 ISSN: 2109-5671

#### Référence électronique

Vincent Coëffé, « Le tourisme, fabrique d'urbanité », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 2 | 2010, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 20 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/tourisme/277; DOI: 10.4000/tourisme.277



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.

# Le tourisme, fabrique d'urbanité

## Matériaux pour une théorie de l'urbain

VINCENT COËFFÉ [vincent.coeffe@univ-angers.fr]

Maître de conférences en géographie à l'Université d'Angers PRES LUNAM • Membre de l'Unité mixte de recherche Espaces et Sociétés - Angers

Résumé. Le tourisme est fondamentalement urbain : inventé par des citadins, il en porte les valeurs et les normes, en incarne les pratiques. Pourtant, l'hypothèse de l'urbanité (les propriétés qui font qu'une ville est une ville) des lieux touristiques reste encore à creuser. L'urbain reste encore souvent confondu avec la ville, objet culturellement situé dont l'existence est tirée de sa forme matérielle (compacité) et de sa "masse". Or les lieux touristiques donnent à voir d'autres situations urbaines, parfois éloignées du modèle de la ville "classique", mais dont les composants urbains sont agencés de manière singulière par les acteurs. Ce sont alors les pratiques des touristes, la manière dont ces derniers gèrent la distance entre eux et avec le monde, qui deviennent décisives pour appréhender les lieux. Les lieux touristiques ne sont pas forcément moins urbains que la ville, ils sont urbains autrement : ce sont alors les différentiels d'urbanité qui deviennent pertinents pour les analyser.

Abstract. Tourism is an urban phenomenon. Invented by urbanites, it carries their values and norms, embodies their practices. However, the hypothesis of the urbaness (i.e the properties that make a city is a city) of tourist places still remains to investigate. The urban still remains mixed up with one type of urban place, the city. The city is a culturally situated object, seized at first by its material shape (compactness) and by its "mass". Yet, the tourist places show other urban situations, apart from the model of the "classic" city. The urban components are ordered in a singular way. Analyzing places by the practices performed by tourists becomes decisive, through the way the tourists manage the distance between them and with the world. The touristic places are not necessarily less urban than the city, they are urban in another way. The differentials of urbaness are therefore relevant to analyze.

ean-Didier Urbain affirmait au début des années 1990 que la ville fonctionnait désormais comme une "anti-destination" (1993, p. 143). La réalité nous oblige aujourd'hui à constater que les métropoles n'ont sans doute jamais été aussi fréquentées par les touristes. Dans tous les cas, elles restent les premières destinations, et pas seulement en tant que commutateurs, portes d'entrée vers d'autres lieux touristiques.

Il faut dire aussi que le tourisme est un phénomène fondamentalement urbain. Invention des citadins, il en cristallise les valeurs et les pratiques jusque dans les lieux *a priori* les plus éloignés du modèle urbain, tel que nous le concevons en Europe au moins, et qui reste fondé sur la masse, la contiguïté et la monumentalité, attributs condensés par la ville.

Mais si le phénomène touristique et le champ de l'urbain ont partie liée, les recherches en tourisme ont jusqu'à présent conforté une formule qui résonne comme un pléonasme en parlant de "tourisme urbain". Cela dit, la formule a surtout entériné l'implicite dont nous venons de parler, "tourisme urbain" désignant en réalité, pour la plupart des chercheurs, les liens existant entre tourisme et ville.

La géographie urbaine s'est d'ailleurs elle-même longtemps confondue avec l'étude de la ville (Lussault, 2003), tout en "ratant" l'attention portée au tourisme en tant que phénomène urbain (Duhamel et Knafou, 2007). Or avec l'urbanisation du XX<sup>e</sup> siècle (disons, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale jusqu'à aujourd'hui), la ville "ne se tient plus", est sortie de ses limites et le concept ne suffit plus à rendre compte des phénomènes qui lui sont liés. Alors que la ville a constitué "une des réponses possibles apportées par les groupes humains à la question de la distance", lesquels ont fait le choix ici de privilégier le "maximum de coprésence" (Lussault, 2007a, p. 269), "l'affirmation de la discontinuité spatiale comme élément caractéristique de toutes les organisations urbaines contemporaines constitue une véritable subversion de l'ordre traditionnel, marqué par la contiguïté territoriale et l'évidence de la délimitation entre la ville et son extérieur (la campagne)" (idem, p. 287).

La pensée de l'urbain, concept plus générique, semble mieux adaptée aux objets émergents, qui contiennent de la ville, sans s'y réduire pour autant. Au fond, c'est une part de l'urbanité, ce qui fait qu'une ville est une ville et qui est défini en compréhension par Jacques Lévy à travers le couplage de la densité et de la diversité (1999), qui a changé et que nous devons appréhender. La diversité pourrait constituer un indicateur d'autant plus intéressant dans le cas du tourisme, qui suppose une relation à l'autre et l'ailleurs dans le contexte d'une mobilité temporaire (Équipe Mit, 2002). De ce

point de vue, le tourisme permet la coprésence de réalités plus ou moins diverses (sociales, culturelles, matérielles, etc.) qui étaient auparavant séparées.

L'urbanité, concept précieux donc au moment où la définition de la ville par ses limites semble de plus en plus problématique, est composée de réalités matérielles et idéelles agencées différemment selon les lieux (ibid.), et peut alors nous servir d'outil conceptuel pour appréhender des objets que nous serions tentés d'évacuer un peu trop vite de l'urbain.

C'est le cas notamment des lieux touristiques dont certains ne sont pas forcément des villes au sens où on l'entend ordinairement, mais qui contiennent de la substance urbaine dans la mesure où ils sont d'abord habités par des touristes, acteurs portant une culture urbaine, dotés d'intentionnalité et actualisant leur projet à travers leurs pratiques (Deprest, 1997; Équipe Mit, 2002; Stock, 2004).

Le concept de lieu touristique englobe ici différentes situations géographiques permettant la mise en contact des touristes avec des réalités qui rompent avec la sphère de leur quotidien (autres touristes, résidents "permanents", paysages, etc.). Pour autant, la présence de touristes ne suffit pas à transformer immédiatement un lieu non touristique en un lieu touristique. Ce dernier doit incarner l'émergence, mais aussi la "stabilisation de pratiques touristiques" (Stock, 2007).

Le lieu touristique ne renvoie donc pas à une échelle spécifique, notamment la plus fine. Il ne fixe pas non plus de limites a priori, mais rend compte d'une propriété: l'annulation de la distance, "une circonstance qui place les sujets et les objets en situation d'interaction" (Retaillé, 1997), ce qui peut signifier aussi la mise à l'écart de certains autres. La limite entre ces différents lieux peut alors prendre des formes différenciées, irréductibles aux discontinuités brutales.

L'urbanité paraît donc adaptée pour lire les lieux touristiques, en tant qu'elle reconnaît leur dimension urbaine tout en évitant de leur fixer d'emblée une configuration spatiale. C'est notamment au travers des relations entre lieux touristiques et pratiques (avec les normes et valeurs qui sous-tendent ces dernières) des touristes que nous envisageons de travailler ici l'urbanité. Si tous les lieux touristiques sont urbains, quelles sont les situations que l'on peut observer le long de ce continuum d'urbanité ? Comment les lieux touristiques font-ils varier les figures de l'urbanité ? Quels ingrédients urbains les pratiques touristiques donnent-elles à voir et comment contribuent-elles à produire de l'urbanité?

Nous commencerons par montrer que l'urbanité des lieux touristiques doit être appréhendée audelà de la seule dimension matérielle, certains lieux émargeant à l'urbain pour peu que l'on observe *ce qu'y font* les individus et *comment ils le font*, quand ces derniers actualisent notamment un ensemble de civilités (de normes capables de faire tenir les individus ensemble) dans l'espace public, ce qui est chaque fois le cas lorsque les touristes pratiquent la plage, par exemple.

Ce cas limite, qui permet d'accentuer la prégnance de certains enjeux liés à l'urbanité, nous permettra de poser des jalons pour effectuer une nouvelle lecture de la typologie des lieux touristiques.

Mais alors que les lieux touristiques sont fondamentalement urbains et se différencient à travers la forme qu'y prend l'urbanité, le problème ultime sera de montrer comment le tourisme, en tant que forme de mobilité, peut constituer un révélateur et un composant de l'urbanité des pratiques et des lieux.

## TRAVAILLER L'URBANITÉ À LA RENCONTRE DES LIEUX ET DES PRATIQUES

Repartons de cette définition formulée par l'Équipe Mit : le tourisme peut être compris comme un déplacement temporaire et choisi (non contraint) vers des lieux du hors quotidien à des fins de recréation (2002).

Le tourisme s'apparente donc à une action spatiale (une certaine manière de faire avec l'espace), qui commence par un projet, une intention visant la pratique de lieux autres, c'est-à-dire marqués par un différentiel avec les lieux les plus familiers.

À travers cette action, le touriste développe des stratégies pour atteindre, par la représentation (l'action de rendre présent une absence) des lieux de bonne qualité, des utopies qui n'ont pas de réalité immédiate, au sens où le touriste ne peut être d'abord en contact physique avec ces derniers.

Cela dit, à la différence de la pure utopie, le tourisme suppose in fine une relation matérielle, engageant la corporéité avec les lieux autres, ce qui rapproche davantage ces derniers de l'hétérotopie, définie par Foucault comme une utopie réelle (Lussault et Staszak, 2003).

Dans cette relation concrète aux lieux, le tourisme transfère à chaque fois de la substance urbaine. Cela peut se lire à travers trois dimensions au moins.

#### Monumentalité urbaine

Nous l'avons suggéré plus haut, la ville reste, en Occident au moins, incarnée par des formes empruntant à la monumentalité, représentation du pouvoir notamment. De ce point de vue, les lieux touristiques ont permis l'émergence de certaines formes urbanistiques ou architecturales qui tranchent avec leur environnement immédiat. Ce fut le cas à Waikiki (Honolulu), par exemple, au début du XX<sup>e</sup> siècle, lorsque les premiers grands hôtels (Ala Moana Hotel, Royal Hawaiian Hotel) élevés sur plusieurs étages

rompirent avec le style des modestes cottages positionnés aux abords (Coëffé, 2003) et permirent à la haute société de conforter sa distinction.

Cet investissement dans la matérialité urbaine peut même se traduire par une compétitivité farouche, mais aussi par un impératif de créativité entre les lieux touristiques, comme en témoignent actuellement les projets urbains aux Émirats Arabes Unis. De ce point de vue, les lieux touristiques constituent aussi des laboratoires pour les nouvelles formes d'urbanisme et d'architecture. Ils peuvent fonctionner comme des lieux d'innovation, et ça n'est pas un hasard si certains acteurs en vue y mettent en scène leurs œuvres. C'est vrai pour Jean Nouvel, Franck Gehry ou Zaha Hadid à Dubaï ou Abu Dhabi, par exemple, ces lieux renforçant en retour leur place dans le concert mondial des destinations touristiques au moment où les élites locales préparent l'après-pétrole. Dans ce cas, la monumentalité et la créativité, portées par des acteurs de notoriété mondiale, signalent la diversification de l'économie, en même temps qu'elles renforcent la mondialité des lieux. Alors que Dubaï est devenu un nœud du réseau mondial du shopping (Lussault, 2007a) et souhaite renforcer sa position parmi les lieux qui comptent au sein du marché de l'art (organisation d'une biennale d'art contemporain, présence des grandes maisons de vente aux enchères comme Christie's ou Sotheby's, etc.),

Abu Dhabi cherche à devenir un haut lieu de l'espace monde de la culture à travers la fabrication d'un pôle culturel composé de plusieurs musées et d'un centre des arts vivants.

## Tenir ensemble ou trouver la bonne distance dans l'espace public

Au-delà de la matérialité des bâtis, le tourisme est d'abord une mise en contact d'altérités réciproques, une rencontre du proche et du lointain dans l'anonymat essentiellement (pour la plupart d'entre eux, les touristes sont des inconnus les uns à l'égard des autres), propriétés urbaines caractéristiques de la grande ville notamment, comme l'avait montré Louis Wirth (1938). De ce point de vue, le lieu touristique constitue une figure de l'espace public, lequel peut être défini comme le lieu garantissant le "droit de visite" (Kant, 1991), la possibilité pour tout un chacun d'aller et venir sans avoir à se justifier sur sa présence.

Or l'espace public, composant fondamental de l'urbanité dans la mesure où il autorise la mise en contact de la plus grande diversité, donne à lire la manière dont les individus et groupes gèrent la distance, parviennent à tenir ensemble. La coprésence suppose en effet l'acquisition et la mobilisation de savoirs en termes d'arrangement de l'espace. Être avec les autres, entrer en relation avec autrui, implique d'activer des interactions

spatiales, et notamment de régler la bonne distance de manière à trouver la place qui convient, en évitant de faire intrusion dans l'intimité des individus, dans les "territoires du moi" (Goffman, 1973), surtout dans le contexte d'une montée en puissance de l'individuation.

La plage constitue un type idéal de ce point de vue. Ici se joue un certain ensauvagement par épuration des éléments paysagers les plus encombrants (Urbain, 1994), opération qui semble débarrasser la plage de toute matérialité urbaine. De même, le lieu met en scène un apparent relâchement des règles sociales ordinaires, théâtralité incarnée par la dénudation des corps. Mais si les individus qui la fréquentent disent de manière muette et consensuelle que "chacun fait ce qu'il veut" (Kaufmann, 2000, p. 73), les acteurs savent aussi que le champ des possibles n'est pas illimité, et que l'exposition aux autres dans l'anonymat suppose une gestion de la distance interpersonnelle capable de ménager les intimités. C'est d'autant plus vrai lorsque la plage fait converger les individus dans la plus grande proximité, contexte qui augmente la visibilité de chacun des membres, plus facilement exposés à tous les autres.

La plage a cela de singulier qu'elle constitue, en Occident au moins, un des lieux d'apprentissage de la nudité en public, au prix d'un répertoire de normes à la fois diffuses et structurantes. Diffuses car les normes sont rarement énoncées,

mais structurantes car elles semblent être puissamment investies malgré tout.

Alors que les individus fréquentant la plage font de la mise en scène des corps (par un travail minutieux sur les apparences) un des principaux opérateurs de leur coprésence, ils attendent aussi que la "gastronomie de l'œil" ne se fasse pas au prix d'une attention focalisée, toujours à même de fissurer le principe de bienséance (ibid.).

Mais c'est oublier aussi que les individus en société sont capables d'inventer des ruses (de Certeau, 1990) afin de mettre à l'épreuve le répertoire des civilités. Ces ruses peuvent être interprétées ici comme autant de "compétences spatiales" (des savoir-faire avec la distance, l'intégration des bonnes manières de régler l'écart entre les individus) susceptibles de lever le paradoxe de l'œil, à la fois sollicité et tenu de rester en veilleuse. Pour profiter de la volupté de la plage, mieux vaut éviter la sédentarité du regard et préférer le butinage afin que tout se passe comme si la situation était banale, et ainsi ne pas déclencher d'offense spatiale (Goffman, 1973) en s'invitant de manière intrusive dans l'espace personnel des membres coprésents (Kaufmann, 2000; Coëffé, 2007).

## La mise en tension des normes et l'émergence de la serendipity

Plus globalement, le lieu touristique, rompant avec l'espace de la familiarité, est un lieu privilégié pour l'expérimentation de nouvelles manières d'être et de faire. D'où aussi une dissonance possible avec les normes locales, le lieu touristique révélant en abîme ce qui est approprié ou non localement, une norme n'existant que par ses limites et leur transgression. Dans les années 1920, alors que les corps des touristes gagnent en nudité sur les plages françaises, provoquant régulièrement le scandale et parfois l'organisation d'expéditions punitives de la part de la société locale, les fortes proximités corporelles aggravent alors la transgression des règles de bienséance, en même temps qu'elles les rendent un peu plus visibles. C'est si vrai que certains "préconisent l'adoption en France d'un récent décret américain, qui fixe à dix centimètres l'intervalle des corps sur la plage" (Granger, 2009, p. 62).

Mais les arrêtés municipaux sur la mise en ordre des plages ont été très peu suivis et la dénudation est progressivement devenue la règle sur les plages occidentales, à tel point que ce sont les individus refusant de se dénuder qui sont considérés comme des contrevenants, alors qu'ils pourraient être au contraire perçus comme faisant acte de civilité s'ils se tenaient sur une plage de Behai (Chine), surtout s'il s'agissait de femmes (Duhamel et Violier, 2009).

Ce principe du détournement des conventions et de l'invention de règles inédites, ajustées à de nouvelles situations, n'est pas sans faire penser à une autre propriété de l'urbain: la "sérendipité" (serendipity), le fait de trouver quelque chose que l'on ne cherchait pas. Le mot trouve son origine dans un conte persan du XVIII° siècle, The Three Princes of Serendip — Serendip désignant Ceylan, l'ancien Sri Lanka —, qui met en scène des personnages ne cessant, au cours de leur voyage, de faire des découvertes dont ils n'avaient a priori aucune connaissance et auxquels ils ne portaient aucun intérêt.

Or les lieux touristiques, par le renouvellement quasi constant de leur contenu social, fabriquent potentiellement cette propriété: ils mettent virtuellement en contact des réalités imprévues, non programmées, qui font que l'on ne sait jamais entièrement ce que l'on va y trouver. Si le cadre matériel peut connaître une certaine stabilité (l'offre d'hébergement, par exemple), assurant pour une part la récurrence des fréquentations touristiques dans le lieu, la mobilité temporaire n'autorise en revanche pas la fixation des objets sociaux. Il s'agit là d'un des ressorts fondamentaux de la pratique touristique, le touriste choisissant de se déplacer à travers des lieux garantissant l'imprévu a minima, afin de pouvoir rompre avec le quotidien et ses routines. Nous y reviendrons.

Ayant tenté de faire émerger certaines des propriétés urbaines qui structurent le lieu touristique, en montrant que le rôle des pratiques peut être décisif, il est alors possible de mettre au jour des situations singulières sur un continuum urbain. La typologie des lieux touristiques élaborée par l'Équipe Mit (2002; 2005) avait permis de sortir d'une vision statique ou téléologique en montrant comment ces derniers pouvaient évoluer, notamment à partir d'un état pré-touristique et à travers une plus ou moins grande diversification des fonctions; mais il manque encore à ce dispositif une lecture à travers l'urbanité telle que nous avons essayé de la travailler.

### LIEUX TOURISTIQUES ET DIFFÉRENTIELS D'URBANITÉ

Faire l'éloge de l'imprévu est une chose, savoir faire avec en situation en est une autre, et il faut bien prendre acte de la plus ou moins grande capacité des individus à composer avec cette dimension.

D'où l'invention de "technologies spatiales", des objets permettant de réduire la part du hasard, afin de ménager la mise en contact avec des réalités qui obligent à sortir de la répétition, lorsque les repères familiers ne peuvent plus forcément servir de prise à l'orientation dans le monde.

## Le "comptoir touristique" entre hétérotopie et urbanité paradoxale

L'existence de "comptoirs touristiques" (Équipe Mit, 2002) tels que les villages-clubs, lieux créés par et pour les touristes selon une exclusivité qui fait du "résident" un intrus, s'explique notamment par ce rapport au lieu. La clôture, matérialisée par un système d'entrées sélectives (tarifées), joue ici le rôle d'enveloppe protectrice, en créant un territoire aux limites franches, garantissant le déploiement d'un dedans plus favorable à l'impression d'intimité et donc de familiarité.

Ce principe de la disjonction fait donc du comptoir touristique une hétérotopie *a priori* peu respectueuse du principe de l'urbanité qui renvoie au non programmé comme nous l'avons vu.

Cette observation doit toutefois être nuancée. D'une part, les limites avec "l'espace local" ne sont pas aussi étanches qu'il y paraît et la clôture peut être lue aussi comme un "entre-lieux" (Lapierre, 2006), un espace capable d'assurer l'interface entre l'ici et l'ailleurs, capable de créer les conditions pour que le touriste s'expose aux lieux autres. Quand le touriste sait que le repli sur un territoire sécurisant est possible, il peut plus facilement s'engager dans l'exploration de lieux inconnus.

D'autre part, si le "droit de visite" n'est pas garanti, les comptoirs sont souvent conçus comme des mondes du hors quotidien cherchant à maximiser la rencontre au sein du territoire qu'ils produisent. La diversité n'est pas toujours assurée pour autant ici, et certains opé-

rateurs cherchent même à trier socialement les touristes comme c'est le cas des "villages" du Club Méditerranée, lequel a récemment décidé de se repositionner vers le haut de gamme. La fermeture à la mixité sociale trouve son apogée dans certaines îles comme l'île Moustique (archipel des Grenadines) dont le fonctionnement s'apparente à celui du comptoir. Les villas appartiennent à des milliardaires du gotha international qui composent le conseil d'administration de la compagnie privée (The Moustique Company) assurant la gestion de l'île. L'accessibilité, très sélective, est partagée avec un seul hôtel (le Cotton House, installé sur une ancienne plantation), lui-même positionné sur le segment du luxe. Ici, la recherche d'intimité, d'entre soi, est créée par un écart généralisé avec le reste du monde et par l'appropriation de vastes surfaces résidentielles pour un petit nombre d'individus, configuration qui suspend les possibilités de produire de fortes densités, et qui fait chuter un peu plus le gradient d'urbanité du lieu touristique.

Dans les comptoirs, ce qui fait tenir ensemble les touristes est en tout cas la garantie pour chacun d'entre eux de pouvoir bénéficier de l'anonymat permettant d'optimiser leur désir de recréation, c'està-dire de rupture avec les contraintes du quotidien, d'autant qu'ici l'encadrement matériel (hébergement, restauration, etc.) est maximal et atténue un peu plus la prise de responsabilité (Ceriani, Duhamel, Knafou et Stock, 2005). Le vocable de "village" attribué parfois à certains comptoirs doit, de ce point de vue, être nuancé. Si l'on poursuit sur l'exemple du Club Méditerranée, les "villages" ne sont pas des lieux de l'interconnaissance, comme c'est le cas des petites communautés villageoises où la stabilité des composants sociaux ne permet pas l'anonymat. Ici, exception faite du cercle amical et/ou familial déjà constitué avec lequel l'individu touriste peut éventuellement se déplacer, il est improbable, voire impossible, comme l'avait analysé Ulf Hannerz à propos de la grande ville, d'"anticiper le déroulement de la rencontre (...) lorsqu'on ne sait rien de la biographie de son interlocuteur" (1983, p. 148). Autrement dit, au moins au départ, les touristes sont des anonymes les uns pour les autres. Et si les membres du "village" finissent par se reconnaître du fait de la densité (proximité physique des individus et forte accessibilité entre eux grâce à la multiplicité des lieux de rencontre) et de la taille modeste de l'agrégat social, l'intégration régulière de nouveaux arrivants permet au lieu de se maintenir dans l'urbanité.

Enfin, les comptoirs jouent parfois le rôle d'attracteur, agrégeant de nouvelles pratiques et de nouveaux lieux dans leur environnement immédiat, comme c'est le cas par exemple de Val d'Europe, ville nouvelle dont l'existence dépend en partie de celle de Disneyland Paris, par ailleurs très bien connecté au monde et à l'aire métropolitaine parisienne grâce à la multimodalité des réseaux de circulation.

Ici, c'est bien en tirant parti de réserves foncières et de très faibles densités que le comptoir a émergé, jusqu'à créer de la centralité, audedans comme au-dehors de ses limites matérielles (la barrière physique constituée par l'entrée tarifée). Les bords du parc ne sont pas qu'internes, construits sur une seule face (l'enclavement), mais aussi externes, en sorte que la discontinuité apparente du parc est en réalité une ligne de contact qui suscite l'attractivité. L'accumulation urbaine est en cours sur les bords de Disneyland, comme en témoigne la croissance du nombre de résidents à Val d'Europe (20 000 habitants en 2004 contre 5 000 en 1989) (Boccara, 2004), mais aussi l'émergence de nouveaux équipements et services (hôpital, centre commercial dont la taille n'a pas d'équivalent en Europe, etc.) qui diversifient les fonctions urbaines.

Certains guides consacrés à ce parc à thème se sont d'ailleurs emparés de cette réalité en inversant les polarités, faisant de Disneyland le centre de l'aire métropolitaine parisienne et de Paris sa périphérie (Eltchaninoff, 2007).

Au-delà de ce modèle centrepériphérie quelque peu daté et parfois mal adapté du fait de sa connotation géométrique, il est clair que "l'urbanité absolue" ne suffit pas ici à comprendre le sens du lieu, si bien que c'est "l'urbanité relative" (Lévy, 1999) qui est pertinente. La masse d'objets présents à l'intérieur du comptoir, de même que son fonctionnement en soi, sont insuffisants pour qualifier ce lieu, si bien que c'est l'agencement des échelles qui est significatif.

La clôture du comptoir, la faible diversité de ses fonctions (réduites pour l'essentiel au tourisme et aux loisirs) ou encore un effectif démographique modeste peuvent très bien être compensés par une forte connexité au monde qui permet de mettre en contact une grande hétérogénéité d'acteurs.

En assumant la métaphore de la ville, en privilégiant certaines figures de l'espace public comme les mobilités pédestres qui permettent à tout un chacun d'être exposé à tous les autres, le comptoir peut ainsi être appréhendé comme un microcosme urbain.

Du coup, il n'est plus aussi facile d'opposer le comptoir à des types de lieu qui ressortissent a priori plus nettement à l'urbain.

### De la station à la métropole : une montée en urbanité

Cette dernière affirmation peut se vérifier si la comparaison est faite avec la station touristique, fondée sur l'ouverture et la diversité des fonctions (résidence, tourisme, etc.), mais dont l'urbanisme a d'abord été inspiré par un modèle industriel peu favorable à la mixité (Équipe Mit, 2005 ; Coëffé, 2009).

Certaines stations, que Philippe

Duhamel a qualifiées de "communautés vacancières" (2006), opèrent même un tri très sélectif de leurs membres par l'omniprésence de la résidence secondaire qui permet de maintenir un monde de l'interconnaissance plus à même de faire baisser le niveau d'anonymat et d'imprévu, et donc le gradient d'urbanité.

Mais le comptoir ne peut pas non plus être saisi seulement comme une figure inversée de la métropole touristique. C'est vrai que celle-ci a l'avantage d'agréger une masse critique capable d'"augmenter la gamme des différences" (Wirth, 1990, p. 264), mais cette virtualité n'est pas forcément actualisée, valorisée. Or il se trouve que les touristes jouent régulièrement un rôle d'opérateur de l'interaction entre les différentes réalités urbaines.

Les touristes qui fréquentent la grande ville font en effet le choix de s'immerger dans un milieu fortement chargé en altérité, même s'ils savent aussi qu'ils pourront y trouver les standards mondialisés qui sont autant de repères devenus familiers (enseignes de McDonald, par exemple). Autrement dit, l'altérité n'est pas subie mais recherchée, et les métropoles touristiques produisent de ce point de vue un dispositif à travers lequel touristes et résidents constituent une ressource mutuelle.

C'est notamment le cas au moment des grands événements comme la Nuit Blanche, la Techno Parade ou la Gay Pride, qui mêlent de plus en plus ces deux segments dans la plus grande proximité, au moment même où, dans leur quotidien, les citadins habitent pour beaucoup le périurbain et ses faibles densités.

La ville festive et ses fortes densités trouvent donc aussi leur sens dans les micro-événements vécus par touristes et résidents. Cela se fait sans la médiation des nouvelles technologies de la communication et de l'information (NTIC) qui montrent bien qu'elles ne peuvent se substituer aux rencontres aléatoires en face à face.

Il s'agit, pour l'essentiel, d'entrer en relation avec les autres par des liens faibles: jeu de regards, conversations banales sans lendemain, évitements, etc. On sait que la superficialité des interactions sociales prévalant dans les grandes villes a régulièrement scandalisé, les postures antiurbaines appelant au contraire à la profondeur des relations, incarnée par les petites communautés enclavées fonctionnant sur le mode de l'interconnaissance. Or ce modèle semble partout en recul avec l'urbanisation des modes de vie dont les pratiques touristiques constituent un des aiguillons.

Les touristes, à la faveur de la montée en puissance de la pratique du court séjour en ville (souvent un week-end prolongé) et de l'accessibilité croissante des métropoles grâce au développement du transport *low cost*, s'invitent d'ailleurs parfois dans des opérations événementielles qui ne les ciblaient pas

au départ, subvertissant le fonctionnement programmé des lieux, comme dans le cas de Paris Plages, destiné aux Parisiens qui ne peuvent pratiquer le tourisme. Cet événement est significatif d'une nouvelle dynamique urbaine à laquelle participe activement le tourisme et qui détourne le fonctionnalisme qui avait prévalu durant l'ère industrielle. Cela peut être interprété aussi comme un "juste retour des choses" car faire la plage à Paris est une manière de transférer certains objets touristiques en métropole : si le tourisme transfère de l'urbanité vers des lieux qui peuvent en être dépourvus au départ (une plage du vide, par exemple), l'urbain rapatrie le tourisme en son sein et contribue ainsi à faire de ce dernier un "genre commun", pour reprendre la formule de Michel Lussault (2007b).

## LES MOBILITÉS TOURISTIQUES COMME INGRÉDIENT D'URBANITÉ

Les chercheurs de l'École de Chicago avaient attiré l'attention sur la place de la mobilité comme principe d'organisation de l'urbain (Grafmeyer et Joseph, 1984). Si la ville est une organisation spatiale qui privilégie la plus grande diversité dans la plus grande proximité (Lévy, 1999; Lussault, 2007a), l'urbanisation récente signale une montée en puissance des mobilités, qui constituent une autre manière de gérer la distance. Les mobilités, déjà pré-

sentes dans la ville qui ne pouvait totalement résoudre le problème de la séparation entre les différents objets, ont également rendu possible la diffusion de l'urbain, grâce notamment aux innovations technologiques, mais aussi à la multiplication des compétences "mobilitaires" des individus, parmi lesquelles figure la pratique du tourisme. Celle-ci a, en effet, diversifié le répertoire de mobilités des citadins et permis aux individus de faire l'apprentissage d'une pluralité de lieux, une dynamique qui rejaillit sur les projets des individus en termes de pratiques spatiales.

# L'altérité, un opérateur de la mobilité urbaine

Mais la mobilité n'est pas entendue uniquement en tant que pur déplacement. Elle suppose de prendre en compte le rapport de l'individu au changement de place, et a donc partie liée avec la dimension idéelle. La mobilité implique, en effet, un certain rapport à l'altérité, puisqu'il n'y aurait pas de sens à chercher ailleurs ce que l'on pourrait trouver ici. La mobilité suppose au moins la représentation d'un différentiel entre des lieux que l'on souhaite lier.

Or les objets urbains ont ceci de singulier qu'ils font de l'altérité un ingrédient présent partout, même si son dosage peut considérablement varier d'un lieu à l'autre. L'urbanité, par sa configuration, rend caduque la prétention à vouloir échapper totalement à l'autre qui peut faire potentiellement irruption en tout lieu et à tout instant.

C'est dans ce sens que l'urbanité constitue une fabrique de mobilité. La coprésence dans l'hétérogénéité prépare virtuellement au changement, constitue un milieu favorisant le passage d'un monde à un autre par le déplacement, d'autant que l'humain est fondamentalement un "être de locomotion" (Joseph, 1998, p. 16). Le changement de place est d'ailleurs la condition pour que tout un chacun puisse potentiellement s'exposer à tous les autres, la distance devenant rapidement un obstacle pour la visibilité quand deux objets (deux corps ici) peuvent difficilement occuper la même place en même temps. Le déplacement ne serait donc pas seulement une conséquence, mais constituerait le fondement même de l'urbanité.

Il n'est pas un moyen mais un mode d'habiter de l'urbain : la coprésence ou la rencontre de l'altérité ne sont pas des états statiques, ce sont des potentialités actualisées par le mouvement.

## Le tourisme en pratique ou la diversité des figures de la mobilité

Le tourisme est une pratique très urbaine de ce point de vue, car elle incarne en même temps qu'elle suscite le changement d'état par le déplacement. Faire du tourisme, c'est rompre avec la routine avons-nous dit, autrement dit avec le même.

Ce type de mobilité est désormais intégré dans le répertoire des pratiques urbaines, au point d'être devenu un instrument normatif, servant à mesurer le gradient d'urbanité dont les citadins sont porteurs. Si le nomade a longtemps condensé la figure du paria, c'est désormais l'individu captif, démuni face à la pratique du tourisme notamment, qui porte le stigmate. C'est d'autant plus vrai que la pratique touristique, en tant que déplacement non contraint, constitue un opérateur et un symbole de l'autonomisation de l'individu, processus lié plus globalement à l'urbanisation des modes de vie (la possibilité grâce à la grande ville, notamment, de s'affranchir des allégeances communautaires).

Ce constat doit être nuancé là encore : les mobilités touristiques donnent surtout à voir, certes de manière inégale selon les individus, la capacité des citadins à manipuler une grande diversité de "métriques" (manières de gérer la distance), à mettre en œuvre une pluralité de stratégies "mobilitaires" en fonction de leur position sociale et de leur projet du moment.

De ce point de vue, la relative stabilité dans l'espace n'est pas toujours subie et n'est pas toujours l'indice d'une inégalité sociale ou d'une absence de compétences de mobilité. Pour l'individu qui fait du déplacement un habitus professionnel, par exemple, parcourant le monde en tous sens et à toutes les échelles, le gradient d'altérité peut très bien être inversé, le proche finissant par condenser la figure du lieu autre quand le lointain cristallise les signes de la familiarité.

La mobilité touristique peut consister, dans ce cas, à faire le choix de la mobilité à faible portée, en revisitant un lieu proche de sa résidence au moment de sa fréquentation par les touristes par exemple (île de Ré l'été pour les Rochelais, qui s'y rendent habituellement l'hiver). Ce mode de déplacement pourrait même devenir le signe ultime de la distinction pour une partie de la haute société, à l'heure de l'hypermobilité. Il s'agit là, bien sûr, d'un cas limite; mais ce jeu avec la distance montre que les compétences de mobilité doivent être en partie découplées de l'échelle du déplacement. De la chambre d'hôtel à la plage, il ne peut y avoir qu'un pas à franchir, mais qui implique en réalité un changement important de rôle auquel les individus sont plus ou moins bien préparés, la dénudation en public exigeant, comme on l'a vu, l'acquisition de compétences citadines sans lesquelles l'individu développe très vite des manières de faire déplacées (ce dernier n'est pas à la bonne place du point de vue des convenances). Ainsi, la pratique du tourisme permet aux citadins de mettre à l'épreuve le répertoire des rôles qu'ils jouent dans la vie quotidienne et d'enrichir leur panoplie à travers de nouvelles mises en situation qui obligent à inventer de nouvelles manières d'être et de faire.

Inversement, pour la haute société parisienne par exemple, la fréquentation des îles caribéennes peut très bien prendre l'allure d'une gestion sélective de l'altérité, le choix de la destination répondant surtout à une volonté de reproduire l'entre soi dans un contexte paysager rompant avec le quotidien.

Cet exemple donne à voir une autre réalité : celle de l'apprentissage par le touriste d'une multiplicité de vitesses qui correspondent à l'usage d'une grande diversité de modes de déplacement. Potentiellement, le touriste européen des Caraïbes aura fait au cours de son séjour l'expérience de la plus grande vitesse avec l'avion, jusqu'à la plus grande lenteur avec la pratique du corps allongé dans le sable, en passant par les vitesses intermédiaires de l'automobile, du bus et de la marche par exemple.

Autrement dit, l'urbanité pourrait aussi être appréhendée à travers la capacité des individus à faire cohabiter et à composer avec des vitesses différentes, le tourisme offrant un laboratoire particulièrement riche de ce point de vue, notamment parce qu'il fonctionne davantage sur le mode de l'accumulation/intégration que sur celui de la substitution/exclusion, comme

nous pouvons le voir avec le maintien de modes de transport qui auraient sans doute disparu sans leur actualisation par les pratiques touristiques : calèche, trolley, etc. Le "petit train", qui constitue une figure emblématique du déplacement dans les lieux touristiques, incarne la valorisation des transports publics par les touristes, lesquels participent au maintien, voire au renforcement, des métriques pédestres dans les lieux. Comme l'a souligné Jacques Lévy (1999), l'individu qui fait usage des transports collectifs reste en effet un piéton en tant que tel, dans la mesure où il ne dispose pas d'une coquille comme dans le cas de la pratique automobile, si bien qu'il est directement propulsé dans l'espace public et dispose de tout son appareillage sensoriel pour entrer en relation avec les autres.

À rebours des discours donnant une vision réductrice de la mobilité touristique qui ne serait qu'un phénomène de translation d'un point origine à une destination, selon une allure programmée (Christin, 2008), les objets et les pratiques montrent à peu près l'inverse. Si l'avion est conforme à ce modèle, le trajet étant subi par les usagers (encore que des circulations pédestres peuvent être activées à l'intérieur de l'appareil), d'autres modes sont disponibles et pratiqués qui permettent l'invention de la mobilité au cours du déplacement.

La figure de ce modèle est incar-

née par la marche, dont la valorisation parmi les touristes n'est plus à démontrer. La montée en puissance de la pratique du shopping dans le tourisme ne peut, de ce point de vue, être uniquement comprise comme l'apogée de la société de consommation, mais comme une manière de se réapproprier la rue et de vivre une expérience sensible, émotionnelle, par l'ambiance construite autour de la mise en scène des individus et des choses (Timothy, 2005).

Le shopping ne peut se réduire à l'achat et il révèle bien souvent une consommation symbolique par le plaisir des sens, que ce soit par le toucher ou la vue, quand ce n'est pas la totalité de l'appareil sensoriel. La flânerie en est une des figures et, au-delà de l'acte d'achat, c'est le déplacement en lui-même qui est valorisé, sans que l'on puisse en prévoir a priori la trajectoire qui s'invente dans le cours de l'action.

En retour, l'urbanité des lieux touristiques pourrait être analysée à travers l'offre de mobilité, c'est-à-dire les prises offertes pour que les touristes puissent diversifier leurs modes de déplacement, y compris à travers l'arrêt dont le banc public constitue l'emblème.

Enfin, les mobilités touristiques doivent également être appréhendées dans leurs enchaînements. Une nouvelle fois, elles ne constituent pas seulement des déplacements d'une origine vers une destination, mais elles produisent des rétroactions en travaillant les lieux du quotidien. C'est vrai des récits, de l'iconographie, mais aussi des objets rapportés (artisanat local, grandes marques mondialisées, etc.), dont la fonction est de représenter l'expérience touristique, médiations qui permettent de faire circuler les images de l'altérité, tout en rendant les lieux "autres" plus familiers. Mais c'est vrai aussi des pratiques touristiques elles-mêmes, qui imprègnent le quotidien comme nous l'avons vu avec la fabrication exnihilo de plages dites "urbaines", processus que l'on peut observer aussi à travers les changements opérés dans les usages culinaires comme le montrent les Scandinaves avec l'huile d'olive (Löfgren cité par Stock, 2006).

▼

Le concept d'urbanité permet ainsi d'aborder le tourisme autrement que par la recherche d'une somme de pratiques dont l'extension est sans cesse augmentée : tourisme rural, tourisme vert, tourisme balnéaire, tourisme urbain, etc. L'urbanité permet de définir le tourisme en compréhension, en mettant au jour les propriétés communes au phénomène touristique, quelles que soient par ailleurs les formes qu'il peut prendre. En même temps, le concept d'urbanité permet de faire émerger les singularités urbaines produites par le tourisme.

Le tourisme est, en effet, fondamentalement urbain, comme le montre un lieu qui semble a priori

rompre avec certains attributs de la grande ville occidentale : la plage met en scène une épuration des objets monumentaux en même temps qu'elle crée une situation au travers de laquelle les individus s'appuient sur le ressort de la théâtralité et mobilisent certaines conventions pour régler la distance, trouver la bonne place afin de pouvoir faire société, ingrédient fondamental de l'urbanité. Jouer à travers le retour fantasmé à l'état de nature, permet aux touristes de diversifier leur répertoire de rôles. De même, la plage permet d'inventer de nouvelles formes de civilité en rusant avec certaines conven-

La plage rend en fait mieux visible le fonctionnement du lieu touristique en général : celui-ci n'est pas forcément moins urbain qu'un autre objet spatial, il est urbain autrement. Il ne suffit donc plus de dire que le tourisme est fondamentalement urbain, même si cette proposition reste encore faiblement partagée par les travaux appréhendant l'objet "tourisme". Ce dernier permet surtout d'enrichir les théories de l'urbain. Le tourisme a ceci de singulier qu'il projette l'individu dans l'univers du nonfamilier, de l'imprévu, dans la mesure où il s'agit d'une mobilité vers des lieux du hors-quotidien, un horizon du non-programmé que les touristes ont plus ou moins besoin de réguler, grâce à des "technologies spatiales" notamment. De ce point de vue, le concept d'altérité apparaît mieux adapté que celui de *diversité* car il est plus englobant, dans la mesure où il ramasse tout ce qui, à travers les lieux touristiques, est représenté et vécu comme *autre* par le touriste.

À partir de là, il devient plus pertinent de nous intéresser à la variété des assemblages produits à partir de composants communs à toutes les configurations touristiques. Il y aurait alors des *urbanités* touristiques.

Normes (civilité), imprévu ("sérendipité"), espace public, altérité, densité, accessibilité, mobilités constituent un ensemble d'ingrédients en interaction qui permettraient de faire émerger des gradients d'urbanité (ce qui signifie que l'urbanité est relative, et qu'elle doit être appréhendée de manière dynamique, en comparant les situations entre elles) en fonction de la manière dont les acteurs agencent ces différents composants. Il faut alors accepter l'idée pour le chercheur de devoir appréhender des circonstances touristiques, les lieux ne constituant pas des données, de simples supports ou matières rivés au sol, mais des situations plus ou moins éphémères et changeantes, révélant les "convergences des opérateurs touristiques où ceux-ci sont à l'épreuve sociale de l'espace et expriment leur spatialité, c'est-à-dire l'ensemble de leur usage de la ressource spatiale" (Lussault, 2007b, p. 346). La coprésence ne suffit pas, par exemple, pour évaluer le niveau d'urbanité d'une configuration urbaine. La proximité physique peut se traduire par une intrusion dans l'espace intime alors que celle-ci n'est pas souhaitée, à certains moments au moins. Ce sont bien les pratiques des individus, à travers les valeurs et les normes dont elles sont porteuses, qui ont du sens. Les lieux fabriqués par le tourisme ont ceci de singulier, parmi les objets urbains, qu'ils accentuent la mise à l'épreuve des conventions, dans la mesure où celle-ci est consubstantielle à la pratique touristique.

En retour, les lieux touristiques donnent à voir des objets que nous aurions difficilement rangés dans la catégorie "urbain" si nous avions pris comme référent le modèle de la ville européenne classique. L'urbanité pourrait alors constituer un outil conceptuel invitant à intégrer la dimension touristique comme composant de l'urbain, notamment parce que le tourisme contribue à diversifier les compétences de mobilité des citadins et à élargir le champ des possibles géographiques, tout en permettant de faire circuler l'altérité jusque dans les lieux du quotidien.

NOTE DE L'AUTEUR : Je tiens à remercier

Mathis Stock pour les précieux échanges
que nous avons menés autour de ce texte.

#### RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

**Laurence Boccara**, "Val d'Europe : un marché émergent de bureaux", *Les Échos*, 22 avril 2004..

Giorgia CERIANI, Philippe DUHAMEL, Rémy KNAFOU et Mathis STOCK, "Le tourisme et la rencontre de l'autre. Voyage au pays des idées

reçues", L'Autre. Clinique, cultures et sociétés, vol. 6, 1, 2005.

Michel de CERTEAU, L'Invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire,
Gallimard, 1990.

Rodolphe Christin, Manuel de l'antitourisme, Yago, 2008.

Vincent Coëffé, "Du site à la métropole touristique : comment les touristes produisent du jeu avec la ville", dans Jean-Pierre LEMASSON, et Philippe VIOLIER (dir.), Destinations et territoires. Vol. 1 : Coprésence à l'œuvre, Presses de l'université du Québec, 2009.

VINCENT COEFFÉ, "L'urbanité cachée du rivage touristique" dans Philippe DUHAMEL et Rémy KNAFOU (dir.), Mondes urbains du tourisme, Belin, 2007. Vincent Coëffé, Touristicité idéale. Hawaii, un parcours utopique, thèse de doctorat en géographie, Université de Rouen, 2003.

Florence DEPREST, Enquête sur le tourisme de masse, Belin, 1997.

Philippe DUHAMEL et Philippe VIOLIER,
Tourisme et littoral, Belin, 2009.

Philippe DUHAMEL et Rémy KNAFOU (dir.),

Mondes urbains du tourisme, Belin, 2007.

Michel ELTCHANINOFF, "Disneyland notre monde réel", *Philosophie Magazine*, 11, juillet-août 2007.

**Erving GOFFMAN,** La Mise en scène de la vie quotidienne, tome 2 : Les relations en public, éd. de Minuit, 1973.

Yves Grafmeyer et Isaac Joseph, L'École de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine, Aubier, 1984.

Christophe Granger, Les Corps d'été, Autrement, 2009.

**Ulf Hannerz,** *Explorer la ville*, Les éditions de Minuit, 1983 (1<sup>re</sup> édition 1980).

Isaac Joseph, La ville sans qualité, éditions de l'Aube, 1998.

Emmanuel KANT, Vers la paix perpétuelle,

Flammarion, 1991 (1<sup>re</sup> édition 1795).

**Jean-Claude KAUFMANN,** Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus, Nathan, 2000.

Nicole Lapierre, Pensons ailleurs, Gallimard, 2006 (1<sup>re</sup> édition 2004).

**Jacques LÉVY,** Le Tournant géographique, Belin, 1999.

Michel Lussault, L'Homme spatial. La construction sociale de l'espace humain, Seuil, 2007a.

Michel Lussault, "Le tourisme, un genre commun", dans Philippe Duhamel et Rémy Knafou (dir.), Mondes urbains du tourisme, Belin, 2007b.

Michel Lussault, "Géographie urbaine", dans Jacques Lévy et Michel Lussault (dir.), Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Belin. 2003.

Michel Lussault et Jean-François Staszak, "Hétérotopie", dans Jacques Lévy et Michel Lussault (dir.), Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Belin, 2003.

Équipe Mit, Tourismes 2. Moments de lieux, Belin, 2005.

Équipe MIT, Tourismes 1. Lieux communs, Belin, 2002.

**Denis RETAILLÉ**, Le Monde du géographe, Presses de Sciences Po, 1997.

Mathis Stock, "European cities: Towards a recreational turn?", Hagar. Studies in Culture, Polity and Identities, vol. 7, 1, 2007.

**Mathis STOCκ** "L'habiter comme pratique des lieux géographiques", *EspacesTemps.net*, Textuel,

http://espacetemps.net/document1061.html, 2004.

**Dallen J. TIMOTHY,** Shopping Tourism, Retailing and Leisure, Channel View Publications, 2005.

Jean-Didier Urbain, Sur la plage, Payot et Rivages, 1994.

Jean-Didier Urbain, L'idiot du voyage, Payot et Rivages, 1993.

Louis WIRTH, "Le phénomène urbain comme mode de vie", dans

Yves Grafmeyer et Isaac Joseph (dir.), L'École de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine, Aubier, 1990 (1<sup>re</sup> édition 1938).