

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---------------------------|---|
| <i>Introduction</i> | 7 |
|---------------------------|---|

Première partie

CONSTRUIRE L'OBJET SCIENTIFIQUE « TOURISME »

| | |
|--|----|
| Chapitre I | |
| DÉFINIR LE TOURISME : UN ENJEU FONDAMENTAL | 19 |
| Introduction | 19 |
| Les différentes définitions du tourisme : une grande variété en fonction des contextes disciplinaires, historiques et sociaux | 23 |
| Les statistiques officielles : la distinction migrant/touriste comme fil conducteur dans une visée de comptabilité | 24 |
| Les visées variées des définitions : | |
| le tourisme entre pratique sociale et secteur économique | 27 |
| Les fondements de la pratique touristique | 31 |
| Le temps non contraint et les activités de re-création | 31 |
| La pratique touristique comme « mobilité » | 35 |
| La pratique touristique comme « mode d'habiter » | 37 |
| Définitions relationnelles du tourisme : de la pratique à un ensemble de relations | 39 |
| Le tourisme entre « système » et « rapport au monde » | 40 |
| <i>Le tourisme comme « système » ou « champ »</i> | 40 |
| <i>La notion de « regard touristique »</i> | 42 |
| <i>Le touristique comme relation entre touristes et « site touristique »</i> | 44 |
| Une définition du tourisme soumise à de multiples tensions | 46 |
| <i>Le tourisme comme genre commun</i> | 46 |
| <i>Le problème de la pratique dédiée</i> | 47 |
| <i>Une différenciation nécessaire des termes</i> | 48 |
| Conclusion | 49 |
| Pour approfondir | 51 |

Chapitre II

**QUANTIFIER LES TOURISTES ET LE TOURISME :
PROBLÈMES STATISTIQUES** 53

Introduction 53

Qui compter ? 55

 Un problème pour l'État 56

 L'Organisation mondiale du tourisme :

 apports et limites d'une standardisation mondiale 59

 Le nombre « mystère » : des approximations 64

 Le secours des technologies numériques : avancée ou illusion ? 66

Quelles informations rechercher ? 68

 Appréhender le tourisme par les hébergements 68

 Une vision tronquée des pratiques 69

 L'estimation des retombées économiques 71

La question du territoire pertinent 73

 À l'échelle du monde 73

 À l'échelle des États et des subdivisions intra-étatiques 76

 Une vision tronquée des lieux 79

Conclusion 82

Pour approfondir 84

Chapitre III

**L'APPROCHE GÉOGRAPHIQUE DU TOURISME :
RÉFLEXION SUR UN OBJET DE RECHERCHE** 85

Introduction 85

**Variations géographiques dans la construction de l'objet « tourisme » :
une question de paradigmes changeants et de contextes sociaux** 88

 Changements scientifiques et contextes sociaux 89

Changements des cultures scientifiques en géographie 89

Contextes sociaux changeants 96

 Changements de la géographie du tourisme 98

Le tourisme pour la géographie régionale 98

Le tourisme et les structures spatiales 100

Le tourisme entre système aliénant et représentations : un problème culturel ? 101

Le tourisme dans la mouvance post-moderne et post-structuraliste 103

**Changements et permanences des questionnements scientifiques :
l'approche géographique du tourisme** 104

La géographie du tourisme et la confrontation aux *tourism studies* 105

 Apports et limites d'une approche géographique du tourisme 106

 Effets de l'approche géographique du tourisme :

 la remise en cause des modèles classiques en géographie 108

Conclusion 110

Pour approfondir 111

LES ACTEURS DU TOURISME

Chapitre IV

| | |
|--|-----|
| LES TOURISTES ET LEURS SPATIALITÉS | 117 |
| Introduction | 117 |
| Les touristes et leurs pratiques : une approche par l'habiter | 118 |
| Le concept d'« habiter » au service de l'analyse des pratiques touristiques | 119 |
| Une approche géographique des pratiques | 123 |
| Mettre en œuvre les compétences spatiales : le touriste et la maîtrise de l'espace | 125 |
| Techniques et technologies spatiales mises en œuvre dans les pratiques touristiques | 131 |
| Technique, technologie et objet technique : la culture matérielle du touriste | 132 |
| De nouvelles pratiques touristiques assistées par le numérique | 134 |
| Communiquer en temps réel et la remise en cause de la discontinuité fondatrice du tourisme | 135 |
| Corporéité et techniques du corps : les performances du touriste | 137 |
| La notion de « performance » comme outil théorique | 138 |
| La corporéité comme élément de re-création et problème social | 139 |
| Les techniques du corps du touriste | 141 |
| Les normes (spatiales) du tourisme | 143 |
| Conceptualiser les normes spatiales | 144 |
| Normes spatiales de la plage : espaces publics et dénudement | 146 |
| Normes spatiales mondiales : entre communautés de pratique et « <i>global beach</i> » | 149 |
| Cultures vacancières : <i>habitus</i> de classe, <i>habitus</i> national | 151 |
| Conclusion | 154 |
| Pour approfondir | 155 |

Chapitre V

| | |
|---|-----|
| SYSTÈMES D'ACTEURS ET MONDES ÉCONOMIQUES DU TOURISME .. | 157 |
| Introduction | 157 |
| Revisiter les concepts centraux de l'approche économique en géographie .. | 158 |
| Le tourisme comme secteur économique | 159 |
| Le tourisme comme « consommation » ? | 161 |
| Les trois écueils du tourisme comme « marché » | 163 |
| Les trois modalités économiques du tourisme | 166 |
| Les systèmes de coproduction-consommation : réseau d'acteurs et mondes du tourisme | 171 |
| Des touristes aux entrepreneurs | 171 |
| Le renouvellement des entrepreneurs | 174 |
| Les mondes du tourisme : entre fordisme et post-fordisme | 176 |
| Modèle du système socio-économique du tourisme | 180 |

| | |
|--|-----|
| La firme et les réseaux dans l'économie territoriale du tourisme | 182 |
| De la TPE/PME à la firme | 182 |
| Stratégie des firmes et espace dans le champ du tourisme | 184 |
| Firmes et régimes d'accumulation | 187 |
| Conclusion | 190 |
| Pour approfondir | 191 |

Chapitre VI

| | |
|---|-----|
| ACTEURS ET POUVOIR DANS LE CHAMP DU TOURISME | 193 |
| Introduction | 193 |
| Le tourisme comme champ spécifique pour l'action publique de l'État | 195 |
| Le tourisme comme problème politique | 195 |
| Une géopolitique du tourisme | 198 |
| La régulation du tourisme : une gouvernance à plusieurs niveaux d'échelle ... | 202 |
| Les organismes internationaux et mondiaux | 204 |
| Le supra-national : des ensembles transnationaux | 210 |
| L'État français et l'organisation du tourisme | 211 |
| Les échelons infra-étatiques en France | 214 |
| Gouvernances à l'échelle locale | 216 |
| L'État et la construction sociale du marché : | |
| les politiques publiques autour du tourisme | 220 |
| Réguler l'offre et défendre le consommateur | 220 |
| Réguler la demande <i>via</i> la redistribution : entre tourisme social et accessibilités | 223 |
| L'État et la production des lieux et espaces touristiques | 225 |
| <i>L'État aménageur (de l'après-guerre à 1984)</i> | 225 |
| <i>L'État et le polycentrisme (après 1984) : la décentralisation</i> | 228 |
| Conclusion | 231 |
| Pour approfondir | 232 |

Troisième partie

LA MISE EN TOURISME CONTINUELLE DU MONDE

Chapitre VII

| | |
|---|-----|
| VALORISER LE MONDE BIOPHYSIQUE : | |
| LA MISE EN SCÈNE D'UNE NATURE TOURISTIQUE | 237 |
| Introduction | 237 |
| La nature construite par le tourisme : ressources, valeurs, imaginaires | 239 |
| Qu'est-ce que « nature » veut dire ? | 240 |
| Les quatre notions clés dans l'approche culturelle de la nature : | |
| ressource, imaginaire, valeur, mise en scène | 241 |
| <i>La notion de ressource</i> | 241 |
| <i>La notion d'imaginaire</i> | 243 |
| <i>La notion de valeur</i> | 245 |
| <i>La notion de mise en scène</i> | 247 |

| | |
|---|-----|
| De l'imaginaire d'une nature thérapeutique à l'imaginaire d'une nature hédonique | 248 |
| Un nouveau regard touristique sur la mer : le « désir de rivage » | 248 |
| Le « bon air des Alpes » et autres climats | 251 |
| La valorisation du soleil comme problème touristique | 253 |
| La nature comme aménité pour jouer | 257 |
| La montagne comme terrain de jeu | 258 |
| La neige comme ressource, la station de sports d'hiver comme moyen de mise en valeur de la neige | 260 |
| De nouvelles pratiques touristiques : la mer et le littoral comme aire de jeux | 264 |
| La nature comme enchantement : paysages et monuments de la nature | 265 |
| La montagne comme paysage | 266 |
| L'imaginaire touristique de l'île tropicale | 268 |
| L'enchantement par la nature sauvage : imaginaires de la <i>wilderness</i> et du patrimoine et la mise en parc de la nature entre imaginaire orphique et prométhéen | 272 |
| Conclusion | 279 |
| Pour approfondir | 280 |

Chapitre VIII

**LA GÉNÉRALISATION DU REGARD TOURISTIQUE :
TOUT PEUT ÊTRE TOURISTIQUE**

| | |
|--|-----|
| 281 | 281 |
| Introduction | 281 |
| La patrimonialisation continue du Monde | 282 |
| Du monument historique aux villages authentiques | 283 |
| <i>Histoire du lien entre patrimoine et tourisme</i> | 283 |
| <i>La patrimonialisation d'aires bâties anciennes</i> | 285 |
| L'extension du champ patrimonial | 286 |
| <i>Le monument historique mondialisé et l'extension du champ monumental</i> | 286 |
| <i>L'« immatériel culturel » et la densification de la ressource patrimoniale</i> | 288 |
| Le musée, un lieu de conservation devenu une icône pour l'émergence d'une destination | 291 |
| Croisières, événementiel, shopping : nouveaux regards touristiques | 294 |
| La croisière et ses innovations | 295 |
| L'événementiel-Monde | 296 |
| Le shopping : une pratique touristique en cours d'autonomisation | 298 |
| La touristification du quotidien | 302 |
| La construction des cultures comme altérité | 302 |
| Le tourisme à l'assaut du travail : une valorisation différenciée des lieux de production | 304 |
| Conclusion | 307 |
| Pour approfondir | 308 |

Chapitre IX

**MONDIALISATION DU TOURISME :
EXTENSIONS ET DENSIFICATIONS DE L'ÉCOUMÈNE TOURISTIQUE** 309

Introduction 309

La mondialisation du tourisme comme processus non-linéaire 310

 Le Monde comme espace pertinent 311

 La modification de la valeur des lieux géographiques 312

 Différentes formes de mondialisation 313

 Conclusions et controverses 314

Un écoumène touristique d'extension variable au cours du temps 316

 Une approche du tourisme par la « géo-histoire » 316

 La mondialisation du tourisme
 comme pratique des individus des sociétés occidentales 323

 Une nouvelle étape dans l'extension et la densification de l'écoumène touristique :
 l'accès au tourisme des individus des sociétés non occidentales 327

**Hiéarchisations : lieux de la concentration,
métropolisation et intégration des marges** 332

 La métropolisation 332

 Les stations touristiques mondiales 333

 L'intégration des marges 334

 Une structuration moins hiérarchisée au niveau des États-nations 338

Conclusion 341

Pour approfondir 343

Quatrième partie

LES LIEUX TOURISTIQUES

Chapitre X

LES DIMENSIONS SYMBOLIQUES DES LIEUX TOURISTIQUES 349

Introduction 349

L'espace touristique : une construction sociale 350

 L'invention des lieux en tant que lieu touristique : une topogénèse 351

Construction sociale de l'espace 351

L'invention d'un espace comme étant touristique 354

Le toponyme : un marqueur de la topogénèse 355

 La construction d'espaces touristiques à plusieurs niveaux d'échelle 357

Construire de la mondialité touristique :
 la leçon de Dubaï et de l'Antarctique pour faire émerger des centralités mondiales .. 358

Du lieu à la « destination touristique » : le marketing territorial en action 361

Les lieux touristiques comme « lieux autres » 365

 Étudier l'espace autre : les notions clés 366

L'espace touristique comme « hétérotopie » 367

Les mythes touristiques 370

Distinctions spatiales 372

 L'aménagement de l'altérité 374

| | |
|--|-----|
| Conclusion | 378 |
| Pour approfondir | 379 |
| Chapitre XI | |
| LA QUALITÉ DES LIEUX TOURISTIQUES : LIEUX COMMUNS, LIEUX URBAINS | 381 |
| Introduction | 381 |
| Appréhender les lieux touristiques comme des lieux urbains | 383 |
| Les notions clés issues de la théorie urbaine pour appréhender les lieux touristiques | 384 |
| Le transfert de l'urbanité et l'émergence de centralité | 386 |
| <i>La circulation de modèles urbanistiques</i> | 387 |
| <i>Émergences de centralités</i> | 389 |
| Les aménités urbaines des lieux touristiques | 390 |
| Diversité et types de lieux touristiques | 396 |
| La typologie comme méthode | 398 |
| Des lieux touristiques sans population résidente : l'exemple des sites et comptoirs <i>touristiques</i> | 402 |
| <i>Le site touristique : des lieux inventés</i> | 402 |
| <i>Le comptoir comme enclave créée par et pour le tourisme</i> | 404 |
| La station touristique : archétype du lieu touristique | 406 |
| <i>Une urbanité touristique</i> | 406 |
| <i>Les stations de sports d'hiver</i> | 408 |
| <i>Stations balnéaires</i> | 410 |
| <i>Les enjeux de la marchandisation</i> | 411 |
| L'enjeu des villes « subverties » par le tourisme | 412 |
| <i>Les enjeux de la ville-station : l'ajout d'une centralité touristique</i> | 412 |
| <i>Les enjeux de la ville touristifiée : la lutte pour le centre</i> | 413 |
| Les villes, lieux « divertis » par le tourisme | 415 |
| <i>Les métropoles mondiales dans le champ touristique mondial</i> | 417 |
| <i>Patrimonialisation et événementialisation des villes</i> | 422 |
| Conclusion | 425 |
| Pour approfondir | 426 |
| Chapitre XII | |
| PROCESSUS DE TRANSFORMATION DES LIEUX TOURISTIQUES | 427 |
| Introduction | 427 |
| La transformation des lieux touristiques : une vision économique | 429 |
| Les modèles classiques de développement des lieux touristiques comme cycles économiques | 429 |
| <i>Le modèle de Christaller-Plog-Butler</i> | 430 |
| <i>Le modèle de Chadefaud</i> | 434 |
| Les modèles de développement local ou d'économie territoriale | 435 |
| <i>Une croissance endogène ou exogène ?</i> | 436 |
| <i>Des économies d'échelle et de diversité</i> | 438 |

| | |
|---|-----|
| <i>Un milieu innovateur ou un « industrial district » qui valorise la proximité</i> | 440 |
| <i>La restructuration économique face à la crise</i> | 441 |
| Trajectoires de lieux touristiques : | |
| la transformation de la qualité et identité des espaces | 442 |
| Le modèle des trajectoires des types de lieux | 443 |
| Le modèle « abîme et métamorphose » : | |
| l'engagement différentiel du capital touristique des lieux géographiques | 449 |
| Les processus d'urbanisation par le tourisme | 454 |
| Le concept d'urbanisation | 455 |
| L'urbanisation des stations touristiques | 456 |
| Conclusion | 461 |
| Pour approfondir | 462 |
| | |
| <i>Conclusion</i> | 463 |
| <i>Bibliographie</i> | 469 |