

Les Annales ESPACES

revue de sciences sociales du tourisme et des loisirs

Les Annales ESPACES, revue de sciences sociales du tourisme et des loisirs, lance un appel à contributions pour la publication de son premier numéro.

[date limite de soumission des textes : 1^{er} juillet 2009, pour une publication dans le numéro 1 – janvier 2010]

1 • Projet éditorial des Annales ESPACES

Le secteur du tourisme et des loisirs est soumis à des processus économiques, sociaux, environnementaux et politiques qui transforment son organisation et ses pratiques, qu'il s'agisse de changements dans le domaine des résidentialités, des mobilités, des consommations, des technologies, des financements...

Ces évolutions et contradictions s'inscrivent dans des mutations plus profondes, qui demandent un renouvellement des cadres d'analyse. En retour, les connaissances produites dans le champ du tourisme éclairent d'autres objets (le travail, le territoire, les migrations, la culture...).

La question des mutations est au cœur du projet scientifique et éditorial de la revue *Les Annales ESPACES*. Celle-ci a vocation à stimuler et à valoriser le questionnement théorique, empirique, réflexif ou critique des références, catégories, schémas et mythes du tourisme. *Les Annales ESPACES* est une revue thématique pluridisciplinaire, bilingue (français, anglais). Elle se veut le carrefour de travaux scientifiques issus des disciplines en sciences sociales qui s'intéressent aux loisirs et au tourisme (histoire, géographie, anthropologie, sociologie, sciences politiques, économie, sciences de gestion...). Elle se veut également une passerelle entre travaux francophones et non francophones, entre travaux sur le tourisme et travaux sur les loisirs.

Les Annales ESPACES publie des travaux qui interrogent les phénomènes de mutations dans le secteur du tourisme et des loisirs, qu'il s'agisse :

- de mutations du tourisme et des loisirs qui témoignent d'évolutions plus larges du monde contemporain ;
- ou de mutations du monde contemporain qui impactent le secteur du tourisme et des loisirs.

La revue privilégie, mais sans exclusive, les travaux scientifiques ayant une dimension internationale et comparative.

**Les Annales ESPACES est une publication des Éditions touristiques européennes (ETE), qui publient la revue *ESPACES tourisme et loisirs* et les *Cahiers ESPACES*.
[6, rue Cels – 75014 Paris – tél. 01 43 27 55 90 – www.revue-espaces.com]**

Le fait touristique : questions *de* géographie, questions *à* la géographie

Philippe Bourdeau

La géographie a beaucoup investi le terrain d'étude du tourisme depuis les années 1970, suivant une grande diversité d'approches qu'il serait vain de prétendre résumer en quelques lignes ou en quelques références bibliographiques. Des collectifs de recherche se sont structurés et ont contribué à animer un champ thématique propice à l'affirmation de nombreux objets et sujets qui font écho aux mutations de la discipline, notamment celles du "tournant culturel" des années 1990. Après s'être surtout intéressée aux phénomènes d'émission et de réception de touristes, ainsi qu'aux processus corollaires de planification et d'aménagement de l'espace, la géographie s'est également tournée, entre autres, vers l'interrogation des pratiques, des représentations et de l'imaginaire des lieux touristiques, des phénomènes de mobilité, des processus de territorialisation et de patrimonialisation...

Tout en bénéficiant d'un effet cumulatif de connaissances fondé sur un corpus étoffé de travaux et de publications, ce regard géographique ne manque pas d'être interpellé par les recompositions contemporaines du rapport à l'altérité (la relation Ici-Ailleurs) qui sous-tend le tourisme. À cet égard, comme dans d'autres domaines de recherche, "*il fut un temps où les géographes racontaient un monde où toutes les choses étaient à leur place*" (Turco, 2000). De fait, les certitudes localisables et circonscrites perdent de leur force et de leur cohérence sur fond de mobilités en tous genres (résidentielles, professionnelles ou récréatives ; physiques ou virtuelles), et de réagencements de forme et de sens du rapport local-global, urbain-rural, proche-lointain, intérieur-extérieur, naturel-artificiel, touristique-non touristique, travail-loisirs, quotidien-vacances... Ce débordement des cadres socio-spatiaux établis fait la part belle aux espaces flous, à l'hétérogénéité des mailles et aux appartenances multiples qui peuvent être interprétés en termes d'interterritorialité (Vanier, 2008). Cette mutation est caractéristique de la post-modernité territoriale (Antheaume et Giraut, 2005), qui produit de multiples entre-deux en installant des continuités et des hybridations où prévalaient jusque-là des ruptures et des fragmentations spatiales, temporelles, culturelles et fonctionnelles.

C'est dans ce contexte que peut s'énoncer un paradoxe : tout en devenant centrales dans les modes de vie, le territoire et l'économie, les pratiques récréatives (loisirs, tourisme, sport) semblent se dissoudre et se dérober de plus en plus en tant qu'objets et opérateurs autonomes. Ce processus multiplie les co-présences de logiques fonctionnelles (spatialité), organisationnelles (territoires) et existentielles (territorialité) plurielles, voire contradictoires, à différentes échelles scalaires. L'hybridation croissante entre fonctions résidentielles, économiques et récréatives en est un indicateur, qui peut être analysé à l'aide de la grille de lecture, imparfaite et provisoire, du post-tourisme. Au sens extensif que nous proposons de lui attribuer, cette notion cherche à rendre compte d'un changement de statut des pratiques et lieux touristiques dans le contexte de la globalisation et de la post-modernité territoriale, soit l'ensemble des phénomènes inscrits dans le cadre de l'entre-deux relationnel Ici-Ailleurs : migrations d'agrément, transition résidentielle sur les lieux touristiques, remise en cause de

¹ Sur 286 thèses soutenues en France entre 1971 et 2002 sur le thème du tourisme, 50 % relèvent de la géographie (Source : Fichier central des thèses).

l'utopie et de l'uchronie touristiques par des effets d'incertitude et de crise (climatique, énergétique, sécuritaire, économique...), recherche de continuités entre pratiques de vacances et pratiques quotidiennes, métissage des temps, lieux et activités (professionnelles, culturelles, sociales...), touristification des lieux urbains et ruraux "ordinaires", néo-situationnisme et tourisme expérimental, nouveaux rapports ville-nature dans le cadre de la métropolisation, ré-enchantement du quotidien urbain ("ville-nature", Paris-Plage ...), dépassement de l'unité de temps, de lieu et d'action incarné par la notion de station, revendication montante de pratiques récréatives de proximité, augmentation du nombre de jours de vacances passés au domicile, comportements de renoncement ou de refus "choisis" vis-à-vis du départ en vacances...

Cette acception élargie du post-tourisme – notion transitoire, répétons-le – désigne donc le dépassement des cadres de pensée, de structuration et de pratique du tourisme, à la fois du fait de l'évolution sociétale globale et de l'évolution sectorielle du champ récréatif. Elle suppose, pour l'observateur, la mobilisation de nouvelles perspectives heuristiques et de nouveaux indicateurs. Citons, par exemple, le passage de la notion de "séjour" à celle d'"habiter" (cf. notamment Stock, 2004), de la notion de "station" à celle de "lieu de vie" et de la figure du "touriste" à celle du "récréatif" (Lajarge, 2006) ; ou encore le passage d'un raisonnement en termes d'économie touristique à un raisonnement en termes d'économie présenteielle (Davézies et Lejoux, 2003).

Cette toile de fond multiforme, sur laquelle se déploie un jeu de changements et de permanences (ou récurrences) du fait touristique, constitue à la fois un ensemble de questions de géographie et de questions posées à la géographie. Elle offre la matière très plastique à partir de laquelle le projet éditorial des *Annales ESPACES* invite les auteurs (géographes ou non, spécialisés ou non dans le tourisme) à ré-interroger le rôle de médiateur du tourisme dans l'expérience de l'espace et la vie des territoires, à partir de questions d'ordre géoculturel, géopolitique, géoéconomique et environnemental. Ce faisant, il s'agit non seulement d'examiner en quoi les mutations contemporaines du tourisme constituent à la fois un opérateur et un indicateur du rapport des sociétés à l'espace et à la nature, mais aussi de ré-interroger le fait récréatif à partir de l'actualisation des modes d'articulation entre le social et le spatial.

Quels peuvent être les axes saillants de la contribution des *Annales ESPACES* à ce "programme" de mobilisation, de transmission et de valorisation de la connaissance géographique sur le (post)tourisme ? Il ne s'agit évidemment pas de produire ici une liste exclusive et limitative, mais plutôt d'esquisser des pistes illustratives et incitatives en pointant un appareil d'enjeux et de questions qui semblent aptes à "déborder" les évidences, conformément au projet de la revue.

Ces orientations, forcément partielles, peuvent être regroupées selon trois registres :

• **Quelle articulation entre contre-cultures, contre-temps et contre-lieux ?**

Le tourisme, "*moteur de croissance pour l'avenir*" selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, fait d'ores et déjà figure de secteur économique le plus libéralisé (Caire et Rouillet-Caire, 2003) et constitue à ce titre un des domaines-clés d'application de l'Accord général sur le commerce et les services (AGCS). Quels sont, dans ce contexte, les enjeux d'autonomie géoculturelle (*versus* hétéronomie marchande) qui renvoient à l'équation "temps libres = espaces libres" proposée par Ernst Bloch (Bloch, 1982) ? Quelles formes de résistance, de créativité et d'innovation (contournements, détournements, retournements) s'expriment au centre, en périphérie ou dans les marges culturelles, temporelles et spatiales des entités touristiques (sites, *spots*, stations, itinéraires), ou dans les usages récréatifs éphémères ou durables des villes, des espaces périurbains et des espaces ruraux ? En quoi les migrations d'agrément qui orientent le choix d'un lieu de vie en fonction de critères récréatifs, et non plus essentiellement professionnels, contribuent ou non à ce processus spatio-temporel ? Une

approche, jusque-là essentiellement pensée en termes de pôles (villes, stations), ne doit-elle pas être élargie à des circulations, des itinérances, des interstices ? Dans ce contexte, peut-on transposer à la lecture du fait touristique des notions comme celles de situation (au sens d'expérience psycho-géographique) (G. Debord), d'hétérotopie (M. Foucault) ? Quelle attention doit-on porter aux formes d'itinérance spécifiques ou hybrides (festives, militantes et/ou existentielles) qui se font jour ? Quelles sont les formes montantes de l'approche des ambiances et de l'expérience des lieux et espaces récréatifs ? *Quid* des usages non touristiques des lieux et infrastructures touristiques (et vice-versa) ? Des modèles socio-spatiaux réformistes et alternatifs du tourisme et des loisirs se font-ils jour ?

• De la crise du tourisme au tourisme de crise ?

Quelles tensions et controverses se déploient entre les pratiques et représentations euphoriques et dysphoriques de l'altérité récréative ? Quels sont les lieux et les formes privilégiés d'expression de critiques radicales du tourisme et des phénomènes anti-touristes ? Comment s'expriment et sont interprétés les discours et pratiques de remise en question, d'évitement, d'abstention ou de renoncement aux mobilités récréatives et au tourisme : émancipation ou repli ? Quelles pratiques, justifications et représentations marquent l'émergence de pratiques urbaines et de proximité ? Quelles sont les "nouvelles frontières du tourisme" auxquelles s'explorent des formes et justifications professionnelles, militantes ou humanitaires pour voyager sans se sentir ou se montrer comme touriste ?

• Co-constructions géoculturelles et géopolitiques

Comment se co-construisent, en interaction avec l'espace et le territoire, un certain nombre de faits et de phénomènes qui interpellent ou redéfinissent le statut et les formes des pratiques récréatives : conflits sociaux, identitaires, environnementaux ; questionnements éthiques ; hybridations artistiques et festives ; recomposition des savoir-faire professionnels ; politiques publiques et interventions privées ; contrôle social et spatial... ?

Références bibliographiques

- Antheaume B., Giraut F., le territoire est mort, vive les territoires ! Une (re)fabrication au nom du développement. Ed. de l'IRD, Paris, 2005.
- Bloch E. (1982), Le principe espérance ; les épures d'un monde meilleur, 1ère éd. 1959, Gallimard, Paris
- Caire G. et Roullet-Caire M. (2003). Tourisme durable et mondialisation touristique : une analyse critique de l'AGCS. <http://sceco.univ-poitiers.fr/gedes/docs/martinique.pdf>, consulté le 9/06/2008.
- Davezies L. et Lejoux. P. (2004). Un train peut en cacher un autre. Derrière l'économie productive, attention à l'économie présenteielle, 39e colloque de l'ASRDLF, Lyon, 17 p.
- Debord G. (1992 [1967]). La société du spectacle, Gallimard, Paris.
- Foucault M. (1981) [1964]. Hétérotopie, des espaces autres. <http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.fr.html>
- Lajarge R. (2006), Des parcs sans jardin et des récréatifs sans touristes ?, In *Tourisme en campagne : scénarios pour le futur*, POUR n°191, Paris, pp.42-46.
- Stock M. (2004), L'habiter comme pratique des lieux géographiques, *EspacesTemps.net*, Textuel, 18.12.2004 <http://espacestems.net/document1138.html>
- Turco A. (2000), Pragmatiques de la territorialité, in Levy, J. et M. Lussault (dir.), *Logiques de l'espace, esprits des lieux*. Géographies à Cerisy, Belin, Paris, pp. 287-298.
- Vanier M. *Le pouvoir des territoires : Essai sur l'interterritorialité*, Economica, Paris, 2008

Changer l'anthropologie pour penser les transformations du tourisme

Saskia Cousin

Pour étudier le tourisme, on peut partir de plusieurs points de vue, c'est-à-dire aussi de plusieurs objets : l'invention du tourisme et des stations touristiques ; les touristes, leurs caractéristiques socioculturelles ou leurs expériences vécues ; l'industrie du tourisme ; les sociétés locales ; l'organisation du territoire ; les politiques publiques, culturelles et sociales ; ou, de manière plus abstraite, la globalisation, les mobilités, les imaginaires, etc. Il existe un partage disciplinaire de ces entrées : les historiens retracent l'histoire des stations et l'invention des destinations ; les économistes travaillent sur l'industrie ; les géographes sur l'aménagement du territoire ; les sociologues sur les loisirs populaires, le "tourisme social" ou le "tourisme de masse" ; les tenants de *social theory* sur la globalisation ou la mobilité ; les anthropologues sur les sociétés locales confrontées au tourisme – généralement de petites communautés non occidentales. Pointer les terrains ou les corpus met en lumière le partage disciplinaire de la réalité sociale et questionne nos évidences et nos réflexes théoriques, quelle que soit notre discipline. Dans le cas de l'anthropologie, cela permet de se demander si les ethnologues doivent vraiment se cantonner à l'étude des effets du tourisme sur les identités locales, alors que toutes les sociétés sont aujourd'hui mondialisées.

Que faire de l'anthropologie classique ?

• Les concepts classiques de l'anthropologie sont-ils pertinents pour étudier le tourisme ?

L'anthropologie se définit classiquement comme la "science de l'autre" ou de "l'altérité". Longtemps caractérisé par la distance géographique – les ethnologues partaient étudier les sociétés lointaines –, cet "autre" est aujourd'hui pensé d'un point de vue méthodologique, à travers la distanciation critique. Au regard des transformations du monde, les concepts classiques de l'anthropologie (l'ethnie, l'identité et l'altérité, les cultures, l'échange, le don et le contre-don, les rituels, les rapports nature/culture) sont-ils pertinents aujourd'hui ? Comment peut-on les mobiliser pour étudier le tourisme ? Quelles sont les limites à cette utilisation ?

• Quels sont les usages sociaux des concepts classiques ?

Les principales notions anthropologiques ont infusé les discours des institutions internationales comme l'Unesco, et se sont diffusées, de manière très déformée, auprès de nombreux acteurs du tourisme culturel, solidaire ou "durable". Le tourisme "ethnique" en est un exemple emblématique. Les médias et les chercheurs d'autres disciplines perçoivent souvent les anthropologues comme des philosophes attachés à isoler les invariants culturels de l'humanité. Dans le cas du tourisme, ils seraient alors les spécialistes de "l'esprit nomade", des fonctions rituelles du jeu ou de l'oisiveté. Cette perception n'a rien à voir avec la réalité des recherches et des problématiques actuelles. Pourquoi et comment les professionnels du tourisme et les chercheurs des autres disciplines s'approprient-ils les concepts "classiques" ? Quelle est leur utilité sociale, heuristique ou institutionnelle ?

Quels sont les nouveaux axes théoriques possibles ?

• La transformation sociale comme angle d'étude

Après avoir longtemps considéré le tourisme comme un élément destructeur de communautés envisagées comme des entités passives, closes et anhistoriques, la plupart des anthropologues voient aujourd'hui le tourisme comme un élément de transformation sociale. Dans cette perspective, la question n'est pas "qu'est-ce que le tourisme fait aux sociétés d'accueil ?", mais "qu'est-ce que les sociétés font du tourisme ?" Quels usages socio-économique, politique et symbolique les autorités, les habitants et les intermédiaires (guides, professionnels locaux, etc.) font-ils des flux touristiques et/ou de leurs relations avec des touristes ? Quelles sont les limites de l'approche en termes de transformation sociale ? Comment repenser les échanges culturels ?

• La mobilité comme nouveau contexte théorique ?

Le tourisme se caractérise par la mobilité des individus, des images et des réseaux. Cette notion de mobilité est aujourd'hui au cœur des interrogations et des problématiques de la mondialisation et plusieurs auteurs anglo-saxons la considèrent comme le nouveau paradigme pour appréhender notre monde et ses enjeux. Le tourisme a, dans cette reconfiguration théorique, une place de choix, le touriste devenant pour certains une métaphore de l'individu contemporain. Quelle est la pertinence de cette approche ? Quelles en sont les valeurs sous-jacentes ?

• Le retour du politique ?

Les travaux actuels, menés notamment en Chine, démentent à la fois les théories de la fin de l'État et la vision occidentale d'un touriste mu par une quête nostalgique d'authenticité ou par la nécessité d'une rencontre avec "l'autre". Comment penser les liens entre nationalisme, modernité et tourisme dans d'autres contextes ? Que faire des déterminants sociaux, sexuels ou culturels dans l'analyse des motivations et des pratiques réelles des touristes ? Quels sont les enjeux politiques du tourisme ?

• Changer de terrain, changer de méthodes ?

Le fait que l'anthropologie du tourisme soit souvent centrée sur les interactions entre touristes et sociétés locales est plus lié à la manière dont les ethnologues se sont mis à travailler sur le tourisme – parce que les touristes sont arrivés sur "leur" terrain – qu'à un choix raisonné des apports que notre discipline peut offrir à l'étude de cet objet. Si l'anthropologie contemporaine n'est pas déterminée par la "nature" de son terrain, alors le tourisme de masse, les grands groupes internationaux, ou le ministère du tourisme sont des terrains légitimes qu'il est urgent d'étudier. Quels sont les apports possibles de l'anthropologie économique ou politique ? Comment les travaux sur les phénomènes transnationaux peuvent-ils aider à comprendre le tourisme ? En quoi l'étude du tourisme peut-elle aider à repenser les idées et les méthodes de l'anthropologie ?

Du phénomène touristique à l'économie du tourisme

Bernardin Solonandrasana

C'est dans les années 1950 que le tourisme est devenu un phénomène de portée mondiale. Sa capacité à induire le développement économique est, depuis, tenue pour acquise. Paradoxalement, l'importance économique du tourisme ne correspond pas au niveau de développement de sa recherche. En effet, jusqu'aux années 1970, seuls les faits les interpellant et, surtout, seules les mesures de ce nouveau phénomène intéressaient les économistes : la fréquentation touristique ; la définition des services touristiques dans la balance commerciale et l'inscription d'une ligne voyage dans la balance des paiements. Les économistes pensaient alors que le marché fonctionnait parfaitement bien et qu'il suffisait de constater que la loi de l'offre et de la demande opérait.

Aujourd'hui, le secteur touristique a prouvé qu'il pouvait être une prodigieuse source de création de valeur et d'emplois. Ainsi, pour certaines nations, comme la Thaïlande, le Maroc ou la Tunisie, il représente un moyen de lutter contre la pauvreté. Pour d'autres, il est un des plus importants facteurs de croissance stable. En France, par exemple, le tourisme, première industrie de service, représentait 6,7 % du PIB en 2006 et constitue l'un des principaux pourvoyeurs d'emplois, avec près d'un million d'emplois directs et autant d'emplois indirects. Le développement de l'activité touristique, au regard de ses externalités économiques et sociales, est donc un enjeu primordial pour de nombreux pays du monde. Les activités touristiques s'inscrivent dans le champ des études macroéconomiques où la connaissance des agrégats tels que les recettes via les prévisions demandes touristiques, le nombre d'emplois susceptible d'être pourvu et la quantité de devises susceptibles d'être obtenue, les dépenses en infrastructure touristique... sont très importantes.

Cette fulgurante ascension de la fréquentation touristique est expliquée par la mutation de l'environnement socio-économique dans lequel évoluent les touristes à travers la mondialisation, les nouvelles technologies (plus précisément l'avènement du commerce électronique), etc. La démocratisation et la généralisation des voyages ont fait naître la concurrence entre les destinations touristiques et apparaître une nouvelle génération de touristes, exigeante, qui n'hésite pas à rechercher le meilleur rapport qualité/prix, ainsi que l'efficacité dans les services. Les touristes deviennent alors des consommateurs avertis et expérimentés. Ils sont de plus en plus guidés par la satisfaction personnelle dans leur choix et s'attendent à disposer de produits et services touristiques conformes à ce qui leur a été annoncé et vendu. De ce point de vue, il est clair que l'étude du secteur touristique relève de la microéconomie qui s'intéresse aussi bien au comportement du consommateur qu'à celui de producteur.

Le phénomène touristique, prétexte d'étude des effets qu'il provoque, va devenir objet d'étude. En d'autres termes, d'une approche économique du phénomène touristique consistant à appliquer des instruments de l'économie d'un champ d'investigation, on est passé progressivement à une vraie recherche sur l'économie touristique.

Le tourisme, une industrie créative

Quel agenda de recherche pour les sciences de gestion ?

Anne Gombault

“Broadly defined as engaging visitors in a place’s culture through active participation, creative tourism provides the possibility for economic growth to destinations willing to offer travellers a chance to express themselves by becoming personally involved with a community’s heritage.”

A Global Conversation, The Santa Fe International Conference on Creative Tourism, September 28 - October 2, 2008, <http://www.santafecreativetourism.org>

Le tourisme a toujours été une industrie créative, c’est-à-dire “*un secteur ou une filière dans laquelle le produit final est un objet de création*” (Paris, 2007) et dont une partie des *inputs* sont créatifs (Caves, 2000). Mais il ne l’a sans doute jamais été autant : Richards et Wilson (2007) ont commencé à explorer cette mutation actuelle, qu’ils qualifient de “*creative turn*”. Dans un marché en croissance, la créativité en général prend une place de plus en plus importante dans les stratégies de développement du tourisme et dans leur marketing. Plus précisément, ces stratégies sont de plus en plus imbriquées dans un large éventail d’autres industries créatives plus ou moins connexes : les loisirs, bien sûr ; le divertissement, le sport, les arts et la culture, en général ; l’éducation, le design, la gastronomie, l’œnologie, le goût, les médias, les TIC..., plus largement. Conséquence à la fois de l’intensité de la concurrence et des attentes des nouveaux consommateurs, les opérateurs rivalisent d’originalité : les régions et les villes veulent être créatives, les hôtels sont devenus des *creative spaces*. De nouveaux concepts d’agences de voyages émergent, centrés sur des services différents, hyper-individualisés. Les destinations inventent de nouvelles “mises en tourisme”... Après un tourisme de masse centré sur le *having holidays*, puis un tourisme culturel de *must see sights*, les consommateurs chercheraient à vivre des expériences touristiques créatives. Richards et Wilson (2006) en identifient trois types convergents : des activités spectaculaires ; des espaces créatifs ; la participation active des touristes dans la production d’activités créatives, le développement personnel pouvant servir de base pour l’expérience touristique.

Ce *creative turn*, qui peut être analysé comme une évolution majeure dans la production et la consommation de l’expérience touristique, offre un agenda de recherche important en sciences de gestion (comme en économie), encore peu étudié, et convergeant avec celui des loisirs, du divertissement, des arts et de la culture. Parmi de multiples thématiques, on notera les suivantes :

- le tourisme comme industrie créative : définition ; acteurs ; processus ; structuration ; stratégies ;
- le tourisme comme input et output du développement des territoires, le tourisme dans les territoires créatifs, les *clusters* et les districts touristiques ;
- le rôle des autres industries créatives et de leurs entrepreneurs dans les nouvelles expériences touristiques ;
- le marketing créatif de destinations, les stratégies des marques touristiques et de loisirs, le marketing sensoriel, le marketing expérientiel du tourisme, la participation des consommateurs à la production de l’expérience touristique (*prosumption*) ;

- créativité et offres touristiques (tourisme d'affaires, tourisme culturel, tourisme urbain, écotourisme, tourisme éthique, tourisme d'aventure, etc.) ;
- les TIC et le tourisme ;
- création de valeur et performance des sites touristiques.

Références bibliographiques

- Caves R. E. (2000), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Paris T. (2007), *Organisation, processus et structures de la création*, Culture prospective, 2007-5.
- Richards G. and Wilson J (2007), *Tourism, Creativity and Development*, London: Routledge.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006) *Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?* *Tourism Management* 27, 1209-1223.

Pour une sociologie historique des pratiques de tourisme

Bertrand Réau

En sociologie, le tourisme est rarement un objet central de recherche. Pourtant, sa définition (“tourisme culturel”, “tourisme durable”, etc.) et celle du “touriste” sont des enjeux économiques et sociaux. Souvent défini abstraitement, comme s’il désignait une entité sociale uniforme, le “touriste” s’apparente à un “label” : les institutions parlent alors du “touriste américain”, du “touriste néerlandais”... comme d’autant d’agents socialement indifférenciés (alors que le calcul du nombre de nuitées pour définir qui est “touriste”, et qui ne l’est pas, est un enjeu économique).

Le tourisme n’est pas seulement un phénomène économique. Comme pratique culturelle, il est justifiable d’une analyse “classique” en termes de propriétés et de dispositions sociales. En ce sens, une sociologie du tourisme peut difficilement faire l’économie de l’étude des pratiques quotidiennes (travail, famille, loisirs) et des trajectoires des agents. Dans cette perspective, de nombreuses études sociologiques et historiques portant sur la famille, le temps de travail et les pratiques culturelles consacrent un volet au tourisme.

Dans des sociétés marquées par un fort autocontrôle des émotions, une des fonctions essentielles des loisirs et du tourisme (entendu comme une pratique de loisir) serait, selon Norbert Elias, de permettre, dans un cadre normé, la libération des émotions par la production de “tensions” d’un type spécifique, fondamentalement agréables et consacrées au plaisir : elles permettent d’assouvir les frustrations ordinaires liées à un fort autocontrôle. On comprend alors que les vacances ne soient pas seulement un temps vacant, mais aussi un temps de pratiques culturelles (loisirs, tourisme, sports, etc.).

Le relâchement des contrôles suppose un cadre spécifique : des agents sont chargés de produire un cadre suffisamment incitatif pour que s’opère le relâchement des contrôles, pour que les individus se sentent légitimés dans le “déroulement” de leurs pulsions, pour qu’ils y voient un moyen de rompre avec la vie sociale ordinaire et d’assouvir leurs frustrations. Bref, il faut que, dans un contexte de fort autocontrôle permanent, les agents croient au cadre qui leur est proposé. En cela, on peut évoquer une forme de “réenchantement” temporaire du monde, caractérisée par une “mise en suspens” relative des normes sociales ordinaires, sorte de magie sociale éphémère qui produit de nouvelles formes de “tensions” dédiées au plaisir.

Le “dépaysement” attendu du tourisme participe de cette “mise sous tension” particulière. La mise en place des cadres qui la permettent représente un marché à part entière. Afin de créer du “dépaysement”, les professionnels du tourisme cherchent, sous différentes formes, à produire des relations enchantées entre le client et le personnel (dans des structures hôtelières, etc.), entre le client et les populations des pays visités (lors des excursions, etc.) et au sein même du groupe de clients. Il s’agit de “*transfigurer symboliquement, en l’euphémisant*”, la vérité objective de l’échange strictement économique (Bourdieu, 1994). Le cadre matériel ne suffit pas à produire l’enchantement nécessaire au relâchement : les clients et les autres acteurs doivent y croire, il faut une collusion.

En définitive, si dans le cadre d’une société marquée par un fort autocontrôle, les loisirs et le tourisme sont des espaces dédiés au relâchement des contrôles ordinaires, la production de nouvelles formes de “tensions” spécifiques aux loisirs nécessite la mise en place d’un cadre enchanté qui autorise le “déroulement” tout en contrôlant les éventuels débordements. Quelles

sont les pratiques de tourisme des différentes classes sociales au fil du temps ? Quelles sont les formes sociales et historiques prises par le “relâchement contrôlé des contrôles”, la “mise sous tension” et l’“enchantement” ? Telles sont les questions qui peuvent constituer un point de départ à la réflexion.

Références bibliographiques

– Bourdieu P. (2000), “L’économie des biens symboliques”, *Raisons pratiques*, Seuil, 1994, pp. 186-188.
Je remercie Yves Winkin pour ses remarques à ce sujet.

Pour une histoire globale du tourisme

Sylvain Pattieu

L'histoire du tourisme a d'abord été défrichée par les historiens du fait culturel, par les spécialistes d'histoire des mentalités. Les travaux de ces premiers historiens du tourisme ont permis de comprendre la diffusion de cette pratique, née dans les élites aristocratiques puis diffusée vers des bourgeoisies poussées par le désir d'imitation et de distinction². Le XX^e siècle a été celui d'une diffusion qui a atteint les milieux populaires, même si, malgré l'antienne du "tourisme de masse", les pratiques touristiques restent très inégalement réparties et prennent des significations différentes selon les classes sociales. L'histoire du tourisme est désormais en mesure de croiser les approches historiques : histoires sociale, économique, culturelle, des mentalités, peuvent enrichir la connaissance du phénomène touristique. Plus encore, les problématiques soulevées par le tourisme offrent la possibilité de mettre en relation des thèmes historiques fort divers : histoire des loisirs, histoire coloniale, histoire de l'immigration, histoire du mouvement ouvrier, histoire des transports, histoire de la consommation, histoire des échanges culturels ou économiques.

L'histoire du tourisme est celle de la circulation des hommes, des idées, des pratiques. De ce fait, elle pourrait s'inscrire dans un "changement d'échelle historiographique" qui correspond au développement d'une histoire "mondiale" ou "globale"³. Une histoire "connectée" du tourisme permettrait d'en étudier les interactions multiples, au-delà des découpages nationaux et territoriaux, accentuant ainsi la dimension de décloisonnement. Cette dimension d'histoire connectée du tourisme est loin d'être une entière nouveauté concernant un phénomène qui se présente d'emblée comme transnational. Le projet éditorial des *Annales ESPACES* offre la possibilité de systématiser ce type d'analyse et de contribuer à un décloisonnement qui serait aussi disciplinaire.

Les recherches sur le tourisme ont été prises en charge par l'histoire, mais aussi par la sociologie, l'anthropologie, la géographie, l'économie ou les sciences de la gestion. Croiser les démarches de ces disciplines par des recherches communes et par un réel dialogue peut se révéler heuristique⁴. *Les Annales ESPACES* pourraient être un tel carrefour, permettant d'articuler des perspectives de recherche issues de traditions disciplinaires différentes. Les différentes sciences sociales qui s'intéressent au tourisme peuvent dialoguer, dégager des objets communs, mais aussi et surtout des méthodes d'analyse afin de comparer, de conforter ou de critiquer les résultats réciproques. Le dialogue est aisé, et ancien, entre science historique et certaines sciences sociales. Avec d'autres, il est moins habituel ou plus difficile. *Les Annales ESPACES* peuvent prouver que la connaissance historique,

² Alain Corbin (dir.), *L'Avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier, 1995. Voir également "Les Congés payés", *Le Mouvement social*, n° 150, 1992, et Catherine Bertho Lavenir, *La roue et le stylo, comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Odile Jacob, 1999.

³ Voir à ce propos Laurent Testot (dir.), *Histoire globale, Un autre regard sur le monde*, Auxerre, Editions Sciences humaines, 2008, et en particulier dans cet ouvrage l'article de Caroline Douki et Philippe Minard, "Pour un changement d'échelle historiographique".

⁴ Voir à ce propos *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 170, décembre 2007, numéro coordonné par Bertrand Réau et Franck Poupeau.

indispensable pour rendre compte des mutations du phénomène touristique, peut s'enrichir par ce contact interdisciplinaire.

Quand le tourisme rencontre la société et... la science politique

Ghislain Dubois

Le projet éditorial des *Annales Espaces* est d'étudier les mutations du phénomène touristique par des croisements entre disciplines, mais aussi par la rencontre des recherches sur le tourisme et des recherches portant sur d'autres objets.

D'un point de vue opérationnel, on assiste en effet à une complexification du phénomène touristique et de ses politiques d'accompagnement. Il ne s'agit plus seulement d'héberger les primo-accédants, "d'aménager la France des vacances" ou de maximiser le solde de la balance des paiements : il faut désormais mettre le tourisme au service des territoires. Ce qui augmente le poids des facteurs externes sur la conception des politiques touristiques, que ces facteurs soient locaux ou globaux. Ce besoin d'insérer beaucoup mieux le tourisme dans son environnement naturel, culturel ou institutionnel, contribue à justifier le projet scientifique de fécondation réciproque entre le tourisme et d'autres objets d'étude, comme le territoire, le travail, la culture, les loisirs, le patrimoine, l'environnement... Loin d'un regard nombriliste sur une activité, les *Annales Espaces* appellent à des regards croisés.

D'un point de vue scientifique, il s'agit, dans un contexte changeant, de renouveler les approches du phénomène touristique, sans tabous ni prétentions épistémologiques exagérées. Avec la construction européenne, faut-il toujours considérer la fréquentation des Allemands ou des Belges en France comme du tourisme "international", ou faut-il repenser les catégories statistiques ? Quelle est la permanence des facteurs d'attractivité, des motivations touristiques et de leurs imaginaires associés, au-delà des effets de mode ? Comment faire progresser la connaissance des effets économiques du tourisme ? En quoi le développement durable introduit-il une autre idée de la production et de la consommation touristiques ? Il faut interroger les logiques résidentielles, les systèmes productifs, la sociabilité amicale et familiale, le développement des loisirs comme structurant les pratiques de tourisme. En bref, aller interroger la société pour mieux comprendre le tourisme... et inversement (mais plus modestement).

Enfin, d'un point de vue disciplinaire, si la géographie et l'économie sont les parents "historiques" de la recherche sur le tourisme, et si la sociologie, l'anthropologie et l'histoire ont fait une entrée en force ces dernières années, on aimerait que la science politique s'y intéresse davantage. Le tourisme est un secteur "qui marche tout seul" (au point que certains pays renoncent à leurs administrations nationales), qui construit des discours de justification pour une autorégulation de ses impacts environnementaux et qui, pourtant, témoigne d'une implication lourde des collectivités locales dans les aménagements et équipements de loisirs et capte près de la moitié des crédits européens sur le développement rural. Ces paradoxes devraient éveiller plus souvent l'attention des spécialistes des institutions, de la régulation ou de l'analyse des discours.

2 • Comité scientifique

Le comité scientifique des *Annales ESPACES* est composé de :

Carlos P. Barros (*cbarros@iseg.utl.pt*)

- Économie
- Université technique de Lisbonne (Portugal)
- CIEF (Centro de Investigação sobre Economia Financeira)

Philippe Bourdeau (*philippe.bourdeau@ujf-grenoble.fr*)

- Géographie
- Université Joseph Fourier - Grenoble (France)
- Laboratoire Pacte (Politiques publiques, action politique, territoires)

Saskia Cousin (*saskia.cousin@wanadoo.fr*)

- Anthropologie
- Université François-Rabelais - Tours (France)
- LAIOS (Laboratoire d'anthropologie des institutions et des organisations sociales) (UMR 8177)

Ghislain Dubois (*ghislain.dubois@tec-conseil.com*)

- Consultant chercheur
- TEC Conseil / Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (France)
- C3ED (Centre d'économie et d'éthique pour l'environnement et le développement)

Anne Gombault (*anne.gombault@bem.edu*)

- Sciences de gestion
- BEM-Bordeaux Management School (France)
- Chaire Arts, culture et management en Europe (ACME)

Sylvain Pattieu (*sylvainpattieu@wanadoo.fr*)

- Histoire
- Université Paris 8 Vincennes - Saint-Denis
- Laboratoire EA 1571 (Histoire des pouvoirs, savoirs et sociétés)

David Picard (*d.picard@shu.ac.uk*)

- Anthropologie
- Université de Leeds (Royaume-Uni)
- Center For Tourism and Cultural Change

Bertrand Réau (*breau@univ-lyon1.fr*)

- Sociologie
- Université de Lyon 1 (France)
- CRIS (Centre de recherche et d'innovation sur le sport)

Bernardin Solonandrasana (*solo@univ-perp.fr*)

- Économie
- Université de Perpignan Via Domitia (UPVD) (France)
- GEREM (Groupe d'étude et de recherche en économie et management)

Yves Winkin (*Yves.Winkin@ens-lsh.fr*)

- Yves Winkin, anthropologue
- ENS LSH (Lyon, France)

Directrice de la publication :

Claudine Chaspoul (*annaes@revue-espaces.com*).

- Éditions ETE - Espaces (Paris, France)

3 • Contenu

Les Annales ESPACES publie trois numéros par an (janvier, mai, septembre). Elle propose, selon les cas : des numéros thématiques, des numéros *varia* (le numéro 1 sera un *varia*). Chaque numéro s'articule autour de trois rubriques :

- **Actualités**

- **brèves** : agenda de la recherche, nouvelles des réseaux et institutions de recherche, appels à contributions...
- **interviews**

- **Recherches**

- **quatre articles** de recherche sur le tourisme, en français ou en anglais (dans la langue dans laquelle ils sont transmis à la rédaction). Le résumé de chacun de ces articles est publié en français et en anglais.
(articles soumis à évaluation anonyme par deux relecteurs)

- **Réflexions**

- **un ou deux articles** : réflexions conceptuelles, états de l'art, revues de littérature, réflexions épistémologiques, recensions d'ouvrages et d'articles de recherche touristique...
(articles soumis à évaluation anonyme par deux relecteurs)

4 • Processus éditorial

La revue accueille des articles en français ou en anglais. Les jeunes chercheurs et doctorants sont engagés à soumettre.

Les textes proposés ne doivent pas avoir déjà été publiés. **Ils doivent respecter la ligne éditoriale et les consignes de présentation.**

Chaque projet d'article est adressé, par voie électronique, à la directrice de la publication (annales@revue-espaces.com).

Les articles destinés sont rendus anonymes par la directrice de la publication, qui leur affecte un numéro et les soumet au comité scientifique. Celui-ci est chargé de :

- rejeter l'article immédiatement s'il ne répond pas à la ligne éditoriale de la revue ;
- identifier deux lecteurs compétents dans le domaine, membres ou non du comité scientifique, chargés de l'évaluation de l'article. Les deux lecteurs seront experts dans les thèmes couverts par l'article soumis et, si possible, de deux disciplines différentes.

Les auteurs reçoivent une première réponse (article accepté sans modifications, article accepté avec modifications mineures, article accepté avec modifications majeures, article refusé) dans un délai de trois mois.

Après acceptation de l'article, l'auteur est chargé de rédiger un résumé (100 à 200 mots) en français, et en anglais.

La **liste des lecteurs** qui ont été sollicités, que les articles aient été publiés, refusés, ou soient en navette avec les auteurs pour des corrections, est publiée chaque année sur l'espace internet des *Annales ESPACES*.

Processus éditorial détaillé

Chaque lecteur donne son avis à partir de la grille d'évaluation des *Annales ESPACES*. Si les deux lecteurs sont du même avis (article accepté sans modifications, article accepté avec modifications mineures, article accepté avec modifications majeures, article refusé), le comité scientifique suit strictement les avis des lecteurs. S'il y a des divergences, le comité scientifique arbitre. Les auteurs reçoivent les avis anonymés des lecteurs (ou le motif de rejet immédiat par le comité scientifique). Lors d'une seconde soumission, ce sont les mêmes lecteurs qui évaluent la version prenant en compte les modifications demandées lors de la première évaluation. Cette seconde soumission est soit rejetée soit acceptée (éventuellement avec des modifications mineures).

En cas de désaccord entre les deux lecteurs sur l'évaluation, que ce soit lors de la première ou de la deuxième soumission, le comité scientifique peut, avant de prendre sa décision, nommer un troisième lecteur pour établir une synthèse des deux premiers avis.

5 • Critères d'évaluation des articles

Les articles des *Annales ESPACES* sont évalués à partir de la grille suivante.

Fiche d'évaluation

Évaluateur n : _____

Communication n°: _____

1. Analyse du projet d'article (ne répondez pas si le critère n'est pas adapté)

	Faible	Partielle	Excellent e
• Intérêt du sujet, nouveauté et pertinence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Adéquation avec la ligne éditoriale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Clarté des objectifs et de la question de recherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Clarté et explicitation des références disciplinaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Cohérence interne de la méthodologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Mobilisation satisfaisante de la littérature	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Qualité de la production des données	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Qualité de l'analyse des données	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Présentation des résultats et discussion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Contribution théorique de la recherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Clarté, structure et logique d'écriture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Respect des consignes de présentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Avis final

Rejet	Révisions importante s	Révisions mineures	Accepté sans révision
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Commentaires et suggestions à l'auteur

6 • Consignes de présentation des articles

Les textes sont soumis en version électronique, sous format word, à l'adresse suivante : annales@revue-espaces.com.

Les fichiers "sources" des tableaux, graphiques et illustrations (fichiers excel, jpeg en haute définition c'est-à-dire minimum 200dpi, soit 79 pixels/cm...) sont joints à l'envoi de l'article dans des fichiers séparés, identifiés par le <nomPremierAuteur>_fig<numéroFigure>.

Ils comprennent entre 3 000 et 8 000 mots, bibliographie incluse.

L'article est précédé d'une page de garde fournissant les informations suivantes (cette page sert uniquement pour la gestion des articles et n'est pas transmise aux lecteurs) :

- * nom et prénom ;
- * fonction, institution ;
- * adresse postale complète ;
- * adresse électronique ;
- * éventuellement adresse de page d'accueil personnelle ou professionnelle sur internet ;
- * titre, résumé de l'article.

- Les tableaux, graphiques, illustrations (en noir et blanc) et annexes éventuelles sont regroupés en fin d'article, numérotés séquentiellement en chiffres décimaux. Ils doivent être appelés dans le texte à l'endroit où ils doivent être insérés (ex : cf. tableau 1). La légende des graphiques et illustrations, les titres des tableaux doivent être clairement indiqués à l'aide de motifs distinctifs (hachures, points, etc.). Les tableaux sont présentés en tant que tableau et non en tant qu'image.

- Toutes les notes sont ramenées en bas de page et numérotées en continu sur l'ensemble de l'article. Elles ne doivent comporter ni tableau, ni graphique, être le plus succinctes possible et ne pas dépasser 4 lignes.

- Les citations et expressions sont à mettre entre guillemets typographiques (" ") en italiques. L'origine des citations est précisée en note. Les citations de textes étrangers doivent apparaître en français.

- L'usage du gras est proscrit.

- Les sigles doivent être développés à leur première occurrence, avec le sigle entre parenthèses, puis peuvent apparaître tels quels ensuite.

• Références bibliographiques

– Le système de références utilisé par *les Annales ESPACES* est le "système Harvard" auquel les auteurs sont invités à se référer.

Ainsi, les références bibliographiques sont appelées dans le texte en citant : le nom de famille de l'auteur, l'année de publication de l'ouvrage, ainsi que la page de référence à la suite de la citation (Nom 2004:142). Il n'y a pas de virgule après le nom de l'auteur. Les publications écrites par différents auteurs sont séparées à l'aide de points-virgule (Nom 2002 ; Name 1994). Les différentes publications d'un même auteur sont séparées à l'aide d'une virgule (Nom 1999, 2002).

Lorsque deux ou plusieurs ouvrages ont été écrits par un auteur dans la même année, on les différencie en utilisant des lettres alphabétiques (ex : Nom 2000a, 2000b).

Les références bibliographiques sont présentées en fin de texte, par ordre alphabétique des noms d'auteur, sans numérotation. Toute référence bibliographique citée dans la bibliographie doit avoir été citée dans l'article, et inversement. En cas d'ouvrage (ou d'article...) collectif, tous les noms doivent être cités. Exemples :

Article de revue

Auteur, A.A. and Auteur, B., Year. Titre de l'article. *Titre de la revue*, Vol (issue), pages.

Ouvrage

Auteur, A., Année. *Titre du livre*. Lieu de publication: Editeur.

Chapitre dans un ouvrage collectif

Auteur, A., Année. Titre du chapitre. *In*: A. Directeur (dir.). *Titre du livre*. Lieu de publication: Editeur, pages.

Document internet

Auteur, A., Année. *Titre du document* [online]. Source. À partir de URL [Consulté le jour mois année].

Article de journal

Auteur, A. (or Titre du journal), Année. Titre de l'article, *Titre du journal*, jour mois, page, colone.

Thèse

Auteur, A., Année. *Titre de la thèse*. Type de thèse (diplôme). Nom de l'université.

7 • Principes d'édition

Les principes suivants s'appliquent aux articles soumis à la revue.

1. Les auteurs sont responsables de l'exactitude de leurs références et citations.
2. Les auteurs dont les articles ou rubriques ont été acceptés en cédant les droits de façon permanente aux *Annales ESPACES*, notamment pour la constitution des archives internet de la revue. Ces auteurs peuvent librement republier ces travaux (sous forme imprimée ou électronique) dans la mesure où :
 - ils indiquent clairement les références à la publication originale dans les *Annales ESPACES* ;
 - ils en avertissent la directrice de la publication et lui envoient un exemplaire de la nouvelle publication (annaes@revue-espaces.com).
3. Les auteurs dont les articles ou rubriques ont été acceptés garantissent la revue *Annales ESPACES* contre tout recours ou action de tiers (éditeurs, auteurs, etc.) dont les droits d'auteur auraient été enfreints, de façon délibérée ou non.
4. L'éditeur de la revue *Annales ESPACES* se réserve le droit d'opérer des modifications éditoriales, dans tout article accepté pour publication, à des fins de corrections stylistiques ou typographiques. Les auteurs ne seront consultés qu'en cas de modifications importantes.