

Quel serait l'objet d'une « science du tourisme » ?

Giorgia Ceriani-Sebregondi, Amandine Chapuis, Jean-Christophe Gay, Rémy Knafou, Mathis Stock et Philippe Violier

Volume 27, numéro 1, printemps 2008

Science du tourisme ou études touristiques ?

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1070890ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1070890ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Ceriani-Sebregondi, G., Chapuis, A., Gay, J.-C., Knafou, R., Stock, M. & Violier, P. (2008). Quel serait l'objet d'une « science du tourisme » ? *Téoros*, 27(1), 7–13.
<https://doi.org/10.7202/1070890ar>



Quel serait l'objet d'une « science du tourisme » ?

**Giorgia Ceriani-Sebregondi,
Amandine Chapuis,
Jean-Christophe Gay,
Rémy Knafou, Mathis Stock
et Philippe Violier**

Un article de commande

L'initiative de cet article ne vient pas de ses auteurs. C'est en effet une commande de la rédaction de *Téoros*, adressée à l'un des auteurs (Rémy Knafou), à laquelle nous avons décidé de répondre à la fois positivement et collectivement, tous les auteurs étant membres de l'équipe MIT (Mobilités, Itinéraires, Tourismes) (quatre chercheurs confirmés, une jeune chercheuse venant de soutenir sa thèse, mais déjà expérimentée, et une doctorante).

Cette introduction signifie deux choses importantes : d'une part, l'équipe MIT, qui travaille dans le champ du tourisme depuis bientôt quinze ans, ne porte pas le projet de constituer une « science du tourisme », mais, jusqu'à présent, elle s'était fixée comme objectif de se donner les moyens d'approcher sérieusement et scientifiquement le tourisme en tant que fait majeur de société ; d'autre part, on lui demandait, dans le cadre d'une perspective qui n'est pas explicitement la sienne, de dire ce que pourrait être l'objet d'une science du tourisme, anticipant le préalable du bien-fondé de la création d'une telle science.

Position de l'équipe MIT

Si nous ne faisons pas partie de ceux qui militent en faveur de l'avènement d'une « science du tourisme », nous n'appartenons pas non plus à la catégorie de ceux qui pensent qu'une telle hypothèse serait déplacée, inopportune ou impossible par nature.



Touristes en Israël.

Photo : © photographie Michel Hasson

L'équipe MIT, constituée en 1993 autour du projet fondateur d'approcher scientifiquement le tourisme avec les outils de la géographie, postulait que le tourisme était un sujet suffisamment sérieux pour justifier à la fois de s'y investir et de renouveler la manière dont il était abordé en géographie. L'objectif affiché était d'opérer une fertilisation croisée en se servant de la géographie renouvelée pour s'interroger fondamentalement sur la nature du tourisme, en s'appuyant sur les enseignements de l'étude du tourisme pour enrichir la théorie géographique. En produisant un savoir sur la production des lieux touristiques, leur dynamique et leur généalogie dans le contexte d'une analyse de sociétés à individus mobiles traversées par des processus liés à la mondialisation, il semblerait que l'essentiel de cet objectif soit atteint. Dès lors, sont réunies pour l'équipe les conditions qui permettent d'aller plus loin, y compris de s'interroger sur les limites, mais aussi les perspectives de l'approche géographique du tourisme partagée avec d'autres disciplines, au service d'une ambition commune plus large : après avoir fait bénéficier la géographie des apports de la réflexion sur le tourisme, il

peut s'agir de faire bénéficier les autres disciplines qui s'intéressent au tourisme des apports de l'approche géographique du tourisme. Ce faisant, il lui est permis de penser qu'elle contribue à la fondation de ce qui pourrait être une « science du tourisme », pour peu que d'autres conditions soient remplies.

Fondements d'une science du tourisme

Éclairages et conditions pour la construction d'une science du tourisme

Une « science du tourisme » n'est pas en soi une perspective à rejeter par principe et ce, pour des raisons tant empiriques – d'autres exemples sont là pour nous le rappeler – que théoriques, car, comme le rappelle Jacques Lévy (1994), « chaque science sociale est à la fois globale dans son champ et partielle dans son objet ». Or, le tourisme a bien cette dimension globale des faits importants de société, d'autant que la période est favorable au rassemblement d'entreprises à



visée scientifique autour d'objets plus ou moins nouveaux ou dont la prise en compte implique des moyens nouveaux (*computer science(s)*, science(s) de la ville, etc.).

Ne pas rejeter par principe l'idée d'une « science du tourisme » ne signifie cependant pas que celle-ci réunisse toutes les conditions de son fonctionnement et de sa reconnaissance. Une condition fondatrice existe : l'importance croissante du tourisme dans nos sociétés.

En revanche, une autre condition n'est actuellement pas remplie, si l'on se réfère à la définition de la « science normale » chez Thomas Samuel Kuhn (1983), c'est-à-dire l'absence d'une véritable communauté de chercheurs unis autour d'un paradigme dominant. En effet, le tourisme en tant qu'objet scientifique présente la particularité de n'être qu'assez rarement défini par les chercheurs eux-mêmes ; au contraire, il fait l'objet d'une définition par une organisation internationale, l'Organisation mondiale du tourisme, dont les objectifs ne relèvent pas de la sphère scientifique, définition d'ailleurs aussi communément répandue qu'elle est peu satisfaisante. Et, facteur aggravant, cette définition du tourisme, très attrape-tout (toutes sortes de motifs, professionnels, religieux, de santé, etc., étant retenus), présente la singularité de ne satisfaire ni les chercheurs exigeants ni les professionnels qui ont à gérer des flux de nature différente.

Enfin, il peut être intéressant de remarquer que, au moins dans le contexte français, une partie de ceux qui appellent de leurs vœux une science du tourisme ne sont pas des « scientifiques », mais des « experts », c'est-à-dire des individus à la compétence autoproclamée, ou bien sont des enseignants-chercheurs qui ne bénéficient pas toujours d'une reconnaissance établie sur le plan scientifique dans leur discipline respective et qui, par ailleurs, ne se sont pas toujours spécialement signalés par un désir affiché de construire scientifiquement leur objet d'étude.

Cette dernière remarque n'invalide pas pour autant le souhait ou l'attente d'une « science du tourisme », mais on pourrait paraphraser Jean-Michel Hoerner (2000 : 18) (qui dit que « le tourisme n'a pas la science qu'il mérite ») en écrivant que « le tourisme n'a pas toujours les scientifiques qu'il mérite », ce qui, du reste, ne suffit pas à le singulariser dans le contexte des sciences sociales existantes.

Cela dit, si une « science du tourisme » est souhaitable et/ou souhaitée, elle devra donc combattre à la fois les préjugés et les idées reçues attachés souvent au tourisme et se démarquer de ce qui pourrait apparaître comme une simple recherche de label destinée à faciliter des visées plus marchandes que « scientifiques ». Cette nécessité est renforcée par le contexte spécifique d'un tourisme socialement mal aimé, même si économiquement apprécié.

Avec la perspective de construire une « science du tourisme », on se trouve dans une démarche de demande de reconnaissance dans le contexte d'un secteur traditionnellement déconsidéré. Cela peut donc être interprété comme la manifestation d'un complexe collectif d'infériorité, mais aussi comme le résultat d'une stratégie volontaire destinée à la fois à faire œuvre scientifique et à effacer un handicap social.

Le paysage scientifique : l'environnement d'une « science du tourisme »

La tendance se répand, depuis quelques décennies, à construire une science autour d'objets considérés comme suffisamment déterminants et cohérents pour être abordés de manière autonome. C'est par exemple le cas autour de l'objet « ville » ou « urbain » (*urban studies*), ou de la question du genre (*gender studies*), mais aussi autour de l'objet tourisme, à travers la multiplication des *tourism studies*. Dans la perspective de la construction d'une science du tourisme, il faut donc se demander comment elle se positionnerait par rapport aux *tourism studies* déjà existantes. S'agit-il d'un projet fondamentalement différent, notamment dans ses ambitions, ou d'une étape supplémentaire dans un processus entamé par les *tourism studies* et visant à la constitution, *in fine*, d'une science du tourisme ?

Il n'est pas aisé de répondre à cette question, tant les productions existantes sont elles aussi disparates et inégales. Tout d'abord, les *tourism studies* n'échappent pas à la tendance générale à la professionnalisation de l'université. Ainsi, les départements appelés *tourism studies* ont, pour la plupart, une structure de formation professionnelle et non une structure de recherche. Parmi les groupes d'étude réalisant un véritable travail scientifique sur le tourisme, tels le *Tourism Studies Working Group* de l'université cali-

fornienne de Berkeley et la revue *Tourist Studies*, la posture épistémologique affichée semble se situer à l'opposé de la constitution d'une discipline universitaire autour du tourisme. Le *Tourism Studies Working Group* se définit en effet comme un forum pluridisciplinaire de chercheurs sur le tourisme et les voyages (*tourism and travel research*) qui n'a pas pour vocation la création d'une discipline scientifique : « *Rather than a discipline in its own right, we see tourism studies as a node at which numerous disciplines intersect and cross-fertilize.* » (Tourism Studies Working Group de Berkeley, 2007) Au contraire, même le maintien d'une perspective pluridisciplinaire est préféré à une intégration des différentes approches au sein d'une seule discipline : « *We hope to promote and sustain a multidisciplinary approach to tourism.* » (Tourism Studies Working Group de Berkeley, 2007)

Dans ces expériences, c'est la diversité des approches qui constitue le projet de production scientifique et non leur homogénéisation en vue de l'intégration dans une nouvelle discipline scientifique. On peut donc *a priori* penser que les *tourism studies* proposent un projet intellectuel différent de celui de la constitution d'une discipline scientifique, mais, en même temps, qu'il y concourt objectivement, même si les visées épistémologiques des *tourism studies* – anti-positivistes :



La tour Eiffel, Paris.

Photo : © photographie Michel Hasson



« *confront the field's dominant (post) positivist approaches* » (Ateljevic et al., 2007) – ne semblent pas cadrer avec l'objectif de constitution d'une science du tourisme. En effet, ces différents groupes de travail sur les *tourism studies* constituent des espaces de dialogue entre disciplines et contribuent à la production progressive d'une définition commune de l'objet « tourisme » et d'un vocabulaire partagé par les chercheurs. De plus, ils autorisent la confrontation, l'évaluation et, pourquoi pas, à terme, l'intégration d'approches scientifiques issues de différentes disciplines.

Sans en avoir l'intention déclarée, les *tourism studies* participent à l'élaboration d'une communauté scientifique et de paradigmes communs qui pourraient constituer les fondements d'une « science du tourisme ». Ces fondements, par leur genèse originale, valorisant la pluridisciplinarité et la multiculturalité des approches, permettraient sans doute à cette « science du tourisme » d'être en phase avec la diversité actuelle des phénomènes touristiques.

Des obstacles majeurs : éclatement disciplinaire et objet en mutation

Si les *tourism studies* et une future « science du tourisme » ne divergent pas fondamentalement dans leurs approches, elles sont confrontées à des obstacles communs. Dans la perspective de construire un corpus théorique cohérent et autonome sur le tourisme, il y aurait, en effet, plusieurs défis importants à relever, aussi bien théoriques que pratiques. Le tourisme fait l'objet d'études disciplinaires multiples mais compartimentées, juxtaposant les analyses économiques, sociologiques, historiques, géographiques, anthropologiques, architecturales, etc. Cette diversité peut devenir une richesse, mais elle représente pour l'instant une difficulté à surmonter entre disciplines très cloisonnées, en particulier dans le contexte français. Le premier défi serait donc certainement de se donner les moyens intellectuels et matériels de constituer une approche véritablement pluridisciplinaire, sans tomber dans les travers assimilateurs dénoncés par les tenants des *tourism studies*, mais sans rester, non plus, au niveau d'une « science carrefour », virant facilement au bric-à-brac, dont le tourisme en posture de recherche de crédibilité scientifique aurait tout intérêt à faire l'économie.

Il s'agirait tout d'abord d'élargir et de renouveler l'éventail des approches, en faisant intervenir notamment les disciplines spécialisées dans l'étude des réseaux et des équipements technologiques et numériques, dont l'usage se généralise dans les pratiques touristiques¹.

D'un point de vue plus théorique, la recherche en tourisme et, *a fortiori*, une « science du tourisme » se trouvent confrontées à la tendance accentuée à réduire la recherche en tourisme à des études de cas appliquées, souvent liées à des commandes de prestataires ou de décideurs politiques locaux, des destinataires qui influencent fréquemment l'orientation théorique et empirique vers une approche en termes de marketing, visant à mesurer les profits potentiels ou à les optimiser. Ces travaux, bien qu'intéressants et utiles, ne peuvent remplacer une recherche fondamentale en amont, dont l'objectif est de penser le tourisme et ses dynamiques. Il est d'ailleurs frappant de constater que la très grande majorité des instituts de recherche en tourisme sont des lieux de formation en marketing territorial et touristique, qui limitent leurs activités de recherche à quelques enquêtes localisées ou, dans le meilleur des cas, à la production de données d'observation brutes, sous la forme d'observatoires des pratiques touristiques. Ces analyses restent largement orientées sur le système marchand, alors qu'on sait que les pratiques touristiques hors circuit marchand vont croissant, ce qui limite fortement leur portée analytique selon des points de vue global et théorique.

En outre, une « science du tourisme » devrait nécessairement prendre en compte les évolutions contemporaines de la mondialisation, brouillant progressivement les frontières entre les différentes formes de mobilité, en les insérant progressivement dans un système global de mobilités. Une telle dynamique pose la question centrale de la pertinence d'une « science du tourisme » isolant une pratique de mobilité en interaction systématique avec d'autres et, dans le cas de sa constitution, de sa capacité à prendre en compte cet aspect majeur du phénomène touristique aujourd'hui et demain. Le tourisme, en tant que pratique de mobilité, interagit très directement avec d'autres pratiques de mobilité, notamment les migrations, mais aussi les mobilités professionnelles comme les voyages d'affaires ou les congrès internationaux ou encore avec les mobilités religieuses

de pèlerinage. Une « science du tourisme » ne pourrait donc faire l'économie d'une réflexion sur son insertion, théorique et méthodologique, dans un champ d'analyse élargi qui inclut les interactions avec les autres formes de mobilité au sein du système global des mobilités.

Cette dynamique « mobilitaire » soulève également une question de méthodologie d'approche, pour les chercheurs en tourisme et plus généralement les chercheurs en sciences sociales, puisque la mobilité, sous toutes ses formes, infuse aujourd'hui la quasi-totalité des réalités sociales. Comment saisir la mobilité et les gens mobiles ? Faut-il construire une méthodologie spécifique qui prenne en compte l'originalité fondamentale de ces acteurs ? Cela n'est possible et nécessaire que si l'on considère la mobilité comme une pratique qui transforme durablement le rapport au Monde des individus (Ceriani, 2007). Dès lors, ils méritent d'être appréhendés dans et à travers leur mobilité, par exemple en mettant le chercheur lui-même dans le mouvement : un mouvement physique, qui peut se traduire dans le fait de suivre les acteurs au fil de leurs pratiques de mobilité, et un mouvement intellectuel, visant à produire des concepts dynamiques, ne fixant pas une réalité dans un statisme purement abstrait. Des démarches innovantes ont déjà été proposées pour adapter la recherche aux transformations sociétales contemporaines, mais les travaux sur le tourisme, encore fortement attachés à l'analyse des flux et des stocks de clientèle, ont pris un retard certain.

Enfin, la construction d'une science du tourisme se heurte à une autre nécessité de taille, celle de prendre en compte le tournant sociétal récréatif, également nommé *recreational turn* (Stock, 2007). Ce processus se caractérise par une démocratisation et une généralisation des pratiques récréatives dans les sociétés contemporaines, occidentales ou non. Il entraîne notamment une diversification des pratiques récréatives, des lieux de récréation et même des temps de récréation, abolissant progressivement les organisations saisonnières pour se diriger vers un fractionnement croissant des temps récréatifs tout au long de l'année. Comment dès lors distinguer le tourisme d'autres pratiques récréatives comme les loisirs, dans un contexte où les mobilités font désormais partie du quotidien ? On pourrait, au contraire, faire l'hypothèse que le tourisme s'intègre dans un continuum récréatif avec d'autres pratiques, dont il resterait à déterminer les critères de distinction². Dans le



cadre d'une « science du tourisme », il faudrait donc approfondir cette démarche, en confirmant ou en infirmant cette hypothèse par des études empiriques et en enrichissant l'éventail conceptuel à disposition pour penser le tourisme et ses évolutions.

Contribution de l'équipe MIT à la construction d'une « science du tourisme »

Sans se réclamer de la construction d'une « science du tourisme », les travaux de l'équipe MIT contribuent depuis 1993 à fonder une approche scientifique du tourisme et à constituer des outils conceptuels, ainsi que des éléments méthodologiques cohérents. Les chercheurs de l'équipe MIT poursuivent également, depuis le début, l'objectif de réhabiliter le tourisme comme champ de recherche à part entière et, surtout, les touristes comme des acteurs sociaux de premier rang, en luttant contre les idées reçues qui circulent au quotidien, y compris dans les milieux scientifiques.

Reprenre le fil

Les démarches pour construire une approche scientifique du tourisme sont anciennes et multiples en Europe. Les écrits scientifiques sur le tourisme datent du début du XX^e siècle, l'un des premiers ouvrages étant celui de Josef Stradner en 1905 (*Der Fremdenverkehr* [Le tourisme]). Les premières tentatives (par Glücksmann) de mise en place d'une « science du tourisme », ou plutôt d'« études touristiques » (*Fremdenverkehrslehre*), datent des années 1920 en Allemagne, à Berlin plus précisément, où un institut de recherche et une revue (*Archiv für Fremdenverkehr* [Archives du tourisme]) sont créés. Cependant, à peine cinq ans plus tard, l'institut est dissous. Vienne prend alors le relais en 1934 grâce à l'ouverture du *Wiener Institut für Fremdenverkehrsforschung* [Institut viennois de recherche sur le tourisme]. C'est en 1941, en Suisse cette fois, que reprennent les efforts, avec la création d'un institut de recherche à Berne (*Forschungsinstitut für Fremdenverkehr* [Institut de recherche sur le tourisme]) et d'un autre à St. Gallen (*Seminar für Fremdenverkehr* [Centre de documentation sur le tourisme]), initiés par Walter Hunziker et Kurt Krapf. S'ensuit la publication d'un livre fondamental de ces auteurs, intitulé *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* [Précis de science générale du tourisme] (Hunziker et Krapf, 1942).

Cette construction de longue haleine, et pas toujours heureuse, a été rétrospectivement organisée par Hasso Spode en 1993 pour définir des phases de constitution d'une science du tourisme (Tourismwissenschaft) dans l'aire germanophone, allant de l'invention (1920-1940) à la spécialisation (1940-1970) et enfin aux changements (depuis 1970). Durant la période de l'invention, de nombreux manuels synthétisant le savoir sur le fait touristique ont été publiés en Europe. Les auteurs tentaient notamment de proposer une définition scientifique du tourisme, par exemple Norval en 1936, dans son ouvrage intitulé *The Tourist Industry* : « *We can [...] define a tourist as one who enters a foreign country for whatsoever purpose other than for permanent residence or regular business across the border and who spends in the country of temporary sojourn money which has been earned elsewhere.* » (cité dans Hunziker et Krapf, 1942 : 26)

Néanmoins, le livre *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* de Hunziker et Krapf reste celui qui a le plus de répercussions dans la recherche sur le tourisme, dans la mesure où il propose une définition du tourisme, « ensemble de relations et de phénomènes qui émergent de la présence de personnes étrangères aux lieux » (1942, p. 21), reprise encore aujourd'hui par l'AIEST (Association internationale des experts scientifiques du tourisme), et qu'il influence tout un ensemble de recherches en Allemagne, en Suisse et en Autriche, parfois jusqu'à aujourd'hui.

La contribution du MIT se place dans la même perspective d'exigence scientifique que ces premières tentatives, mais elle repose sur une approche dialogique à la fois centrée sur la géographie, discipline de formation des membres de l'équipe, et ouverte aux autres disciplines. En témoignent notamment les bibliographies des ouvrages produits et les réflexions élaborées à partir ou sur des thématiques travaillées par d'autres disciplines comme l'anthropologie, l'économie, l'histoire, la sociologie, les sciences de gestion, etc. Nous exposons cette contribution en trois points qui nous semblent fondamentaux dans la perspective de l'émergence d'une science du tourisme : le travail sur la posture, celui sur les concepts et enfin celui sur les outils et les méthodes.

Un travail sur la posture

Le sens du tourisme pour la société industrielle demeure en effet peu exploré, en dehors d'un ouvrage de Jean Viard (1988). La plupart des chercheurs spécialisés en tourisme prennent plutôt le pli de se renfermer sur leur objet et de peu communiquer avec leurs pairs, ce qui constitue le pendant inévitable du discrédit qui pèse sur cet objet et, en conséquence, il ne peut rien en sortir de bon pour comprendre la société. Au contraire, pour l'équipe MIT, le tourisme ne peut se penser indépendamment de la société – industrielle ou postindustrielle – au sein de laquelle il se développe.

La production scientifique sur le tourisme est marquée par le discrédit attaché à la figure du touriste, moquée et dépréciée par rapport au voyageur. Jean-Didier Urbain avait déjà tenté une réhabilitation à partir de l'analyse de textes romanesques (1991). Nous avons prolongé cette analyse dans *Tourismes 1. Lieux communs* (Équipe MIT, 2002), en montrant comment certains discours scientifiques et journalistiques peuvent être questionnés et en proposant une réflexion sur le sens du tourisme au sein des sociétés industrielles. En commençant la série de nos ouvrages intitulés *Tourismes* (2002, 2005, à paraître) par cette approche critique des idées reçues, nous tenions à démontrer que le tourisme remet en cause un des privilèges majeurs des élites, la maîtrise de l'espace, qui est longtemps passée par l'accès exclusif à un certain nombre de lieux, dont les lieux touristiques. Ce point essentiel permet d'éclairer le débat sur le tourisme et de considérer la « tourismophobie » comme une forme de résistance à la diffusion sociale.

La production scientifique sur le tourisme, élaborée tardivement, si l'on confronte les dates des premières publications (années 1940 à 1960) à l'apparition de la pratique (XVIII^e siècle), s'est peu intéressée aux touristes, considérés comme des objets et appréhendés à travers les flux et les effets, économiques puis sociaux et environnementaux. Le touriste, en tant que tel, était seulement étudié par le biais du prisme nébuleux de la « motivation » ou sous l'angle globalisant de la demande qui cherche à comprendre les comportements à travers une batterie d'indicateurs sociaux. Notre recherche (Knafou et al., 1997 ; Équipe MIT, 2002) a consisté au contraire à placer le touriste au cœur de l'analyse du tourisme et à affirmer son rôle majeur comme acteur à travers ses intentions



Touristes au Vatican, Rome.

Photo : © photographie Michel Hasson

et son projet de récréation, en relation avec sa vie quotidienne. En prenant pour référence les travaux de Roger Caillois sur le jeu (1958), nous avons cherché à comprendre les structures élémentaires des pratiques des touristes et nous avons mis en évidence les quatre fondements du tourisme actuel : jouer, découvrir, se reposer et acheter. Cette approche va à l'encontre de l'analyse dominante qui consiste à comprendre le tourisme à partir des entreprises et de la sphère marchande. Cette dernière appréhende le tourisme comme un ensemble ou une chaîne qui lie les entrepreneurs et dont le touriste est le plus souvent exclu en tant qu'acteur (Lanquar, 1994 ; Raboteur, 2000). On en vient ainsi à éluder toutes les pratiques qui échappent à l'intégration totale dans la sphère marchande et qui constituent pourtant l'essentiel des mobilités touristiques.

Ce recentrage sur le touriste induit également une réflexion sur la mise en acte du projet et sur la capacité du touriste à se confronter à l'altérité. Le tourisme se nourrit de la diversité du Monde, en même temps que les disparités constituent un problème que les touristes doivent maîtriser. Le rôle des entrepreneurs consiste justement à réduire ces difficultés et à élargir l'éventail des destinations accessibles. Comment les touristes se répartissent entre les différentes destinations est un problème auquel Stanley Plog (1974), qui a très tôt trouvé une solution, répond par la corrélation entre le gradient d'altérité et le caractère plus ou moins

aventurier du touriste (*psycocentric/allocentric*). Si cette proposition a été pertinente en son temps, notamment parce qu'elle mettait l'accent sur le touriste, elle est insuffisante et, surtout, ne rend plus compte de la réalité. En effet, elle enferme l'individu dans un déterminisme psychologique et exclut, de fait, l'évolution de la capacité de l'individu à s'affranchir de manière relative des contraintes, par la construction d'un savoir sur le Monde et d'une maîtrise de la mobilité et de l'être ailleurs. Or, tous nos actes peuvent être appréhendés comme des apprentissages et l'on peut affirmer qu'on ne naît pas touriste, mais qu'on le devient (comme nous le verrons plus loin). Ensuite, l'évolution du tourisme vers davantage de personnalisation a stimulé la recherche d'adaptation des prestations de la part des entreprises et il existe aujourd'hui un grand nombre de propositions de nature variée pour une même destination. Cela va de la persistance du forfait classique tout compris, qui se diversifie néanmoins selon le degré de confort accessible aux touristes, aux circuits à la carte, lesquels, dans certains cas, se présentent comme des propositions concurrentes (listes d'hébergements de différents modes, marques, localisation...), parmi lesquelles le touriste choisit, afin de réaliser un assemblage sur mesure. Le rôle du touriste est donc central et croissant et il devient de plus en plus nécessaire à la compréhension du tourisme de s'interroger sur cet acteur, ses pratiques, sa capacité à circuler...

Un travail sur les concepts

L'équipe MIT a également revisité des concepts fondamentaux et en a proposé de nouveaux pour contribuer à l'analyse du tourisme. Ce travail ne consiste pas à élaborer des définitions immuables, mais à se doter des outils pour penser le tourisme, si bien que ces concepts évoluent au fil des publications.

Le travail le plus ancien et le plus fondamental du point de vue de la construction d'une « science du tourisme » a été réalisé sur le concept de tourisme. Entre les auteurs qui privilégient la définition en extension et brouillent les pistes en multipliant les catégories de tourisme/te et ceux qui reprennent sans discussion approfondie les définitions des appareils statistiques des États ou de l'Organisation mondiale du tourisme, l'équipe MIT s'est attachée dès sa constitution à proposer une approche réflexive permettant de démêler l'écheveau passablement enchevêtré. La rupture avec les écrits antérieurs et la distinction avec ce qui a continué d'être écrit repose sur l'inscription claire du tourisme dans le temps non contraint maîtrisé par les individus, au sein duquel leur marge de manœuvre est la plus importante, et sur la « récréation » qui s'opère à leur bénéfice pendant cette période, à travers des pratiques spécifiques comme le jeu, la découverte, le repos et plus tardivement le magasinage. Cette proposition a été élaborée à partir des travaux de Jafar Jafari (1988), d'Eric Dunning et Norbert Elias (1994), notamment.

Mais ces auteurs ont essentiellement écrit sur les loisirs et n'ont pas accordé une place importante au déplacement, au changement de lieu qui semble central dans le tourisme, aux yeux des géographes qui placent les lieux comme objet fondamental de leur discipline, illustration concrète de ce que le dialogue entre les sciences peut apporter à une connaissance globale du tourisme. Une double distinction a ainsi été posée, dès 1997, entre loisirs (pas de déplacement) et tourisme (déplacement, au sens de changer de place, d'aller hors de l'espace quotidien, et non par rapport à un seuil quantitatif qui n'a pas le même sens selon les groupes et les individus) et entre les déplacements liés aux affaires, qui relèvent du temps contraint (l'individu n'a pas élaboré l'intention de se déplacer, il obéit à un programme fixé par son entreprise, il ne choisit pas la destination, il ne maîtrise qu'une faible partie de son temps) et ceux induits par le tourisme, marqués par le libre arbitre.



Le tourisme est donc un changement de place induit par l'intention des touristes de mettre en œuvre des pratiques dans des lieux adéquats. Ce franchissement de distance et cet « habiter le Monde » se heurtent à l'altérité autant qu'ils s'en nourrissent et posent des problèmes, que contribuent à résoudre de nombreux acteurs. Cette approche nous a motivés à concevoir et à proposer un concept de tourisme qui intègre l'ensemble comme un système (Knafou et Stock, 2003).

De plus, le recentrage sur le touriste nous a en outre amenés à remettre en cause le concept d'attraction et à lui substituer le concept d'élection. Ce ne sont pas les lieux qui attirent, mais les touristes qui les choisissent en fonction de leurs aptitudes plus ou moins identifiées à permettre la réalisation heureuse de leurs projets touristiques. Cette analyse conduit également à dépasser l'analyse par le regard (Mac Cannell, 1976) en adoptant un point de vue plus global qui inclut tous les sens dans l'expérience touristique (Équipe MIT, à paraître).

Au-delà, comme le touriste est un urbain, il crée des lieux urbains avec des attributs de centralité, ce dont rend compte la présence de commodités urbaines dans les lieux touristiques, en rupture avec la hiérarchie urbaine classique fondée sur la masse de population permanente. Ainsi, le touriste joue non seulement un rôle actif dans la sélection des lieux touristiques, mais aussi dans leur changement de qualité, en leur procurant un gain d'urbanité, qui peut en faire des villes (Équipe MIT, à paraître ; Duhamel, 2007).

Par ailleurs, le touriste met en œuvre des compétences géographiques spécifiques qui s'expriment dans son choix des lieux et des pratiques, dans son attitude plus ou moins affranchie vis-à-vis des nombreux encadrements qui lui sont proposés. Petit à petit, individuellement, mais aussi au fil des générations, il fait l'apprentissage de la mobilité (Ceriani *et al.*, 2004). L'apprentissage est ainsi une notion commune aux sciences sociales, mais qui, à l'exception de l'analyse de Pascal Cuvelier (1998), n'avait jamais fait l'objet d'une réflexion dans le contexte du tourisme et qui permet de comprendre les évolutions des pratiques touristiques au cours d'une vie en fonction de l'acquisition de compétences spatiales par chaque individu.

Si la question des lieux n'a jamais été absente des travaux des géographes, il manquait une approche systématique qui appréhende l'ensemble des lieux du tourisme dans leur diversité, sans les amalgamer dans une appellation globale et de fait confuse, comme le mot « station » qui tend à occulter la complexité de la réalité. La typologie proposée dans *Tourismes 1* (Équipe MIT, 2002) a été enrichie dans le manuel *Le Tourisme. Acteurs, lieux et enjeux* (Stock, 2003) et fait encore l'objet de recherches (Duhamel, 2007). Son intérêt principal réside dans l'émancipation par rapport au critère traditionnellement adopté du milieu géographique. En effet, nous avons voulu dépasser cette approche déterministe pour montrer que la localisation littorale, montagnarde ou rurale d'un lieu touristique n'était pas un critère pertinent, mais, qu'à l'inverse, des lieux structurellement assez similaires pouvaient exister dans ces différents milieux. Cette réflexion a été menée essentiellement sur le plan élémentaire et les esquisses d'une approche à une échelle régionale (conurbation, district touristique...) doivent encore être approfondies, ainsi que les dynamiques qui sont à l'origine du passage d'un type à l'autre (notion d'itinéraires de lieux, Équipe MIT, à paraître).

Notre ambition est également de faire avancer les concepts fondamentaux de la géographie en les regardant à travers le prisme du tourisme. Bien que marquée et influencée par les travaux dans d'autres disciplines (comme nous l'avons déjà soulevé), notre approche géographique du tourisme revisite l'analyse de l'espace, dans sa diversité, à partir du concept d'altérité, par exemple, qui nous permet de penser un certain nombre de dispositifs touristiques qui servent à ménager le différentiel qui existe entre le lieu touristique et le touriste.

Dans *Tourismes 1* (Équipe MIT, 2002), l'accent était mis sur l'effet de lieu ; dans *Tourismes 2* (Équipe MIT, 2005), nous avons créé le nouveau concept de « moment de lieu³ » pour appréhender le problème posé par la relation entre des lieux emblématiques et les pratiques touristiques ainsi que la question de la diffusion de modèles de lieux.

Un travail sur les outils et les méthodes

Le recours à l'analyse systémique pour le tourisme apparaît en 1992 (alors que Georges Cazes l'utilise pour structurer son manuel :

système d'acteurs, d'images et de lieux). L'année suivante, Daniel Clary propose d'utiliser la démarche systémique pour appréhender la complexité, mais son approche demeure trop marquée par les sciences physiques et reste assez mécaniste. Nous avons donc poursuivi la réflexion en utilisant le système pour rendre compte des liens existants entre les acteurs, les lieux, les pratiques, tant dans la définition du tourisme que dans le repérage d'une dynamique du tourisme (Knafou et Stock, 2003).

Parce qu'il s'agit de travailler sur une réalité sociale évolutive et fondée sur la mobilité, nous avons cherché à élaborer des outils qui prennent en compte cette dimension dynamique du tourisme. Ainsi, les touristes ne sont pas classés dans des catégories étanches et déterministes, mais appréhendés dans un processus d'apprentissage et dans un continuum de pratiques, intégrant plus ou moins de mobilité, de récréation et d'altérité. De même, les lieux touristiques ne sont pas définis par leurs attributs physiques ou historiques d'attractivité, mais appartiennent temporairement à des types généraux. Ils se situent dans des itinéraires de lieux qui évoluent avec l'air du temps, sans direction téléologique. L'approche du tourisme que nous proposons est dynamique, dans la mesure où elle n'enferme ni les touristes, ni les lieux, ni même le tourisme (pratique de mobilité dans un système plus large) dans une posture statique.

Enfin, notre démarche confronte des terrains variés afin d'alimenter notre réflexion théorique. Par exemple, nous avons élaboré un modèle de mise en tourisme des lieux (Équipe MIT, 2000). C'est en partant du constat que la plupart des lieux anciennement touristiques le sont encore aujourd'hui alors que les conditions qui ont présidé à leur mise en tourisme (paysages, sociétés locales, etc.) ont largement été bouleversées que nous avons été amenés à remettre en cause les préceptes du développement durable (politiques de préservation des espaces naturels comme des sociétés, etc.).

Conclusion

À la question « quel serait l'objet d'une science du tourisme ? », nous avons répondu par l'analyse des conditions de l'émergence d'une telle science et nous avons résumé les apports de l'équipe MIT mobilisables en vue d'un tel projet, reliant ainsi les contenus aux acteurs qui les portent, l'objet ne pouvant être détaché du contexte sociologique.



Nous avons montré que le tourisme, par son analyse poussée et par la complexité de son système, contribue à un renouvellement de la réflexion théorique en géographie. Mais la même démarche peut aussi, par l'ambition qu'appelle son objet, concourir à alimenter le terreau d'une « science du tourisme ». Elle a prouvé qu'une réflexion scientifique sur le tourisme est possible et fertile, nourrissant ainsi l'idée, sans pour autant la revendiquer, qu'une « science du tourisme » serait légitime, par la richesse et la centralité sociale de son objet. C'est alors une question d'opportunité d'orientation scientifique, la balle étant plus que jamais dans le camp des acteurs de la production scientifique.

Les auteurs, **Giorgia Ceriani-Sebregondi**, Université Paris IV ; **Amandine Chapuis**, Université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne ; **Jean-Christophe Gay**, Université de Nice-Sophia-Antipolis ; **Rémy Knafou**, Université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne ; **Mathis Stock**, École Polytechnique Fédérale de Lausanne ; **Philippe Violier**, Université d'Angers, sont tous membres de l'équipe MIT (*Mobilités, Itinéraires et Tourismes*) de l'Université Paris 7 – Denis Diderot, Institut de Géographie.

Notes

- 1 Selon les porteurs du projet, les résultats du projet européen *Aladdin, Mobile Destination Management for SMEs* (2007-2011), consistant en l'expérimentation, par un échantillon de touristes, de guides touristiques électroniques portatifs, montrent, par exemple, l'intérêt des acteurs du tourisme (individus touristes et professionnels) pour ce type d'équipement visant à « s'adapter aux nouveaux modèles comportementaux des clients ». ([<http://www.buletins-electroniques.com/actualites/52067.htm>])
- 2 Mathis Stock (2007) propose, par exemple, de faire varier le continuum des pratiques récréatives en fonction du degré d'altérité qu'elles impliquent, le tourisme se situant alors dans un degré d'altérité supérieur aux loisirs.
- 3 Le « moment de lieu » est une période (plus ou moins longue) au cours de laquelle « le lieu, en raison de l'invention ou de la consolidation d'une pratique ou, plus généralement, d'une innovation sociale à dimension spatiale affirmée, constitue une référence, voire un modèle pour d'autres lieux » (Équipe MIT, 2005). Ainsi, Bath a pu être consi-

dérée comme la matrice de tous les lieux touristiques. Chamonix (à la fin du XVIII^e et au début du XIX^e siècle) comme le « moment de lieu » des pratiques de la haute montagne ou encore Benidorm comme celui du tourisme de masse et de l'urbanisation généralisée du littoral.

Bibliographie

- Ateljevic, Irena, Annette Pritchard et Nigel Morgan (dir.) (2007), *The Critical Turn in Tourism Studies. Innovative Research Methodologies*, Toronto, Elsevier.
- Caillois, Roger (1958), *Le jeu et les hommes : le masque et le vertige*, Paris, Gallimard.
- Cazes, Georges (1992), *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, Bréal.
- Ceriani, Giorgia (2007), *Quand la mobilité change le rapport au Monde : migrants marocains en Méditerranée*, thèse de doctorat, Département de géographie, Université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne.
- Ceriani, Giorgia, Rémy Knafou et Mathis Stock (2004), « Les compétences cachées du touriste », *Sciences humaines*, n° 145, p. 27-31.
- Clary, Daniel (1993), *Le tourisme dans l'espace français*, Paris, Masson.
- Cuvelier, Pascal (1998), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme, une approche socio-économique*, Paris, L'Harmattan.
- Duhamel, Philippe (1997), *Les résidents étrangers européens à Majorque (Baléares). Pour une analyse de la transformation des lieux touristiques*, thèse de doctorat, Département de géographie, Université Paris 7 – Denis Diderot, non publiée.
- Duhamel, Philippe (2007), *Tourisme et temps long. Essai sur la généalogie des lieux touristiques. Lecture et mise en perspective du cas français*, HDR (Habilitation à diriger des recherches), Université d'Angers, document non publié.
- Dunning, Éric et Norbert Elias (1994) [1986], *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris, Fayard.
- Équipe MIT (2000), « La mise en tourisme des lieux : un outil de diagnostic », *Mappemonde*, n° 57, vol. 1, p. 2-6.
- Équipe MIT (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin.
- Équipe MIT (2005), *Tourismes 2. Moments de lieux*, Paris, Belin.
- Équipe MIT (à paraître), *Tourismes 3. La révolution durable*, Paris, Belin.
- Hoerner, Jean-Michel (2000), « Pour la reconnaissance d'une science touristique », *Espaces*, n° 173, juillet-août, p. 18-20.

Hunziker, Walter et Kurt Krapf (1942), *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Zürich, Polygraphischer Verlag, 392 p.

Jafari, Jafar (1988), « Le système du touriste : modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques », *Society and Leisure*, vol. 11, n° 1.

Knafou, Rémy et Mathis Stock (2003), « Tourisme », dans Jacques Lévy et Michel Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin.

Knafou, Rémy, Mireille Bruston, Florence Deprest, Philippe Duhamel, Jean-Christophe Gay et Isabelle Sacareau (1997), « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, tome 26, n° 3, p. 193-204.

Kuhn, Thomas Samuel (1983), *La Structure des révolutions scientifiques*, Paris, Flammarion, coll. « Champs ».

Langar, Robert, 1994 [1983], *L'économie du tourisme*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? ».

Lévy, Jacques (1994), *L'espace légitime*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

Mac Cannell, Dean (1976), *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken Books.

Plog, Stanley (1974) « Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity », *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 14, n° 4, février, p. 55-58.

Raboteur, Joël (2000), *Introduction à l'économie du tourisme*, Paris, L'Harmattan, coll. « Sociétés et économie insulaires ».

Spode, Hasso (1993), « Geschichte der Tourismuswissenschaft », dans Haedrich Günther, Claude Kaspar et Kristiane Klemm (dir.), *Tourismusmanagement. Tourismusmarketing und Fremdenverkehrsplanung*, Berlin, p. 911-924.

Stradner, Josef (1905), *Der Fremdenverkehr*, Graz, Leykam, 100 p.

Stock, Mathis (dir.) (2003), *Le Tourisme. Lieux, acteurs et enjeux*, Paris, Belin.

Stock, Mathis (dir.) (2003-2004), « Habiter », *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, vol. 29-30, nos 115-118, 234 p.

Stock, Mathis (2007), « European Cities: Towards a Recreational Turn? », *Hagar Studies in Culture, Polity and Identities*, vol. 7, n° 1, p. 115-134.

Tourism Studies Working Group de Berkeley (2007), en ligne [www.tourismstudies.org], consulté en novembre 2007.

Urbain, Jean-Didier (1991), *L'idiot du voyage*, Paris, Payot.

Viard, Jean (1988), *Penser les vacances*, Arles, Actes Sud.