

Quelques ouvrages marquants

Volume 18, Number 3, Fall 1999

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071857ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071857ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

(1999). Quelques ouvrages marquants. *Téoros*, 18(3), 67–68.

<https://doi.org/10.7202/1071857ar>



QUELQUES OUVRAGES MARQUANTS

Dans le cadre de ce numéro de bilan et de prospective, en quelques lignes, chacun des membres du comité de rédaction de Téoros a soumis le titre d'une ou de deux publications qui a, selon lui, marqué la recherche en tourisme, ces dernières années. Les approches esquissées par le regroupement sont aussi pluridisciplinaires que le sont celles qui caractérisent les articles de Téoros : nous espérons, ainsi, que chaque lecteur y découvrira quelque titre qui suscitera son intérêt. Il va de soi que ce regroupement est aussi subjectif qu'incomplet, et ne prétend aucunement dresser le portrait réducteur de travaux qui croissent en nombre chaque jour. Nous n'avons voulu que partager ces « coups de cœur », avancées majeures ou regards croisés, qui, nous l'espérons, caractérisent le souffle nouveau du tourisme, en cette fin de millénaire - ou à l'aube du prochain...

Pascal CEVELIER

Anciennes et nouvelles formes de tourisme, Paris, L'Harmattan, collection Tourisme et Sociétés, 1998.

L'auteur articule sa description de l'évolution touristique actuelle à la thèse du passage d'une société industrielle fordiste, à laquelle est intimement associé le tourisme de masse, à une société post-fordiste, porteuse d'un changement significatif des attentes et des comportements. Il présente l'Espagne comme un exemple éloquent de cette évolution.

Charles DE BLOIS-MARTIN

L'évolution des rapports entre les politiques du patrimoine et du tourisme au Québec, Université Laval, Faculté des sciences sociales, Département de science politique, mémoire de maîtrise, 1997, 112 p.

Bel essai qui permet de comprendre pourquoi l'État québécois, si entreprenant en économie, n'a pas réussi à se doter de politiques du patrimoine ni du tourisme au cours des 30-35 ans écoulés depuis la Révolution tranquille. Dans les deux cas, c'est une politique de la culture qui fait défaut. La crise d'identité, au Québec, continue...

Jean FROIDURE

Du tourisme social au tourisme associatif. Crise et mutations des associations françaises de tourisme, Paris, L'Harmattan, 1997, 190 p.

L'auteur, professeur émérite de l'Université de Toulouse le Mirail, trace à grands traits l'évolution du tourisme social français de l'après-guerre à aujourd'hui. Il souligne particulièrement les mutations qu'a connues le tourisme social français, confronté à la baisse des aides publiques et sociales à l'investissement, à la concurrence des opérateurs commerciaux et à l'évolution de la demande. Il précise que, malgré certaines faillites retentissantes, la plupart des associations ont relevé le défi et se sont transformées en véritables entreprises d'économie sociale. Il soulève aussi plusieurs questions sur l'avenir du projet social, plus nécessaire que jamais... Enfin, il rappelle que « le tourisme social français n'est pas le seul à être entré dans l'ère des mutations » et que c'est l'ensemble du tourisme social mondial « qui se trouve confronté à des défis majeurs et à la nécessité de se redéfinir » comme en fait foi la récente Déclaration de Montréal, adoptée en 1996 par le Bureau international du tourisme social. Un ouvrage brillant, documenté et stimulant !

Serge GAGNON

L'émergence du tourisme au XIX^e siècle : l'exemple de Charlevoix, Université Laval, Faculté des lettres, Département de géographie, mémoire de maîtrise, 1996, 154 p.

Sous-titré *Une analyse morphologique, dynamique et sémiotique*, cet ouvrage est un bel exercice de réinterprétation de faits historiques à la lumière d'un nouveau cadre théorique. C'est un travail qui mérite mention, d'autant plus que l'auteur poursuit sa démarche pour l'ensemble du Québec, au doctorat.

C.M. HALL et S.J. PAGE

The Geography of Tourism and Recreation - Environment, Place and Space, Routledge, London, 1999, 309 p.

Chef-d'œuvre sur un grand thème dans le domaine du tourisme et du loisir : l'aspect géographique. Les auteurs introduisent les concepts géographiques et spatiaux qu'ils appuient sur l'une des plus grandes listes de référence qui existent : plus de 1 000 entrées spécifiques. Le lecteur obtient donc à la fois une présentation actuelle et une remarquable encyclopédie bibliographique qui pourra servir à diverses études. Il s'agit donc d'un livre très utile pour l'étudiant qui commence des études touristiques !

**Philipp KOTLER, Donald H. HAIDER
et Irving REIN**

*Marketing Places: Attracting Investment,
Industry, and Tourism to Cities, States, and
Nations*, Free Press, 1993, 388 p.

Kotler et coll. abordent la question du développement des produits et des attractions touristiques tout en considérant les aspects tangibles et intangibles du produit touristique. Le lecteur trouvera dans ce bouquin moult renseignements concernant les stratégies pour attirer les touristes, le développement d'une image pour une destination touristique, ainsi que la question des investissements nécessaires pour la création d'une attraction touristique.

Peter E. MURPHY

Quality Management in Urban Tourism,
John Wiley & Sons, 1997, 297 p.

Cet ouvrage collectif traite de la gestion du tourisme en milieu urbain en accordant une attention spéciale à la gestion de la qualité des attractions et des lieux touristiques. Murphy utilise une vision multidisciplinaire pour analyser la gestion du tourisme, des points de vue du management, du marketing et de l'économie. Il analyse en outre l'expérience que le touriste urbain vit, tant du point de vue du comportement du consommateur que de l'entreprise. Cet ouvrage offre une vision globale de la gestion du tourisme à partir de plusieurs champs d'intervention.

Tom SELWYN, ed.

*The Tourist Image : Myths and Myth-
Making in Tourism*, Chichester, Wiley,
1996, 270 p.

Premier pas significatif au chapitre de la sémiologie du tourisme qu'avait amorcée Dean MacCannell il y a plus de vingt ans, cet ouvrage lumineux peut être résumé dans cette phrase, inscrite en quatrième de couverture : « Tourism depends on culturally constructed images and the tourist industry relies on the creation of myths and fantasies about places and people ».

Loin d'être restreint à la perspective anthropologique qu'adoptent d'emblée les auteurs de ses douze articles, *The Tourist Image*, sans pourtant s'y appliquer explicitement, détruit irrémédiablement la croyance répandue selon laquelle le tourisme folkloriserait quelque utopique Culture existant *a priori* et que sa mise en tourisme condamnerait à l'artificialité. Bien au contraire, l'ouvrage montre combien les signes (mythes), à travers lesquels se construisent les rapports au passé d'un groupe ou d'une civilisation, sont le fait d'un aller-retour incessant entre l'imaginaire local et celui des « visiteurs » ; en d'autres mots, le tourisme est tout aussi déterminant de la codification de traits culturels que le passé ou « l'héritage ». En cela, Selwyn s'affranchit de MacCannell, encore très attaché à la vision structuraliste selon laquelle il convenait de retrouver les significations abolies par l'univers moderniste ; assumant — au contraire de MacCannell — qu'il n'existe pas un touriste, mais bien plusieurs, Selwyn, en s'attachant au processus sémiogénétique de l'image touristique, révèle que les significations — culturelles, touristiques — sont autant de fabrications mythologiques (au sens de Barthes) dont les assises ressortissent bien plus à la pertinence d'une image qu'à quelque facteur d'authenticité.

Bref, un grand pas en avant dans la compréhension du tourisme et, plus encore, de la morphogenèse culturelle et de ses assises touristiques ; il fait chaud au cœur de constater, à cette lecture, qu'au moins douze auteurs partagent ces postulats et ces préoccupations.

**Groupe de prospective
présidé par Jean VIARD**

*Réinventer les vacances. La nouvelle
galaxie du tourisme*, La documentation
française, Paris, avril 1998.

Voilà un exercice réellement prospectif qui, à la demande de la direction du Tourisme français et du Commissariat général du Plan, a voulu imaginer la demande touristique en France à l'horizon 2010, en déterminant les enjeux pour les professionnels et les pouvoirs publics et en imaginant quels types d'investissements seront nécessaires pour l'avenir. L'originalité de cette étude réside dans sa méthode qui consiste à examiner tout ce qui est susceptible de modifier les pratiques des touristes, y compris lorsqu'ils ne sont pas touristes : croissance économique, pratiques de consommation, évolution de la vie au travail, de l'offre touristique, des nouvelles technologies, etc.

S. WILLIAMS

Tourism Geography, Routledge, London,
1998.

Voilà une autre publication très utile, facile à assimiler au début d'un programme d'études en tourisme, où l'étudiant et l'étudiante peuvent rapidement arriver à une compréhension acceptable de ce que représente l'approche géographique dans les études touristiques et dans les recherches en tourisme. Le livre de Williams va au-delà de la populaire série *Que sais-Je ?* publiée par la Librairie française Hachette en ce qu'il couvre les points les plus importants de l'interprétation des thèmes tourisme et géographie !