

## UN NOUVEAU MANUEL SUR LE TOURISME

Le manuel de Jean-Michel Dewailly et Émile Flament, appelé sobrement ou témérement « Le Tourisme », tente de faire le tour de la question en moins de 200 pages<sup>1</sup>, dont deux tiers environ d'analyse et un dernier tiers de documents, méthodes, repères et outils, comme pour les autres ouvrages de la collection. Le cœur du livre est donc circonscrit à la première partie qui est divisée en dix chapitres. Successivement sont abordés les définitions, la « matière touristique », la demande touristique et les différentes facettes de l'espace touristique avant de l'étudier aux échelons inférieurs et moyens, le tourisme international, le tourisme dans quatre milieux différents (littoral, montagnard, rural et urbain), pour conclure sur les conséquences économiques, démographiques et culturelles du tourisme dans les lieux d'accueil. Sur le plan informatif cet ouvrage est riche, notamment par la volonté des auteurs de sortir du cadre hexagonal en multipliant les exemples étrangers. Toutefois plusieurs points nous posent problème.

Il y a tout d'abord le sujet même du livre, que MM. Dewailly et Flament renoncent à définir en éludant la question lorsqu'ils affirment qu'« il est bien difficile de définir le tourisme, car chacun conçoit sa propre façon de faire du tourisme » (p. 10), alors que dans certaines sciences on se déchirerait sur la question et on y consacrerait des chapitres entiers. En mettant en avant le caractère subjectif du tourisme, qu'on peut énoncer par le titre du livre du linguiste John Austin *Quand dire c'est faire* - « un individu fait du tourisme quand il a le sentiment d'en faire » (p. 10) -, ne se retrouve-t-on pas dans une impasse scientifique ?

Ensuite, on peut reprocher aux auteurs d'avoir oublié les touristes. Leur rôle dans la mise en tourisme des lieux apparaît peu. À ce propos, les photographies sont symptomatiques. Sur la quinzaine proposée, pas une seule ne présente des touristes de près. Seules trois ou quatre montrent des foules de loin. Toutes les autres offrent des paysages étrangement sans vie, profondément mélancoliques. On a globalement l'impression que les touristes ne sont pris qu'en tant que masse et pas comme individus.

Il est aussi nécessaire de se pencher sur la force des habitudes qui conduit à distinguer quatre types d'espaces touristiques : le littoral, le montagnard, le rural et l'urbain. Outre le fait que ces catégories ne reposent pas sur les mêmes critères, ce qui explique les chevauchements que ne contestent pas les auteurs (p. 18), un tel classement rend mal compte de la dynamique des lieux touristiques, de leur variété et de leur organisation spatiale. Plutôt que de distinguer a priori une station de ski d'une station balnéaire, il serait peut-être bon de montrer en quoi elles se ressemblent et se distinguent d'un village du Club Méditerranée ou d'une curiosité isolée. Une des tâches fondamentales du travail scientifique n'est-elle pas d'écorner les certitudes ?

Un mot encore. L'innovation du livre, l'apparition de la notion de « matière touristique », se substituant à celles de « potentiel », de « ressources » ou d'« offres » touristiques, ne nous semble

---

<sup>1</sup> Dewailly J.-M. et Flament É, 2000, *Le Tourisme*, Paris, SEDES, coll. « Campus Géographie », 192 p.

pas convaincante. Plus généralement, à trop simplifier et condenser, les auteurs ont caricaturé leur pensée et nous ne pouvons que préférer leur livre précédent<sup>2</sup>.

Jean-Christophe GAY  
Université Montpellier-III - Paul-Valéry

---

<sup>2</sup> *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES, coll. « Dossiers des images économiques du monde », 1993.