LES INTERFACES
RUPTURES, TRANSITIONS ET MUTATIONS

sous la direction de Françoise PAGNEY BÉNITO-ESPINAL

PUB
PRESSES UNIVERSITAIRES DE BORDEAUX

ESPACES TROPICAUX N° 19

Tourisme, interfaces et discontinuités

Jean-Christophe GAY*,

* Équipe MIT, Paris-VII, Professeur des universités, Université de Nice-Sophia Antipolis, 98, boulevard Edouard-Herriot, BP 3209, 06204 Nice Cédex 3, gay.jean-christophe@orange.fr

Mots clés : tourisme, interface, discontinuité, enclavement, altérité.

Résumé : Afin d'éclairer la manière dont le tourisme règle la question de l'altérité entre le touriste et les lieux visités, nous avons fait appel au concept d'interface. Ainsi, pour comprendre les lieux touristiques, les procédés d'organisation et les pratiques des individus, nous mettons en évidence l'existence de trois formes d'interface : celle ménageant l'altérité, celle l'exploitant et celle la mettant en scène.

Tourism, interfaces and discontinuities

Keywords : *tourism, interface, discontinuity, enclosing, alterity.*

Abstract : *In order to understand the way turism deals with the problem of alterity between tourists and touristic places, we use the concept of interface. Thus, to analyse touristic places, their organisation and individual practices, we pointed out three different kinds of interfaces : one coping with alterity, the second using it and the third staging alterity.*

Parole chiave : *turismo, interfaccia, soluzione di continuità, interclusione, alterità*

Riassunto : Turismo, interfaccia i soluzione di continuità
Per capire meglio come il turismo gestisce il problema dell'alterità tra turista e luoghi visitati, proponiamo di ricorrere al concetto di interfaccia. In questo modo, per capire i luoghi turistici, la loro organizzazione e le pratiche individuali, abbiamo individuato tre possibili interfaccie : quella che attenua l'alterità, quella che la utilizza e quella che la mette in scena.

La question des interfaces touristiques nous apparaît séduisante pour comprendre les pratiques touristiques, mais également les différentes formes spatiales que prend le tourisme. Notre intention ici est de proposer quelques pistes de réflexions sur un sujet vaste, qui mériterait que les géographes s'y intéressent un peu plus qu'actuellement. Toutefois, avant de poursuivre, il nous semble nécessaire de faire une mise au point terminologique sur les trois termes composant le titre de cette communication. Selon la définition de M. Stock et R. Knafou (2003), le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces participant de la récréation des individus par le

déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien. Les discontinuités sont une forme spécifique de différenciation spatiale impliquant un voisinage et une dissemblance (Gay, 1995). Il s'agit donc d'une configuration spatiale dans laquelle les lieux voisins tendent à s'opposer. L'interface est un objet géographique s'inscrivant *grosso modo* sur la discontinuité et assurant la mise en relation de différents systèmes socio-spatiaux. Si les gares, les aéroports ou les postes de douane sont des lieux d'interface par excellence, le tourisme en propose d'autres.

Notre hypothèse est que les interfaces touristiques sont des dispositifs visant à mettre en relation le touriste avec des lieux ou des individus qui lui sont autres. Cette réflexion place donc la question de l'altérité au centre de notre problématique. Le tourisme est une activité reposant sur la volonté d'aller dans des lieux autres. À ce titre, l'Ailleurs, comme dimension géographique de l'altérité, en est un ressort majeur. Mais cette altérité n'est pas sans conséquence, car le tourisme, tout en la cherchant, est confronté à celle-ci. De la sorte, il nous semble que la gestion du différentiel d'altérité, est fondamentale pour le bon fonctionnement du tourisme ou plutôt des tourismes, eu égard à la diversité et à la grande variabilité de chaque élément du système.

En effet, les lieux ont une altérité qui évolue dans le temps, suivant leur accessibilité généralement croissante et qui favorise leur fréquentation, et selon les pratiques qui s'y développent. On pourrait calculer un indice d'altérité pour chaque destination, vu d'une aire émettrice de touristes, et qui reposerait sur la langue, le type d'écriture, la religion, la monnaie, le niveau de vie, les normes techniques, le système de santé, les mœurs, etc. Les pratiques touristiques ont cinq modalités (rencontrer, jouer, se reposer, découvrir et acheter) ayant chacune un rapport spécifique aux lieux (Equipe MIT, à paraître). De nouvelles pratiques apparaissent ou se transforment en fonction de l'évolution du rapport au corps, à la nature, aux autres, à la valeur accordée à certains lieux, à des évolutions technologiques… Les touristes ont un capital spatial variable reposant sur les capacités économique, culturelle et physiologique à se déplacer. Des revenus élevés, un apprentissage précoce au tourisme ou la maîtrise de plusieurs langues, favorisent une plus grande mobilité. On peut faire l'hypothèse que la confrontation à l'altérité se maîtrise mieux par la répétition des séjours touristiques.

En utilisant ces trois composantes du système touristique, nous allons mettre en évidence des interfaces touristiques, qui pourront être des lieux, des procédés d'organisation, des individus ou des objets dont se dotent les touristes. Par exemple, l'autocar climatisé, le guide touristique, le parent ou ami hébergeur, sont autant de formes d'interfaces ménageant plus ou moins l'altérité. Nous distinguerons trois grands types d'interfaces touristiques, en fonction de la manière dont elles organisent la confrontation avec l'altérité.

Des interfaces qui ménagent l'altérité

Il existe tout d'abord des interfaces qui ménagent l'altérité. Ce sont les plus courantes. L'enclave touristique, l'hôtel international standardisé, le paquebot de croisière ou le voyage organisé sont les principaux dispositifs conçus ou utilisés à cet effet. L'autocar touristique est une interface mobile entre le lieu d'hébergement et l'espace visité, limité parfois à une succession de sites reconnus où se côtoient momentanément société locale et touristes. De même, le guide touristique, qu'il s'agisse d'un ouvrage ou d'une personne, joue ce rôle d'interface entre le lieu visité et le touriste. Dans le cadre d'un « tourisme affinitaire », un hébergement chez la famille ou les amis donnera naissance à ce qu'on pourrait appeler des passeurs, l'ami ou le parent se transformant en guide touristique.

Il s'agit de retrouver du quotidien dans le hors quotidien, de réduire l'angoisse de l'Ailleurs pour des personnes à capital spatial relativement faible ou dans des lieux perçus comme ayant une forte altérité. Les grands hôtels qui se sont multipliés au XIXe siècle dans les lieux touristiques cherchaient à offrir à leurs clients des conditions de vie identiques à celles qu'ils avaient chez eux. Il existe d'ailleurs aujourd'hui, chez une clientèle très

huppée, la volonté de retrouver son chez soi dans les lieux fréquentés et les palaces sont habitués à leurs demandes, notamment celle d'aménager la chambre en fonction de leur désir en y introduisant des objets de leur quotidien. Le lieu du hors quotidien tend donc ici à copier le plus fidèlement possible le lieu du quotidien.

Ce type d'interface est critiqué. Depuis la naissance du tourisme en nombre, certains n'ont eu de cesse que de se moquer de ces touristes frileux : ce sont les « idiots du voyage », pour reprendre le titre du livre de J.-D. Urbain (1991), opposés à ceux qui ne se considèrent pas comme des touristes mais comme des voyageurs. Pour Stanley Plog (1974), dans son modèle psychosociologique de développement des lieux touristiques, ce type de touristes est appelé « psychocentrique » ou « dependable » ; ils ne pratiquent que des lieux très fréquentés et accessibles.

Cette analyse nous semble simpliste, car les individus ont une trajectoire et l'on constate qu'on ne peut pas toujours les assigner à une catégorie au cours de leur vie, leurs pratiques pouvant évoluer en fonction d'un apprentissage de l'altérité. On peut ainsi commencer à faire du tourisme dans le cadre de voyages organisés et par la suite opter pour des formules où l'on est plus autonome. Cette évolution peut affecter une société entière, comme les Japonais qui ont commencé à venir en Europe dans le cadre de voyages en groupes et qui, aujourd'hui, voyagent de plus en plus seuls ou en couple. Ceci nous révèle la relation entre la perception de l'altérité de la destination, l'interface choisie et les modalités dominantes. Pour un Européen aujourd'hui, la forte altérité chinoise implique majoritairement un voyage à forfait ou un circuit organisé, dominée par des pratiques de découverte.

Il faut dire que la confrontation à la réalité de certains lieux très chargés affectivement peut être à l'origine de pathologies psychosomatiques appelées « syndrome du voyageur » (vertiges, suffocations, hallucinations…). Le premier cas décrit est celui de Stendhal en 1817, exposé à une profusion d'œuvres d'art et de monuments. Pour l'Occidental aujourd'hui, l'Inde constitue un des sommets dans l'altérité et attire des touristes voyageant hors des sentiers battus. La confrontation quotidienne à une telle société fait basculer des personnes souvent sans antécédents psychiatriques dans une profonde dépression qui peut les conduire à se perdre dans une errance irrémédiable. Ceci a obligé l'ambassade de France à New Delhi à créer un poste de psychiatre pour organiser les rapatriements sanitaires. Le cas indien nous révèle que l'interface touristique peut être considérée comme un dispositif protecteur.

Les enclaves touristiques, par leur fermeture, leur mono-fonctionnalité et leur importance dans les pays en développement, sont les figures emblématiques de ce type d'interface. Le Club Med a véritablement inventé le village-club, devenu un modèle pour une multitude de lieux à travers le monde, comme les îles-hôtels maldiviennes (Gay, 2001). L'île-hôtel ou le club de vacances incarnent l'exterritorialité, principe spatial régissant ces enclaves touristiques, lieux maîtrisés par une société privée, dans lesquels s'applique une réglementation spécifique et sans population permanente.

Le Club Méditerranée a inventé dans les années 1950 le village-club de vacances autour du « tourisme de masse » et de la fameuse trilogie des « 3 S ». Dans un espace clos, une société décontractée imagine une vie de « village » en rupture avec le quotidien. L'argent est invisible dans le village qui constitue une microsociété fondée sur l'abondance, alimentaire, avec les fameux buffets, et ensuite sexuelle. Le caractère extraterritorial du village-club de vacances, s'exprime également dans la notion même de club, c'est-à-dire une association particulière d'individus, qui n'accepte ses membres que sur la base de valeurs et de pratiques communes garantissant à chacun de trouver dans le lieu des gens de même compagnie. Le village est un espace entouré de clôtures, avec ses propres règles et son lexique. Des rites de passage (chants, danses, colliers de fleurs...) marquent la rupture avec le monde extérieur et son intégration à cette « tribu » moderne. Le client devient un Gentil Membre (GM) pris en charge par des Gentils Organisateurs (GO). Comme village, le Club Med se veut également une communauté en interaction qui favorise la rencontre. La fermeture spatiale est la condition même de la liberté qui règne en interne. Ainsi, l'innovation du Club Med a résidé dans l'invention de nouvelles relations sociales dans des lieux en rupture totale avec le quotidien, mais dans une ambiance sécurisante vis-à-vis de l'altérité du

pays d'accueil. On peut y vivre toutes ses vacances sans en sortir.

Les paquebots de croisière constituent une autre forme d'enclave touristique, mobile celle-ci, qui ménage l'altérité et l'organise à partir d'interfaces standardisées et intégrées, comme lors des escales, les circuits organisés, qui font du croisiériste un client totalement captif de la compagnie de croisière. Depuis peu, ces grandes compagnies se sont mises à louer des îles ou des plages de la Caraïbe, comme Princess Cays aux Bahamas par *Princess Cruises*, la *Royal Caribbean International* qui loue une plage à Haïti, ceinturée de hautes clôtures ou *Disney Cruise Line* louant Castaway Cay aux Bahamas (Weaver, 2005).

Des interfaces qui exploitent l'altérité

S'opposant au tourisme, considéré comme standardisé et entre les mains de grandes entreprises, l'écotourisme ou le tourisme éthique veulent faire connaître l' « authenticité » de lieux, parfois à forte altérité. À cet effet, et s'opposant aux interfaces qui ne donneraient à voir qu'un succédané des lieux, les promoteurs de ce type de tourisme - vantant la découverte et dénigrant le jeu, le repos ou l'achat - cherchent la mise en relation maximale entre le touriste et la société d'accueil. Au-delà du discours bien-pensant, il s'agit, comme pour les autres formes touristiques, de la constitution d'interfaces spécifiques. Contrairement aux formes touristiques dites de masse, où celles-ci cherchent à atténuer l'altérité, il s'agit ici de la survaloriser et de la figer. Cela va des écomusées ou des chambres d'hôte européennes réinventant un style traditionnel régional, jusqu'aux campements à proximité de villages africains, à l'instar de l'association Tourisme et Développement Solidaires (TDS) qui a commencé à proposer des séjours burkinabais à Doudou en 1999, à Koïrezena en 2001 et à Zigla en 2002, en dehors des sentiers battus. Visite de l'école, aide à la cueillette, promenade dans le village sont les principales activités. Celles-ci sont encadrées par une charte, régissant le comportement des touristes, spécialement la question délicate des dons et du rapport à l'argent (les cadeaux sont interdits), véritable manuel de l'interface.

Si la force du tourisme est de proposer une altérité à la carte, il prospère également sur des discontinuités politiques (Timothy, 2001), comme d'autres activités d'ailleurs, telles le commerce et l'industrie. La mise en tourisme peut, assurément, s'appuyer sur une taxation faible et/ou des lois permissives. L'altérité ici est d'abord juridique et elle est entretenue. Elle permet aux touristes de trouver des activités interdites ou/et des articles bon marché. Les ressorts touristiques dominants sont alors le jeu ou l'achat. Casinos et boutiques en *duty free* seront les interfaces majeures mettant en relation plusieurs systèmes socio-spatiaux, tout particulièrement ceux des micro-États, dont la principale ressource est la production de lois contrastant avec celles des pays voisins, des enclaves (Macao, Campione d'Italia…), mais également des zones frontalières, au niveau de vie plus bas, à la taxation plus faible ou proposant des activités interdites dans le pays d'origine des touristes (prostitution, jeux d'argent...). La frontière États-Unis/Mexique est un haut lieu du tourisme, de même que les pourtours de l'Afrique du Sud de l'apartheid (Crush et Wellings, 1983), qui s'étaient couverts de complexes hôteliers avec casino(s), d'abord au Lesotho et au Swaziland, au moment de leur indépendance dans les années 1960, puis dans les *homelands*, avec spécialement Sun City établi aux limites de Bophuthatswana et qui accueillait un million de touristes par an au début des années 1990. La station égyptienne de Taba, sur le golfe d'Aqaba près d'Eilat, s'est développée sur ce ressort, les casinos étant interdits en Israël. Des États, sur leur propre territoire, ont accordé des privilèges et des exemptions au secteur touristique pour qu'il puisse se développer et apporter des devises nécessaires à l'économie nationale. On peut évoquer la création de zones franches touristiques, tel Freeport aux Bahamas (Bounds, 1978), avec le *Hawksbill Creek Act* de 1955 qui autorise le développement industriel, commercial et résidentiel d'une zone de 200 km^2 sur la Grande Bahama. Enfin, l'exterritorialité, la fiction juridique qui permet à certaines personnes ou à certains lieux d'échapper à l'autorité de l'État de résidence, est exploitée sur l'eau avec de multiples exemples

de bateaux de croisières qui, en quittant les eaux territoriales peuvent proposer des jeux de hasard, des produits détaxés…, comme au départ d'Eilat ou en mer Baltique.

Des interfaces qui mettent en scène l'altérité

Si les boutiques en *duty free* ou les casinos font partie de ces interfaces touristiques exploitant l'altérité, en mettant en relation des systèmes socio-spatiaux différents, la station touristique, lieu ouvert créé par et pour le tourisme (Equipe MIT, 2005), pour offrir aux touristes le séjour le plus agréable possible, a bâti son succès sur ce qu'elle proposait, c'est-à-dire un processus que Jean-Michel Dewailly nomme « endotropisme » (1990). L'altérité est faible, puisque la station est chargée d'urbanité. La station touristique est donc une production spatiale qu'on peut assimiler à une interface ménageant l'altérité, et à ce titre on pourrait la mettre dans le premier type. Mais à un niveau plus fin, la station touristique ménage toute une série de micro-interfaces, dans lesquelles sociétés locales et sociétés vacancières se côtoient (marchés régionaux, restaurants, etc.).

À côté de ces micro-interfaces banales, certains lieux touristiques doivent leur notoriété à la capacité qu'ils ont de mettre en contact différentes catégories de touristes ou de visiteurs aux motivations complémentaires. Ce sont tous les lieux courus et fréquentés par ceux qui souhaitent que leur séjour ne passe pas inaperçu, Saint-Tropez, en tête. Tous ces lieux se caractérisent par la mise en place, spontanée ou pas, d'interfaces permettant à certains de se faire admirer et aux autres de les admirer, ce qui induit une gestion plus ou moins sophistiquée des échanges entre les espaces réservés à une élite et ceux ouverts au *vulgum pecus*. Que serait Saint-Tropez aujourd'hui sans son port avec ses yachts et ses bars où la célébrité et la fortune se donnent au regard des badauds ? Il y a là, véritablement une mise en scène de l'altérité, une altérité qui n'est pas synonyme de crainte mais de fascination et de vertige. En principauté de Monaco, l'aménagement de Monte-Carlo favorise cette complicité entre l'excursionniste-voyeur et le touriste-exhibitionniste (Gay, 1998). L'*Hôtel de Paris* et le Casino sont en effet disposés autour d'une place qui permet une parfaite vision du manège des somptueuses automobiles et des touristes entrant ou sortant du célèbre palace

La mise en évidence de ces trois grands types d'interfaces nous a permis de démontrer la richesse de la relation entre tourisme et interfaces. Souhaitons que le caractère multiscalaire de notre démarche et les relations que nous avons voulu révéler entre les acteurs et les lieux puissent favoriser les approches géographiques du tourisme, mais également permettre des réflexions plus larges sur les concepts fondamentaux de la géographie, spécialement celui des discontinuités spatiales.

Bibliographie

BOUNDS, J. H., 1978 - The Bahamas Tourism Industry : Past, Present and Future. *Revista Geográfica* (Mexico), n° 88, p. 167-219.

CRUSH J. and WELLINGS P., 1983 - The Southern African Pleasure Periphery, 1966-83. *The Journal of Modern African Studies*, vol. 21, n° 4, p. 673-698.

DEWAILLY J.-M., 1990 - *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*. Paris : Masson, 248 p.

Equipe MIT, 2002 - *Tourismes 1. Lieux communs*. Paris : Belin, 320 p.

Equipe MIT, 2005 - *Tourismes 2. Moments de lieux*. Paris : Belin, 349 p.

Equipe MIT, à paraître – *Tourismes 3*. Paris : Belin.

GAY J.-Ch., 1995 - *Les Discontinuités spatiales*. Paris : Economica, 112 p.

GAY J.-Ch., 1998 - Nécessité fait loi. Le développement touristique de la principauté de Monaco. *L'Espace géographique*, Paris, n° 2, p. 169-182.

GAY J.-Ch., 2001 – L'île-hôtel, symbole du tourisme maldivien. *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 213, p. 26-52.

PLOG S. C., 1974 - Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 14, n° 4, p. 55-58.

STOCK M. et KNAFOU R., 2003 - Tourisme in LEVY J. et LUSSAULT M., *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin, p. 931-934.
TIMOTHY D. J., 2001 - *Tourism and Political Boundaries*. Londres & New York : Routledge, 219 p.
URBAIN J.-D., 1991 – *L'Idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris : Plon, 274 p.
WEAVER A., 2005 - Spaces of Containment and Revenue Capture: Super-Sized Cruise Ships as Mobile Tourism Enclaves. *Tourism Geographies*, vol. 7, n° 2, p. 165-184.

Photo 1 :
Place du Casino de Monte-Carlo (cliché J.C. Gay, août 2006)

Photo 2 :
Sint Maarten, zone franche touristique (cliché J. C. Gay, mars 2007)