

DE LA MISE EN TOURISME DES LIEUX

Cet ensemble d'articles sur le tourisme et les loisirs émane de l'équipe MIT3 * qui a consacré une partie de ses programmes de recherche à la mise en tourisme des lieux. Ces recherches s'inscrivent dans le passage d'une « géographie du tourisme » à une « approche géographique du tourisme ». La mise en tourisme des lieux est un thème de recherche nécessaire à une époque où l'idée est répandue qu'il suffit de mettre en place des équipements touristiques pour que tout espace puisse devenir touristique. Or, l'existence d'échecs là où l'on aurait pu s'attendre à un développement touristique, ou de réussites inattendues, montre que la mise en tourisme des espaces n'obéit pas à des logiques purement commerciales ou institutionnelles, ni à une « vocation naturelle » des lieux à devenir touristiques. Les lieux touristiques sont d'abord des productions culturelles issues du regard que la société occidentale a porté sur eux à partir de la Révolution industrielle et qui en a changé l'usage. En particulier, l'évolution du rapport à l'eau a été décisive dans le changement du regard comme des pratiques des lieux.

L'ouverture d'un espace au tourisme dépend aussi des capacités de la société locale à s'ouvrir et à communiquer avec l'« étranger », dispositions qui sont favorisées dans le cas des sociétés de circulation, rompues à la mobilité et aux échanges. Contrairement à une idée largement reçue, le tourisme ne peut se réduire à une activité fondamentalement étrangère aux lieux, qui se plaquerait sur un territoire aux dépens des sociétés locales : dans la plupart des cas, la société locale s'est rapidement adaptée à la venue d'étrangers sur son territoire et est devenue une actrice de la mise en tourisme. Les premiers lieux touristiques étaient situés à une distance physique et culturelle suffisante des lieux de vie des touristes pour introduire une rupture avec

l'espace du quotidien, distance qu'il faut tout de même vaincre pour assurer l'accessibilité du lieu, d'où l'importance souvent décisive des progrès des transports dans la diffusion du tourisme.

Par ailleurs, la mise en tourisme des lieux ne peut se comprendre sans une réflexion sur les conditions politiques. Si, historiquement, les touristes ont été les premiers créateurs des lieux touristiques, relayés ensuite par le marché, l'État a joué un rôle fondamental par le biais de l'ouverture ou de la fermeture des territoires au tourisme, que celui-ci soit un prétexte à une domination du territoire ou une fin en soi. Les premiers lieux touristiques se sont situés en position périphérique par rapport aux centres de pouvoir (espaces frontaliers, marges montagnardes ou littorales) et leur mise en tourisme a coïncidé bien souvent avec la constitution des États-nations et leur volonté d'intégrer ces espaces.

Au total, pour qu'un lieu devienne touristique, il faut que fonctionne un système d'acteurs, à travers la jonction entre les initiatives des premiers touristes et celle des autres acteurs, dont l'État. L'inscription des lieux touristiques dans des espaces protégés par exemple peut conduire à figer le développement touristique en fermant l'espace. Mais la mise en réserve de l'espace peut aussi produire les conditions d'une mise en tourisme ultérieure sous l'autorité de l'État ou des organisations internationales. De même, à une autre échelle, l'inscription du site d'un pays sur la liste du Patrimoine mondial participe à son intégration au système Monde. – **Équipe MIT ***

Nous publions ici le début d'une série d'articles qui se poursuivra dans un ou plusieurs prochains numéros de *Mappemonde*.

* Équipe MIT 3 (Mobilité, Itinéraire et Territoires), UPR MIT, Université Paris 7 Denis Diderot, Tour 34-44, case 7001, 2 place Jussieu, 75251 Paris cedex 05.