

POINTS DE VUE ET LIEUX TOURISTIQUES DU MONDE

Philippe Violier *,

en collaboration avec Anne Rey

RÉSUMÉ. *Le tourisme international est interprété comme une modalité de la mondialisation qui en révèle les caractères fondamentaux : polarisation au niveau mondial, historicité des disparités spatiales. Au-delà, le tourisme est aussi l'une des trajectoires possibles de l'intégration au monde. Révélés et construits par le tourisme, certains lieux en viennent à se placer dans la hiérarchie mondiale.*

• MONDIALISATION • TOURISME INTERNATIONAL

ABSTRACT. *International tourism is interpreted here as a channel of globalisation, which reveals its fundamental characteristics : polarisation on a global scale and the historicity of spatial disparities. Tourism is also one of the possible trajectories for the integration of places into the global sphere. Revealed and constructed by tourism, some places in the world have achieved a place in the global hierarchy.*

• GLOBALISATION • INTERNATIONAL TOURISM

RESUMEN. *El turismo internacional se interpreta como una modalidad de la mundialización, la cual revela sus caracteres fundamentales : polarización al nivel mundial e historicidad de las disparidades espaciales. Mas alla, el turismo constituye tambien una de las trayectorias posibles de la integración al mundo de los lugares. Revelados y construidos por el turismo, algunos lugares del mundo se ubican en la hierarquía mundial.*

• TURISMO INTERNACIONAL • MUNDIALIZACIÓN

Le tourisme international, même si l'on mesure davantage les voyages que les voyageurs, est une pratique qui se diffuse puisque l'on est passé, en moins d'un demi-siècle, de 25 millions à près de 600 millions de déplacements, soit l'équivalent de 1 à 10 % de la population mondiale (Duhamel et Sacareau 1998). Ainsi, le tourisme international apparaît bien comme l'un des marqueurs de la mondialisation, entendue comme « le produit de l'ensemble des diffusions, des échanges et communications entre les différentes parties de l'humanité » (Dollfus, Grataloup et Lévy, 1999). L'analyse du tourisme international, réalisée à partir de deux cartes, permet une approche de la mondialisation, contribuant à en mesurer les réalités et les limites. Or, si les connexions réalisées entre des lieux du monde par le tourisme participent à l'induration du niveau mondial, il

apparaît que, par ses propres processus d'intégration, l'activité touristique est aussi productrice de mondialisation : des lieux intégrés d'abord par le tourisme et pour le tourisme diversifient ensuite leurs liens avec le monde.

Nous sommes tributaires, dans cette approche, des données statistiques produites par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). La définition utilisée par cette institution confond sous l'appellation « tourisme international » différents flux aux rapports assez lointains, comme les voyages d'affaires et ceux réalisés pour le plaisir, et la ventilation entre les différentes catégories n'est pas systématiquement connue par l'OMT, dont le niveau d'information dépend largement de la bonne volonté des États membres. Ensuite, l'entreprise est influencée aussi par l'hétérogénéité de la

* Université d'Angers, Esthua, UPR MIT Université Paris 7-Denis Diderot.
E-mail : Philippe.VIOLIER@esthua.univ-angers.fr

morphologie des États. Si l'Europe est souvent présentée comme le premier sous-ensemble mondial du point de vue du tourisme international, c'est que son morcellement politique favorise la multiplication des franchissements de frontières, au contraire des États continentaux comme les États-Unis. Ces limites posées, l'univers du tourisme international apparaît d'abord comme un tout petit monde, dans lequel on se fréquente d'abord entre gens de bonne famille ; puis ce monde s'élargit sur ses marges depuis le début des années 1980.

Un si petit monde

La première carte croise les effectifs des touristes émis et des touristes reçus par un lieu. On a dû limiter l'investigation à 86 États : 83 pour lesquels l'OMT publie les deux informations, l'Allemagne, l'Italie et les Pays-Bas que nous avons pu ajouter grâce à des sources nationales. Le système touristique international produit une image étriquée de la mondialisation. Au centre du système, on trouve essentiellement les pays industriels.

Cette mobilité se présente d'abord comme une circulation entre un assez petit nombre d'États. Le coefficient de corrélation entre les flux émetteurs et récepteurs, calculé sur la base des États retenus ici, atteint 0,73. Les dix premiers pays récepteurs reçoivent plus de la moitié des touristes internationaux (53 %) et en émettent 46 %, tandis que les dix premiers pays émetteurs représentent 56 % des flux. Les uns sont surtout émetteurs (Allemagne, Japon), les autres sont en équilibre ou surtout receveurs (France, Italie, Espagne, États-Unis). Les uns comme les autres jouent un rôle majeur avec des flux supérieurs à 10 millions de voyages (soit environ 1,5 % du total mondial). Le tourisme international amène donc à rencontrer un autre, étranger sans doute, mais pas trop. C'est une première relativisation de la mondialisation. Mais déjà le tourisme international se distingue au sein des réseaux tissés par les mondialisations : le jeu de la proximité et le contrecoup de l'isolationnisme forcé de 1945 à 1990 incorporent la Pologne et la Roumanie au titre des grands États émetteurs à côté des grandes puissances industrielles, sans commune mesure avec leur poids économique réel.

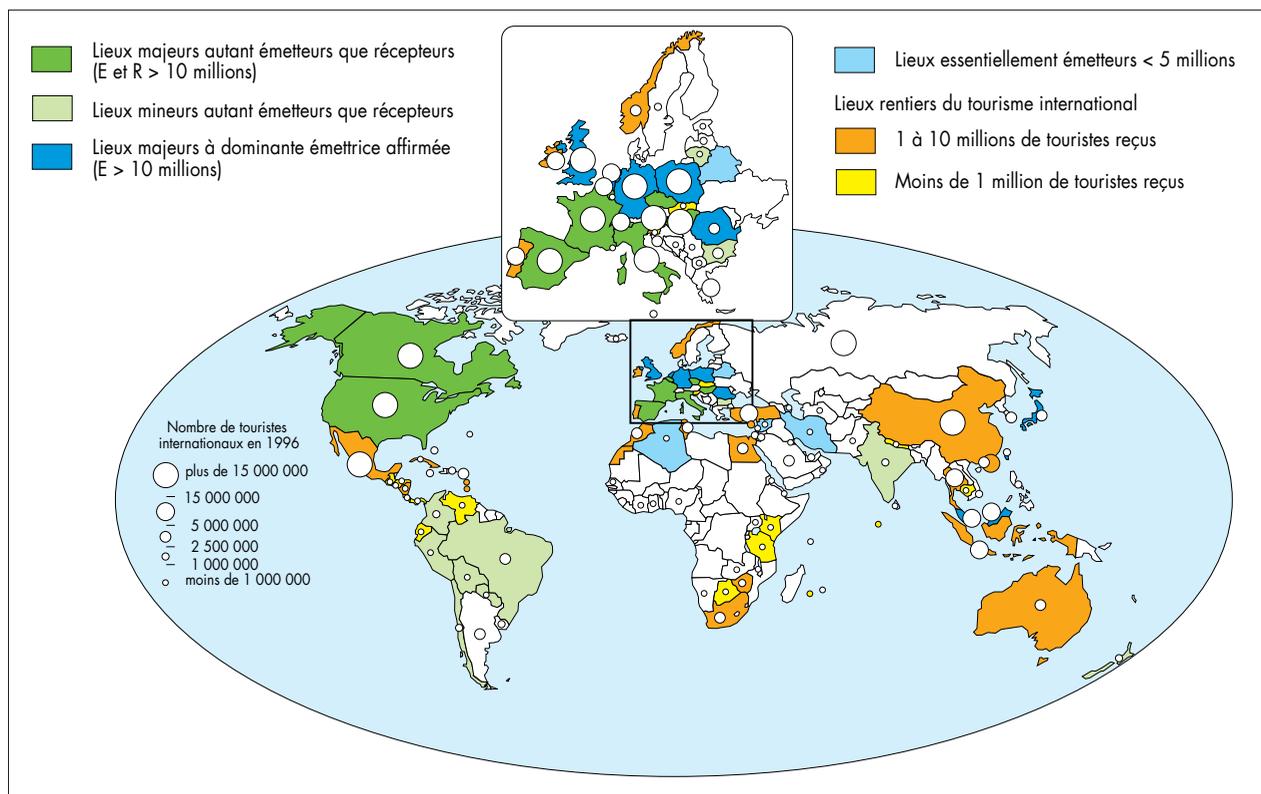
Autour de ce « centre », se dessine un anneau discontinu d'États rentiers. Ils ont en commun l'exacerbation de leur fonction réceptrice et la proximité avec les États riches. Si l'on ajoute qu'il s'agit davantage de relations d'exclusivité

au sens où, dans la plupart des cas, un État ou une poignée d'États émetteurs assurent l'essentiel du flux, on aperçoit une autre limite à la mondialisation, qui est bien loin de mettre vraiment en relation tous les lieux. Des discontinuités comme en montre l'aire islamique, ou la contraction de l'espace qui résulte du couple formé par le Kenya et la Tanzanie, soulignent que cette intégration au système Monde résulte d'une découverte et d'une volonté avant d'être l'œuvre du marché ; elle peut émaner de l'État, comme pour le Kenya (Sinclair, 1992), le Maroc ou la Tunisie, ou de la société locale, comme à Bali (Picard, 1992) ou au Népal (Sacareau, 1997). Cependant cette stratégie est souvent précédée d'une découverte par des explorateurs, premiers touristes, au Sénégal (Masurier, 1998) ainsi qu'au Kenya ou au Népal. Sur ces bases s'édifie progressivement un système qui tend à réduire la distance. La chartérisation en représente la modalité la plus achevée, permettant la réduction de la distance apparente. Enfin, l'anneau austral, discontinu également, souligne l'éloignement de nombreux pays du Sud et la marginalisation d'une grande partie de l'Amérique latine, de l'Afrique et du monde Indien.

L'évolution récente : une recomposition aux marges

La seconde carte montre l'évolution des flux touristiques depuis le début des années 1980, en croisant les valeurs du coefficient directeur de la droite de régression (1983 à 1996) et l'effectif des touristes reçus en 1983. La similitude des deux cartes est éclatante : les plus fortes progressions se réalisent dans des États qui étaient déjà des acteurs majeurs (Amérique du Nord et Europe occidentale) ou qui sont en continuité avec le cœur du système. Les changements principaux concernent d'abord trois États, le Mexique, la Turquie et la Chine, proches des grandes puissances : un paradis tropical frontalier des États-Unis, une Turquie qui prolonge l'aventure touristique de la Méditerranée, la Chine entre l'affirmation du foyer émetteur japonais, et sa politique prudente et mesurée d'ouverture. La progression rapide du tourisme international affecte ensuite les États d'Europe médiane les plus engagés dans le processus de mutation comme la Pologne, la Hongrie ou la Tchéquie.

Des écarts à l'ordre économique général peuvent se lire à travers ces évolutions. Si certains États sont à leur place, leur présence dans l'ordre du tourisme international renvoyant à leur situation de « nouveau pays industriel », d'autres sont manifestement valorisés par le choix du tourisme comme

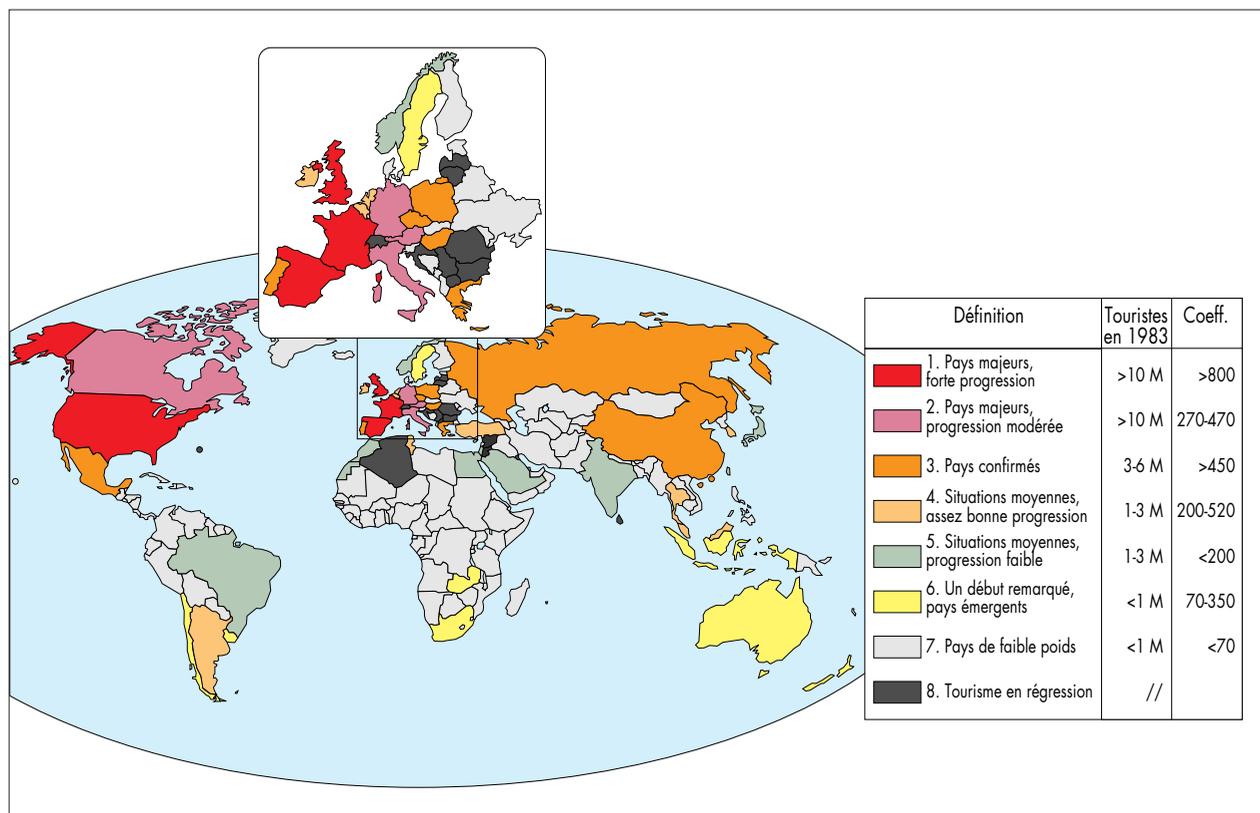


1. Un si petit monde : émetteurs et récepteurs de touristes

critère de classement. C'est que la manne touristique, même s'il convient de la relativiser, en intégrant les coûts induits par la mise en tourisme, est un puissant facteur d'intégration au monde. Ainsi, le rôle spécifique du tourisme comme modalité de la mondialisation prise comme processus d'intégration au monde apparaît.

L'histoire de l'archipel des Baléares l'illustre en permettant de reconstituer le processus de son intégration dans le monde par le tourisme. Tout d'abord, des stratégies d'acteurs le distinguent. M. Ségui (1995) évoque les conversions de fortunes accumulées dans la terre, le commerce ou la banque, et l'émergence d'hommes nouveaux, qui participent à la mise en tourisme à côté d'étrangers, dans un environnement favorable d'ouverture et de stimulation par l'État. Les premiers succès obtenus, ils sont partis à la conquête du monde, soit en multipliant les implantations (Canaries, Costa Blanca, Amérique centrale, États-Unis, Europe), soit en se portant acquéreurs d'entreprises des pays riches. Le groupe Fluxia a ainsi créé en 1994 le troisième voyageur anglais, Sunworld, avant d'acquérir l'irlandais Abbey Sun, devenu Sun World

Ireland. Le groupe Barcelo est devenu, à partir de l'entreprise de transport par autocar créée en 1931 par le père de l'actuel dirigeant, un groupe diversifié dont les activités s'étendent de l'hôtellerie (87^e groupe mondial) et de l'organisation de voyages à l'électronique et à l'édition (journal *El Dia Baleares*), de Palma de Majorque à Miami et à Prague. Le groupe Sol a acquis en 1987 les hôtels Melia, vendus par le groupe luxembourgeois Interpart; actuellement, c'est le douzième groupe mondial; G. Escarrer, qui ouvre en 1956 l'hôtel Altair, à l'origine du groupe, a débuté dans le secteur touristique comme garçon de courses pour une agence Cook et a effectué un stage à Londres. P. Duhamel (1997) analyse un troisième temps : l'archipel poursuit son intégration au monde par la diversification de ses activités, cette fois par l'installation de résidents d'origine européenne, arrivés dans la lignée du tourisme. La mise en tourisme des Baléares a ainsi constitué un moment essentiel de leur histoire, les projetant dans le monde. Une fois acquis les apprentissages, l'archipel est devenu un « centre » du monde touristique. Les empires économiques se tissent à l'échelle nationale puis internationale. Enfin, au dernier stade, le lieu se diversifie.



2. Dynamique des lieux du tourisme international entre 1983 et 1996

Mais cet itinéraire exige du temps et une volonté continue d'ouverture. Il est d'autant plus difficile à accomplir que le lieu est distant des États riches. Ainsi l'État mauricien s'est-il lancé dans le tourisme, avec l'aide d'un programme des Nations unies, à la suite de l'effondrement de son économie sucrière. Il a favorisé la conversion des capitaux par des incitations en faveur des investissements hôteliers, et créé un centre de formation. Cependant les groupes locaux (Sun International et Beachcomber), qui dominent le marché de l'île, demeurent de petite taille. Les conditions du passage au stade de la construction d'un réseau ne sont pas réunies. La distance aux marchés européens qui apportent la plus grande partie de la clientèle, exprimée en temps et en coût, est trop forte. Le réveil de l'Afrique du Sud apparaît trop récent et fragile pour offrir une alternative. Dès lors, les groupes hôteliers mauriciens ne peuvent partir à la conquête du monde, essaimer comme les groupes majorquins des Baléares vers les Canaries puis l'Amérique centrale.

Les États de l'Europe médiane soulignent aussi toutes les incertitudes de cette intégration par le tourisme. Les plus

proches, au double sens de la distance physique et de la réduction de la distance économique par l'application plus rapide de réformes, se sont imposés, dans les années récentes, comme grands États émetteurs et comme nouvelles destinations (Tchéquie, Pologne, Hongrie). Un second ensemble, des pays Baltes aux Balkans, apparaît en déclin sur la carte. Bulgarie et Roumanie avaient bien, dès les années 1960, misé sur le tourisme en produisant un chalet de stations le long du littoral de la mer Noire ; mais les fluctuations des relations internationales, le vieillissement des investissements et du système touristique, le relatif immobilisme manifesté depuis 1990, les ont effacés de la scène du tourisme international.

La polarisation actuelle par les États riches et l'intégration d'une poignée de lieux au système Monde montre, à la fois, que cette mondialisation est une polarisation (Massey, 1999) au profit d'un petit monde, et que la variété des histoires des lieux n'en condamne aucun *a priori*, sans pour autant constituer une possibilité complètement ouverte. C'est le regard occidental qui sélectionne,

pour l'essentiel, les hauts lieux du tourisme international ; les États jouent un rôle majeur dans l'amplification des flux en favorisant ou non l'ouverture du pays.

Références bibliographiques

- CAZES G., 1989, 1991, *Les Nouvelles Colonies de vacances – le tourisme international à la conquête du tiers monde*, Paris : L'Harmattan, 2 tomes.
- CAZES G., 1989, *Le Tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir*, Paris : Hatier.
- CAZES G., 1994, « Le tourisme international dans les relations nord-sud, Perspectives territoriales et géopolitiques », *Teoros*, 13, n° 2.
- CAZES G., 1998, « Tourisme et développement : du modèle " intégré " au modèle soutenable » in MICHEL F., *Tourismes, touristes, sociétés*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et sociétés.
- DOLLFUS O., GRATALOUP C., LÉVY J., 1999, « Trois ou quatre choses que la mondialisation dit à la géographie », *L'Espace géographique*, 1, p. 1-11.
- DUHAMEL P., 1997, *Les résidents étrangers européens à Majorque (Baléares)*, thèse, université Paris 7.
- DUHAMEL P., SACAREAU I., 1998, *Le tourisme dans le monde*, Paris : Armand Colin.
- HARRISON D. (ed.), 1992, *Tourism and the less developed countries*, Londres : John Wiley and sons.
- MASSEY D., 1999, « Humeur : lieux, cultures et mondialisation », *Géographie et cultures*, n° 29, p. 97-101
- MASURIER D., 1998, « Sous la plage... les pavés ? Enjeux et contradictions sociaux et culturels du tourisme en Basse Casamance » in MICHEL F., *Tourismes, touristes, sociétés*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et sociétés.
- MICHAUD J., 1998, « Tourisme et contrôle étatique dans les périphéries nationales » in MICHEL F., *Tourismes, touristes, sociétés*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et sociétés.
- MICHEL F., 1998, « Vers la touristification de la planète ? » in MICHEL F., *Tourismes, touristes, sociétés*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et sociétés.
- MICHEL F., 1998, « Impacts sociaux du tourisme international : univocité ou variabilité ? » in MICHEL F., *Tourismes, touristes, sociétés*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et sociétés.
- Organisation Mondiale du Tourisme, 1998, *Compendium de statistiques du tourisme 1992-1996 et Annuaire*.
- MONTENEGRO A.M., 1994, « Le tourisme international au Brésil », *L'Information géographique*, Paris : Armand Colin, 58, p. 199-210.
- PICARD M., 1992, *Bali : tourisme culturel et culture touristique*, Paris : L'Harmattan, Tourismes et sociétés.
- SACAREAU I., 1997, *Porteurs de l'Himalaya, le trekking au Népal*, Paris : Belin, coll. Mappemonde.
- SEGUI LLINAS M., 1995, *Les Nouvelles Baléares, rénovation d'un espace touristique mythique*, Paris : L'Harmattan, Tourisme et société.
- SINCLAIR M.T., 1992, « The structure of international tourism and tourism development in Kenya » in HARRISON D. (ed.), *Tourism and the less developed countries*, Londres : John Wiley and sons.
- VACHER L., 1993, *Les logiques de l'implantation touristique dans la région de la Grande Barrière de corail, Queensland, Australie*, thèse dactylographiée, université de Bordeaux.
- VIARD J., 1984, *Penser les vacances*, Arles : Actes Sud.
- WACKERMANN G., 1994, *Loisir et tourisme, une internationalisation de l'espace*, Paris : Sedes-Cdu.

Dans la collection d'essais *Géographiques*, une réflexion sur un lieu touristique créé de toutes pièces, il y a cent ans, Montreux et la riviera vaudoise.

Le Milieu du monde

Jean Pierre Gaudin

Éditions RECLUS, diffusion Belin : 8 rue Férou, 75278 PARIS CEDEX 06

<http://www.editions-belin.com>