

TRANSPORT ET MISE EN TOURISME DU MONDE

TRANSPORT AND TOURISTIFICATION OF THE WORLD

par JEAN-CHRISTOPHE GAY

Professeur des Universités

Université de Nice-Sophia Antipolis, 98, bd Edouard Herriot, BP 3209, 06 204 Nice Cedex 3

www.mgm.fr/ARECLUS/page_auteurs/Gay.html

Equipe MIT, Mobilité, Itinéraire et Territoires, Université Paris 7 Denis Diderot,

gay.jean-christophe@wanadoo.fr

RÉSUMÉ

Le tourisme est une forme de mobilité et on ne peut le comprendre sans faire appel à l'évolution des transports. Cet article privilégie une lecture par les acteurs et les lieux et cherche à appréhender la complexité des processus cumulatifs liés à la diffusion spatiale des moyens autant que des pratiques. Il aborde à cette fin le rôle des progrès techniques, les formes de propagation du tourisme et la réduction de la distance-coût.

MOTS-CLÉS : *TOURISME, TRANSPORT, RÉSEAUX, DIFFUSION SPATIALE, ACTEURS ET LIEUX.*

ABSTRACT

Tourism is one kind of mobility and we have to study transport history on the long-time run in order to understand it fully. This paper which tackle parties and places involved shows cumulative and complex processes in spatial diffusion of touristic practices and transport networks. Great technical strides or reduction in average unit travel cost are some of the main factors of these evolutions.

KEYWORDS: *TOURISM, TRANSPORT, TRANSPORT NETWORK, SPATIAL DIFFUSION, PARTIES AND PLACES INVOLVED.*

I - INTRODUCTION - UNE APPROCHE PAR LES ACTEURS ET PAR LES LIEUX

Le tourisme est une forme de mobilité et on ne peut le comprendre sans faire appel à l'évolution des transports. En organisant la mise en distance des lieux touristiques les uns des autres et par rapport aux foyers émetteurs de touristes, les transports éclairent la diffusion du tourisme aux différents niveaux géographiques. Si le tourisme est présent un peu partout sur notre planète c'est que des moyens de transport permettent de tels déplacements en rendant possible la fréquentation de certains lieux dans le temps des vacances. Le risque est toutefois grand de surévaluer les moyens de transport et de ne comprendre la diffusion du tourisme qu'à l'aune des évolutions techniques. Ainsi, à côté du déterminisme classique, qui explique le développement touristique par la qualité physique des lieux, il existe un déterminisme technologique qui inféode le tourisme au transport.

Or, la question capitale de l'accessibilité des lieux pour leur mise en tourisme dépasse le seul champ des transports. Une contrée ne devient touristique que si elle est accessible matériellement, légalement et mentalement. L'avion, le passeport, le guide touristique, les sites et forums sur l'internet, l'enclave hôtelière, les *Global Distribution Systems*, qui permettent aux agences de voyage d'accéder aux systèmes de réservation des transporteurs, etc, participent tous de cette acces-

sibilité. Sans la liberté acquise assez récemment de se déplacer, avec l'invention de documents administratifs comme le passeport [TORPEY, 2005], ou en l'absence de moyens de connaissance du monde et de médiation entre les individus et les lieux, les progrès ferroviaires, maritimes ou aériens n'auraient pas permis une telle extension du tourisme.

Sans assujettir le développement touristique aux transports, nous faisons l'hypothèse que ceux-ci orientent la mise en tourisme et qu'ils sont à l'origine de configurations spatiales spécifiques, tant à une échelle fine, au travers de l'agencement des lieux les uns par rapport aux autres, qu'à plus large échelle, au travers de leur diffusion planétaire. Nous voudrions également démontrer, à côté de cette approche par les lieux, que les sociétés de transport sont des acteurs majeurs du développement touristique. En revanche, nous ne traiterons pas de la relation entre transport et pratiques touristiques, car même si certains modes de transport sont à l'origine d'expériences touristiques spécifiques, tels, aujourd'hui, les paquebots de croisière ou, jadis, les luxueux trains à longue distance, et nonobstant la multiplication des petits trains touristiques par exemple, cet aspect de la question nous semble relativement secondaire par rapport aux deux premières composantes du système touristique : les acteurs et les lieux.

I - LES PROGRÈS TECHNIQUES, FACTEUR DE L'ÉLARGISSEMENT DE L'ÉCOUMÈNE TOURISTIQUE

La machine à vapeur contribue à une première diffusion spatiale au cours du XIX^e siècle (voir frise chronologique en fin d'article). Alors que les déplacements sont jusque-là lents, pénibles et dangereux, l'apparition du chemin de fer et du bateau à vapeur semble rétrécir l'espace. Les lieux deviennent subitement plus accessibles. Des évolutions ultérieures vont également et à leur manière, améliorer l'accessibilité du Monde.

1 - De la voile à la vapeur

La navigation à voile était difficilement compatible avec le tourisme, compte tenu de la durée des traversées. L'apparition du bateau à vapeur permet d'abord de traverser très rapidement la Manche, une première liaison régulière à vapeur entre Douvres et Calais est établie en 1821 [DEWAILLY, 1989, p. 54]. Par la suite, les lignes à vapeur se multiplient pour relier l'Angleterre au continent, dont des services touristiques. Ceux-ci sont à l'origine des *pleasure piers*, jetées à vocation récréative. La première est à Brighton en 1823. Suivent Scheveningen, Blankenberge et bien d'autres stations. Le bateau à vapeur permet aussi d'atteindre l'Égypte au XIX^e siècle et l'Europe à partir des États-Unis. Il semble que le premier voyage organisé intercontinental

date de 1867 sur le *Quaker City*, parti de New York pour la Méditerranée avec à son bord Mark Twain qui relata cette croisière de grande ampleur dans *Le Voyage des Innocents*. Des lieux commencent à être fréquentés par des voyageurs en raison des escales nécessaires pour le ravitaillement en charbon des navires. Le port de Suva (Fidji) devient une plaque tournante importante du trafic trans-Pacifique à la fin du XIX^e siècle. Afin d'accueillir les passagers en transit, que l'on peut considérer comme les premiers touristes aux Fidji [LOCKHART, 1993, p. 319], quelques hôtels vont être créés, tel le *Grand Pacific*, qui ouvre ses portes en 1914 [KING, 1997, p. 54].

2 - Sur de bons rails

L'arrivée du chemin de fer constitue un basculement par la massification qu'il provoque. Ostende et Brighton sont probablement les premières stations touristiques à connaître une forte augmentation de leur fréquentation à cause de ce mode de transport révolutionnaire, celui-ci les atteignant respectivement dès 1839 et 1841. Au milieu du XIX^e siècle, les stations de Brighton à Margate (Eastbourne, Folkestone, Hastings, Douvres, Ramsgate) sont desservies et à moins de trois heures et

demi de Londres. Le chemin de fer arrive à Harrogate, une station thermale au nord de Leeds, en 1848, comme à Dieppe. Ostende n'est qu'à deux heures de Bruxelles, Boulogne-sur-Mer à quatre heures de Paris. Ce n'est pas un hasard si la nouvelle station touristique d'Atlantic City est « incorporée » (autonomie municipale) en 1854, année où est mis en service le *Camden-Atlantic City Railroad*, reliant en un peu plus de deux heures les deux localités.

La Côte d'Azur est atteinte dans les années 1860, le train desservant Nice en 1864, Monaco en 1868 et Menton en 1869. A l'est de Nice, il joue un rôle majeur, car cet adret plongeant dans la mer était très difficile d'accès. La connexion des réseaux français et italiens en 1871 accélère la croissance touristique de San Remo, Bordighera et Ospedaletti [GUINTELLI, 2003, p. 64]. La Versilia, déjà transformée par la bonification de ses marécages au XVIII^e siècle, connaît une mutation majeure avec l'arrivée du chemin de fer à Viareggio en 1861. On y compte 2 582 touristes en 1860, 13 313 en 1865 et 30 124 en 1870 [CLOUET, 2004]. Au Portugal, le train arrive à Cascais-Estoril en 1889 et la liaison avec Cais do Sodré (Lisbonne) est achevée en 1895. Jusqu'à fréquentée par la famille royale et l'aristocratie, la Costa do Estoril voit désormais arriver en grand nombre chaque dimanche les Lisboètes. C'est au moment où la ligne de l'*East Coast Railroad* est prolongée de Palm Beach à Miami, à la fin du XIX^e siècle, que cette dernière se développe. De même, l'ouverture de la gare de Mar del Plata (Argentine) en 1886 ou l'arrivée du chemin de fer au début du XX^e siècle à Victoria Falls (Zimbabwe) marquent le début de leur mise en tourisme. On pourrait multiplier les exemples. A chaque fois, le train accélère la fréquentation, ce qui a pour conséquence de métamorphoser les stations, voire de générer de nouveaux lieux touristiques.

3 - Voitures de tourisme

Les nombreux récits d'histoires locales font très fréquemment référence à l'arrivée du train et/ou de l'avion, en considérant cet événement comme capital dans la mise en tourisme. En revanche, l'automobile ou l'autocar sont rarement évoqués et étudiés. Cette inégalité de traitement tient dans la manière dont la desserte s'est transformée. Le chemin de fer et l'avion demandent des infrastructures lourdes et longues à construire. La structure même de la localité peut être modifiée par les voies ou les pistes d'atterrissage. L'inauguration de la gare ou de l'aéroport est un grand moment qui attire les foules et mobilise les notables. Ainsi on peut dater au jour près l'arrivée des premiers touristes par train ou par avion dans un lieu. Ce n'est pas le cas de l'automobile ou de l'autocar qui ne demandent habituellement pas une infrastructure nouvelle, tout au plus l'élargissement et le revêtement des pistes antérieures. De surcroît, l'automobile est longtemps un objet rare,

du moins en Europe, et son apparition dans les lieux touristiques n'est pas synonyme d'une vulgarisation soudaine. De la sorte, elle arrive plus discrètement que le train ou l'avion et ses effets sont plus progressifs, ce qui ne signifie pas qu'ils sont faibles, car, à l'évidence, les stations touristiques ont su tirer parti de ce mode de transport. L'automobile anime ces lieux et l'on a longtemps utilisé l'expression « voiture de tourisme » pour évoquer les voitures particulières. Par exemple, dans la série de courses de vitesse de ville à ville organisée en France à la fin du XIX^e siècle on trouve la Paris-Trouville disputée le 14 août 1897 et, le lendemain de l'arrivée, un défilé fleuri des véhicules est organisé sur la plage [BERTHO LAVENIR, 1999, p. 170].

Objet d'ostentation et d'élégance, l'automobile se prête bien aux jeux sociaux à l'oeuvre dans ces lieux de distinction. C'est probablement en principauté de Monaco que l'automobile a été la plus valorisée et exploitée. En janvier 1911, se déroule le premier Rallye de Monaco. Il fallait rallier la Principauté en automobile afin de participer à un concours d'élégance où l'on jugeait du « degré de confortable » des véhicules. Le but était d'attirer à Monaco une clientèle d'exception, surtout britannique, le rallye se terminant par une soirée de gala extrêmement chic. Par la suite, cette épreuve de tourisme évolua en une véritable compétition sportive de plus en plus célèbre et pris le nom de Rallye de Monte-Carlo. Au printemps 1929, naquit le Grand Prix Automobile de Monaco, qui est devenu la plus fameuse épreuve mondiale de sports mécaniques. La Société des Bains de Mer tenait à animer cette période très creuse et voulut que cette « course dans la ville » soit une véritable vitrine de Monte-Carlo. Elle obtint que le circuit passât sous les fenêtres de ses hôtels et traversât la place du Casino [GAY, 1998, p. 177-178]. Les stations touristiques d'Estoril (Portugal), de Spa (Belgique) ou de Zandvoort (Pays-Bas) devinrent également des hauts lieux de la course automobile en accueillant des grands prix de formule 1.

4 - Dans l'air du temps

Les premières lignes aériennes régulières intérieures sont en relation avec le tourisme. Ainsi, en 1919, la liaison entre Manchester et les plages de Blackpool ou Southport est ouverte. La même année, on met en place des relations aériennes entre Berlin et Swinemünde, Warnemünde et Westerland [DACHARRY, 1981, p. 84]. Toutefois, la véritable révolution dans le transport aérien à des fins touristiques ne commence que dans les années 1950. La mise en relation de tous les lieux du Monde par l'avion est ordonnée sur les plans juridique et réglementaire par la convention de Chicago, adoptée le 7 décembre 1944 et effective à partir du 4 avril 1947. On institue une coopération permanente entre les Etats par la création de l'OACI (Organisation de l'aviation civile internationale) et une concertation

entre les entreprises de transport aérien en instaurant l'IATA (*International Air Transport Association*) en 1945. C'est le début d'une dynamique touristique étroitement associée au progrès de l'aéronautique, spécialement dans les domaines du rayon d'action et de la capacité des appareils. On passe de 1937 à 1954, de 2,5 millions de passagers transportés à 57,8 millions et de 1,4 milliard de passagers-kilomètres à 51,5 milliards [PÉPIN, 1956, p. 79].

Outre le perfectionnement du radar et son application à la navigation aérienne au début de la Deuxième Guerre mondiale, les avions militaires sont réaménagés pour le transport de passagers, comme les Boeing B-29 et C-97 transformés en B-377 Stratocruiser ou le fameux Douglas DC-3, surnommé *Dakota* ou *Skytrain*, fabriqué à plus de 13 000 exemplaires. C'est le modèle suivant, le quadrimoteur DC-4, qui effectue le premier vol commercial Paris-New York en juin 1946. Au même moment, apparaît le célèbre Lockheed Constellation qui transporte également une cinquantaine de passagers à près de 500 km/h. En permettant, par exemple, des vols directs New York-Nassau, ces deux avions déclenchent un changement d'échelle de l'exploitation touristique des Bahamas en 1949-1950 [BOUNDS, 1978, p. 175].

Eu égard à leurs rayons d'action limités, les temps de parcours restent longs avec de nombreuses escales. Air France dessert ainsi les Antilles françaises, par New York et la route orthodromique Gander (Canada) et Shannon (Irlande). La compagnie australienne Qantas crée une liaison Perth (Australie)-Johannesburg (Afrique du Sud) en 1952, par les îles Cocos et Maurice, imposant la construction sur celle-ci du premier hôtel de standard international, le *Park Hotel* à Curepipe, pour accueillir les passagers et les équipages en escale [PÉBARTHE, 2003, p. 140]. D'autres îles escales apparaissent dans l'océan Pacifique : entre la Californie et le sud-est de l'Australie, telles Oahu (Hawaii), Viti Levu (Fidji) ou Canton, une des îles Phoenix, cette dernière étape est supprimée en 1953 ; entre la Californie et le Japon, avec Oahu et Wake.

On se déplace en avion au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale, très majoritairement pour des raisons professionnelles. Ce mode de transport est alors réservé à une élite (hommes politiques, diplomates, vedettes du spectacle, hommes d'affaires...). Cependant, au cours des années 1950, le transport aérien commence à se démocratiser et à jouer un rôle notable dans le secteur touristique. La venue des Etats-Uniens en Europe est le premier véritable flux touristique aérien, perpétuation de la pratique élitiste du voyage en Europe par bateau au XIX^e siècle.

La mise en service des avions à réaction dans les années 1950 provoque une spectaculaire diffusion spatiale du tourisme. Il s'agit d'abord du De Havilland Comet (1952), mais son rayon d'action reste limité et les destinations touristiques lointaines doivent beaucoup plus aux Boeing B-707 et aux DC-8, apparus à la fin des années 1950, avions à réaction long-cour-

riers transportant 150 passagers environ à 900 km/h, qui permettent d'atteindre rapidement et sans escale des lieux situés à plusieurs milliers de kilomètres. Parallèlement, la Caravelle, le BAC-111 ou le B-727 jouent un rôle majeur pour les liaisons plus courtes. De 1950 à 1970, le coût moyen du transport aérien d'un passager est divisé par trois en monnaie constante, tandis que la croissance du trafic commercial progresse de 15 % par an [PAVAUX, 1993, p. 1]. Exprimée en sièges-kilomètres par heure de vol, la productivité du B-747 des années 1970 est 16 fois supérieure à celle du DC-6 des années 1950 [*Ibid.*, p. 123]. Entre 1958 et 1967, le trafic de l'ensemble des compagnies, régulières ou charters, vers l'Espagne est multiplié par neuf. Dans le même temps, le courant Amérique du Nord-Caraïbes prend de l'ampleur, à l'instar du flux Europe-Afrique du Nord.

Les points les plus éloignés de notre planète sont désormais accessibles depuis les foyers émetteurs. Les îles tropicales doivent ainsi beaucoup à l'avion, car il n'existe presque pas d'alternative à ce mode de transport pour gagner ces lieux quand on est touriste. Les nombreuses pistes d'aviation militaire qui y ont été construites durant la Deuxième Guerre mondiale ont préparé leur touristification. A défaut, la construction tardive de pistes pour quadriréacteurs long-courriers dans les îles de l'océan Indien ou Pacifique constitue une mutation fondamentale du tourisme dans ces contrées lointaines. Une poignée de visiteurs au statut incertain (touristes, aventuriers, commerçants...) est remplacée par les foules touristiques, comme c'est le cas à Tahiti, avec l'inauguration de l'aéroport de Faaa en 1960 ou aux Seychelles, à la suite de l'ouverture de l'aéroport de Pointe Larue, en 1971.

La période euphorique du transport aérien s'achève avec le premier choc pétrolier, qui accélère le retrait des premiers avions à réaction consommant beaucoup de kérosène, tels le B-707, le B-727 ou la Caravelle, au profit du B-737 particulièrement. Mais, simultanément, débute l'ère des gros porteurs et du transport aérien de masse, notamment avec la mise en service, au début des années 1970, des long-courriers B-747, DC-10 et Lockheed Tristar, ainsi que du moyen-courrier Airbus A-300. Tous ces appareils peuvent emporter plus de 300 passagers, entraînant une sensible diminution des coûts. Désormais, l'ensemble de la planète devient à la portée du tourisme. Air France crée, en 1979, le produit « Air France Vacances » en mettant sur des relations à forte clientèle touristique des avions de grande capacité : des B-747 de 500 places vers la Martinique, la Guadeloupe et New York ; des A-300 de 310 places vers Athènes, Palma, Istanbul...

Dans certaines destinations, où l'avion est le principal voire l'unique moyen d'acheminement des touristes, on calibre les hôtels en fonction du nombre de sièges des gros porteurs : ainsi à Benidorm, qui est devenu un lieu touristique majeur dans les

années 1970, on a construit des tours-hôtels dont la capacité d'hébergement correspondait au nombre de sièges de certains gros porteurs. Certains villages

de vacances en Méditerranée ont aussi parfois été dimensionnés par les avions les desservant de même que de nombreux hôtels sur des îles tropicales.

II - UNE PROPAGATION SOUS L'INFLUENCE DES MODES DE TRANSPORT

Les différents modes de transport qui sont apparus successivement ont orienté la diffusion du tourisme. On peut opposer ceux qui ont eu tendance à renforcer l'anisotropie, comme le chemin de fer, le bateau et l'avion, à l'automobile qui, à l'inverse, a favorisé une diffusion plus isotrope. Par ailleurs, l'augmentation des vitesses au sein d'un même mode de transport a joué un rôle sélectif en réduisant les points d'accès et en encourageant les polarisations : le TGV dessert moins de gares que les rapides des années 1960, les vols directs se sont généralisés, l'autoroute a condamné de nombreux hôtels restaurants d'étape situés le long des routes nationales...

1 - L'empire de la ligne

Inducteur de la fréquentation, le chemin de fer a gommé les lieux intermédiaires entre le point de départ et le lieu d'arrivée. Les multiples haltes jalonnant le voyage, avec leurs auberges, disparaissent. Les compagnies ferroviaires, en améliorant le confort des passagers et en créant des liaisons directes entre les stations touristiques et les métropoles européennes, renforcèrent la coupure entre le voyageur et le milieu traversé. Cet « effet tunnel » se combine à une diffusion linéaire du tourisme, le long des axes ferroviaires, dans les zones de destination. Par exemple, de nouveaux lieux touristiques apparaissent en chapelet le long de la ligne du PLM, tels Bandol, Saint-Raphaël-Valescure, Antibes ou Tamaris. En devenant dépendant du train, la liberté de localisation des lieux touristiques se réduit. D'ailleurs, les lieux mal desservis ou à l'écart en pâtissent. Par exemple, on peut faire l'hypothèse qu'en s'éloignant du littoral de Toulon à Fréjus, la ligne du PLM a probablement retardé le développement du tourisme sur la côte des Maures. Alors que les grands hôtels se multiplient sur la toute nouvelle « Côte d'Azur » (l'expression est inventée en 1887), le peintre Paul Signac découvre un Saint-Tropez à l'écart du tourisme et va faire de la presqu'île la « petite capitale de l'école néo-impressionniste » [EQUIPE MIT, 2005, p. 142].

Des couples ville/station naissent de la construction de lignes de chemin de fer ou de tramway : Sheffield-Cleethorpes, Nottingham-Mablethorpe, Leicester-Skegness en Angleterre ; Nîmes-Le Grau-du-Roi dès 1863 - par le train jusqu'à Aigues-Mortes et de là par le bateau à vapeur -, Montpellier-Palavas en 1872 ou Béziers-Valras-Plage en 1879 par tramway hippomobile, en attendant le tramway électrique en 1901. La réduction des temps de transport et la proximité d'une

grande ville conduisent à un développement de la fonction résidentielle de certaines stations, Brighton est un cas éditant avec, en 1948, près de 3 000 abonnements quotidiens entre Brighton-Hove et Londres [O'DELL & RICHARDS, 1971, p. 212].

2 - La conquête des interstices

A l'espace touristique linéaire produit par le chemin de fer, s'oppose l'espace aréolaire né de l'automobile et de la route. La diffusion du tourisme s'effectue alors de proche en proche, certes en suivant les voies existantes, mais plus en tache d'huile que selon la configuration due au chemin de fer, en considération de la plus forte densité des cheminements de la propagation. On explore les contrées entre les lignes de chemin de fer, singulièrement dans les régions accidentées, trop peu peuplées ou à l'écart des axes de circulation.

L'automobile ouvre au tourisme des territoires inédits, mal ou non desservis par le train comme l'affirme le PLM dans son agenda de 1927 : « *Voyageurs !... Où les trains ne vous mènent pas... Les autocars PLM vous conduisent.* » [cité par VERGEADE, 1990 b, p. 272]. Elle permet une grande liberté de mouvement ; il n'y a plus la contrainte de l'horaire. La visite se fait en famille ou entre connaissances. Dans l'arrière-pays azuréen, c'est l'automobile qui est à l'origine de la découverte des gorges du Verdon, du Loup, du Cians ou de Daluis, ainsi que de la haute Vésubie. Très tôt, des associations comme l'Automobile Club de France (ACF) ou le Touring Club de France (TCF) aménagent des routes touristiques panoramiques, parallèlement à la parution des premiers guides Michelin. Par exemple, c'est à la demande du TCF qu'est construite la Corniche d'Or, inaugurée en 1903, et qui longe le littoral du massif de l'Esterel, jusque-là accessible uniquement par le chemin de fer. Entre les deux guerres mondiales, d'autres routes sont ouvertes pour le voyage en automobile, comme la « Route des Grandes Alpes » allant d'Evian-les-Bains à Nice par les cols de l'Iseran, du Galibier, de Vars ou de la Cayolle.

Par la suite, la construction des autoroutes favorise la venue massive des touristes, à Viareggio par exemple qui bénéficie de la mise en service en 1932 de l'autos-trade reliant Florence à la mer. En Argentine, les nombreuses stations touristiques populaires de *La Costa*, entre Nuevas Atlantis et San Clemente del Tuyu, ont été construites dans les années 1940 et 1950 grâce à la desserte routière avec la multiplication des lignes d'autocars et la motorisation des catégories supérieures.

L'essor touristique, dans les années 1950, de la Costa Brava, à l'écart de la ligne de chemin de fer entre Barcelone et Port-Bou, qui passe par l'intérieur, est concomitant de l'amélioration de l'état des routes. Des sociétés de transport par autocar se développèrent pour assurer les liaisons entre les gares de l'intérieur ou Barcelone et les stations de la côte, ainsi qu'entre les stations littorales, de même que des liaisons internationales par autocar à destination de Barcelone et de la Costa Brava [BARBAZA, 1966, p. 636-639].

La démocratisation de l'automobile avant la Deuxième Guerre mondiale aux Etats-Unis, bien après en Europe et ailleurs, est un phénomène capital pour comprendre la croissance du tourisme et sa diffusion. En 1929, on compte une voiture pour 5 personnes aux Etats-Unis, contre une pour 43 au Royaume-Uni, une pour 325 en Italie et une pour 7 000 en URSS [FOHLEN, 1973, p. 172]. En 1960, l'écart est encore très grand avec 350 voitures pour 1 000 habitants aux Etats-Unis et seulement 100 au Royaume-Uni, 90 en France, 80 en RFA ou 10 en Espagne.

Ce décalage éclaire la diffusion aréolaire plus précoce du tourisme en Amérique du Nord. La longueur des routes praticables par les automobiles y est multipliée par deux entre 1914 et 1926. Au cours du seul hiver 1925, 178 terrains de campings s'ouvrent en Floride, ce qui s'explique par le fait que près des deux tiers de ses visiteurs y arrivent en voiture individuelle [KASPI, 1980, p. 74-75]. Avec quinze jours de congés par an, mais non payés, les Etats-uniens prennent leur voiture pour passer leurs vacances à la plage, au bord des lacs ou à la montagne. Quantité de contrées font leur promotion en se déclarant « *the playground of America* » [op. cit., p. 76]. La Ford T, produite à plus de 15 millions d'exemplaires, est un élément fondamental d'émergence de vastes régions au tourisme diffus. Avec plusieurs décennies de retard sur les Etats-Unis, la Renault 4 CV, la Citroën 2 CV comme la Fiat 500 ou la Seat 600 sont intimement liées aux premières expériences touristiques de nombreux Français, Italiens ou Espagnols. GABRIEL DUPUY évoque le « *syndrome de Merlin-Plage* » [1995, p. 137] pour expliquer l'émergence en France dans les années 1960-1970 de nouvelles stations touristiques uniquement accessibles par l'automobile.

Dans les démocraties populaires d'Europe centrale et orientale, en raison de la faible motorisation des ménages, la localisation des implantations touristiques fut longtemps tributaire de la desserte ferroviaire. La desserte par autocars dans les pays de l'Est et du Sud conserve un rôle majeur et les nantis ayant une voiture sont tentés d'éviter les lieux desservis par ce mode de transport.

Face à la croissance de la motorisation des touristes, les compagnies maritimes desservant les îles de Méditerranée occidentale ont dû s'adapter en mettant en service des car-ferries qui ont profondément transformé la forme de fréquentation de la Corse, de la Sardaigne et des Baléares. Le prototype de ce genre

de navire est mis en service entre la Corse et le continent en 1960 par la Compagnie générale transatlantique [DACHARRY, 1964, p. 120]. Vers la Sardaigne, la compagnie italienne Tirenna en fit de même en 1963, alors que Trasmediterranea, qui assure les services des Baléares, suivit le mouvement plus tardivement. MONIQUE DACHARRY [op. cit., p. 121] explique principalement ce retard par l'exiguïté des îles et la médiocrité du réseau routier, accessoirement par la place d'un système bien organisé d'excursions par autocars à l'intérieur des îles.

3 - L'archipel des destinations

Le bateau et l'avion engendrent un autre type de diffusion. La propagation se fait sur des distances euclidiennes généralement plus importantes et surtout crée un système de lieux touristiques éloignés les uns des autres et semblant dilués dans l'étendue.

Le bateau est à l'origine d'une diffusion « bord à bord ». La Balagne, par sa situation face au littoral français continental, a été favorisée par rapport à d'autres secteurs côtiers de la Corse [BRUNET, 2004]. A la toute fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, le tourisme apparaît dans le nord de la Caraïbe, à proximité du sud de la Floride, alors en plein boom touristique. Nassau, aux Bahamas, à moins de 300 km de Miami, devient un lieu de villégiature hivernale. C'est à ce moment-là que Cuba voit arriver les premiers touristes [SCHWARTZ, 1999]. En 1904, la *United Fruit Corporation* ouvre un établissement hôtelier à Port Antonio, sur la côte septentrionale de la Jamaïque [WILKINSON, 1997, p. 192]. Dans le Pacifique Sud, il faut attendre les années 1930 pour que les îles Salomon ou les Nouvelles-Hébrides soient parcourues par des croisiéristes confortablement installés dans les paquebots de la *P & O* [DOUGLAS, 2004]. A l'instar de l'Antarctique, on voit ici le rôle du paquebot de croisière dans la mise en tourisme de contrées lointaines littorales et/ou insulaires, car outre sa fonction de moyen d'accès, il permet de résoudre le problème de l'hébergement.

L'avion construit un espace touristique encore plus réticulaire. Des destinations touristiques apparaissent aux quatre coins de la planète avec d'immenses solutions de continuité, à condition de disposer d'un aéroport, devenu la charnière des grandes opérations touristiques lointaines. Cette infrastructure est indispensable à de multiples opérations d'aménagement du territoire consistant dans le développement de lieux touristiques internationaux en pays en voie de développement, donc éloignés des foyers émetteurs de touristes, comme Cancun, au Mexique, Antalya en Turquie, Nusa Dua à Bali (Indonésie) ou Sharm al-Sheikh en Egypte, tous planifiés par l'Etat et créés *ex nihilo* pour accueillir des centaines de milliers de touristes étrangers.

De même, l'essor touristique actuel de Dubaï est à mettre en relation avec le rôle de la compagnie aérienne

Emirates, qui a fait de cet émirat un *hub* majeur (28 millions de passagers en 2006) et le deuxième au monde pour le nombre de passagers en transit, de nombreux touristes bénéficiant de visas de transit [MARCHAL, 2001, p. 20]. En utilisant au départ une importante hôtellerie d'affaires, Dubaï constitue désormais une destination concurrente à la Caraïbe, en hiver boréal.

On constate que les points d'entrée obligés des touristes que sont les aéroports constituent des localisations majeures de l'hébergement. Souvent la première hôtellerie touristique s'installe près de l'aéroport à cause du coût des transferts. Dans les îles de Méditerranée occi-

dentale, les hôtels se sont agglomérés autour de Palma, Ajaccio, Calvi ou Alghero (Sardaigne). Pour les États ou Territoires pluri-insulaires, ce sont les îles principales qui ont d'abord accueilli le flux touristique [GAY, 2000, p. 18], car c'est dans ces îles capitales (Viti Levu au Fidji, Mahé aux Seychelles, Tahiti en Polynésie française...) que se sont concentrés les grands équipements portuaires et aéroportuaires, de même que l'adduction d'eau, l'électrification, l'extension du réseau téléphonique, la construction d'hôpitaux et d'écoles, etc. Autant d'éléments indispensables si l'on veut qu'arrivent les touristes et que s'épanouisse le tourisme international.

III - LA RÉDUCTION DE LA DISTANCE-COÛT, CATALYSEUR DE LA DIFFUSION

En juin 1841, Thomas Cook propose pour un schilling par passager le transport de Leicester à Loughborough par train spécial des *Midland Railways*, un défilé de musique, les sandwiches, le thé et les distractions en commun : c'est le premier *inclusive tour*.

1 - Voyager à tarif réduit

La mode du voyage d'agrément fut lancée au milieu du XIX^e siècle à coup d'offres promotionnelles. En 1847, l'ouverture de la ligne Rouen-Le Havre plaça Paris à 6 heures de la mer. Immédiatement, on organisa des trains de plaisir à prix réduit le dimanche [VERGEADE, 1990 a, p. 127]. Deux ans plus tard, Dieppe, via Rouen, n'était plus qu'à 5 heures de Paris et les trains de plaisir connurent leurs heures de gloire sous le Second Empire et jusque dans les années 1880.

Les compagnies ferroviaires multiplièrent les formules de voyages à prix réduits : train de plaisir ; excursion de quelques jours ; « billets de bains de mer » destinés essentiellement aux personnes envoyant leur famille en bord de mer et venant leur rendre visite le dimanche, constituant ce qu'on a appelé les « trains des maris » ; concours et fêtes. A la fin du XIX^e siècle, les compagnies ferroviaires françaises inventèrent des dispositifs tarifaires avec une multitude de réductions avec émission de billets spécifiques, tels les « billets de stations thermales et de vacances » de la Compagnie du Midi.

Le secteur aérien mettra du temps à proposer des tarifs économiques. La classe « touriste » n'est créée qu'en 1952 sur les lignes transatlantiques et étendue à de multiples vols intérieurs et internationaux en 1953-1954, tandis que la classe « économique » n'apparaît qu'en 1958.

2 - La révolution du charter

Le charter aérien naît en 1949, avec un vol entre l'Angleterre et Calvi [MIROUX, 1991, p. 91], et, en 1971, il assure le tiers du trafic aérien mondial de passa-

gers et près de la moitié du trafic dans la zone Europe-Méditerranée.

Le Royaume-Uni est le véritable berceau des compagnies charters, car elles profitèrent de l'insularité britannique, du grand nombre de pilotes formés par la Royal Air Force pendant la Deuxième Guerre mondiale et des multiples avions militaires à reconverter. Dans les années 1960, la chartérisation engage l'aviation sur la voie de la démocratisation, en proposant des vols adaptés à une pratique saisonnière. Elle abaisse considérablement le prix en rompant avec le principe de la ligne régulière qui impose de répartir les coûts fixes élevés sur un trafic irrégulier. Au début des années 1970, l'Espagne concentre 60 % environ du trafic dans la zone euroméditerranéenne, en particulier vers les Baléares et secondairement les Canaries. Djerba, Al Hoceima ou l'île dalmate de Krk doivent également beaucoup aux charters. Les îles Baléares constituent l'exemple le plus remarquable d'essor précoce du trafic charter. En 1961, le trafic non régulier représentait déjà 39 % du trafic total de l'aéroport de Palma [DACHARRY, 1964, p. 101] et il était assuré en majorité par des compagnies britanniques. En Tunisie, la période 1965-1973 correspond à l'âge d'or des charters. Au cours de ces huit années, la part des touristes ayant emprunté un vol charter pour se rendre en Tunisie est passée d'un tiers à trois quarts [MIOSSEC, 1996, p. 77]. Par la suite les compagnies régulières réagirent en proposant des tarifs intéressants, mais les charters connurent un second âge d'or avec la mise en place, par de grandes compagnies d'affrètement au service de puissants voyageurs, de chaînes charters, c'est-à-dire des lignes non régulières à fréquence élevée.

Le charter transatlantique se développe dans les années 1960, surtout au départ de la Californie en raison principalement de la moindre présence des compagnies régulières qui se partagent le juteux marché des liaisons entre l'Europe et la côte est des États-Unis. Les compagnies charters états-uniennes, appelées *supplementals*, prospérèrent essentiellement grâce aux contrats passés avec les militaires en raison de la guerre du Viêt-Nam [MIROUX, 1991, p. 110].

Le charter provoque l'arrivée d'une nouvelle clientèle aux pratiques différentes. Par exemple au Pérou, aux touristes nord-américains visitant en quelques jours Lima, Iquitos et Cuzco reliés par avion, se rajoutent, à partir de 1972, des Européens venus en vols charters. Souvent jeunes, moins fortunés que les Nord-Américains et en quête d'aventure, ils restent plus longtemps sur place et se déplacent un peu partout [RAYMOND, 2001]. La crainte d'une trop grande démocratisation de la destination explique que certains Etats, tel Maurice, refusèrent longtemps l'arrivée des charters. Inversement, dans le cadre de la mise en place de six zones de développement touristique prioritaire, la *Tourism Development Authority*, liée au ministère du tourisme égyptien, a levé en 1996 toutes les restrictions concernant les vols charters en direction de ses aéroports régionaux [SANMARTIN, 1998, p. 452].

La question des droits de trafic a été capitale dans le cas du développement touristique de l'outre-mer français. Jusqu'au milieu des années 1980, *Air France* ou l'*UTA* avaient le monopole des liaisons avec la métropole. Ce n'est qu'à partir de 1986 que *Minerve*, *Corse Air* ou *Aéromaritime* sont autorisées à desservir les destinations ultramarines, ce qui eut pour conséquence une très sensible baisse des tarifs, à l'origine d'une forte progression de la fréquentation touristique.

IV - LES COMPAGNIES DE TRANSPORT, ACTEURS DU TOURISME

Les compagnies de transport ne se sont pas contentées d'acheminer les voyageurs. Dans une logique de concentration verticale, elles s'impliquèrent dans l'hébergement ou l'animation. Notre analyse n'est pas exhaustive, pour preuve d'autres sociétés impliquées dans les transports jouèrent un rôle majeur ; on peut citer Michelin, qui produit des pneumatiques et qui, dans une logique promotionnelle, publie des cartes ou des répertoires de restaurants et d'hôtels, finance des tables d'orientation, des bornes et des poteaux indicateurs, etc. [BERTHO LAVENIR, 1999, p. 168].

1 - Le chemin de fer, créateur de lieux touristiques

Très tôt, les compagnies ferroviaires britanniques construisirent des hôtels et, en 1913, elles en possédaient 112 au Royaume-Uni [SIMMONS, 1984, p. 206]. En France, la Compagnie du Midi est probablement un des exemples les plus représentatifs de l'influence d'une compagnie de transport sur le développement touristique, qu'il soit thermal, balnéaire ou climatique, par la

3 - L'ère du bas coût

Si l'histoire des compagnies à bas coût débute en 1949, c'est la compagnie *Southwest Airlines*, au début des années 1970, qui marque véritablement l'émergence de ce nouveau modèle de compagnie. En Europe, la création de *Ryanair* au début des années 1990 et d'*Easyjet* en 1995 constitue un tournant.

Outre leur forte présence dans des aéroports desservant des zones touristiques littorales consacrées, comme Faro, Alicante, Malaga ou Nice, elles s'installent dans des lieux plus étonnants, créant une mise en tourisme diffuse. L'ouverture de liaisons régulières par *Ryanair* entre Londres et Carcassonne ou Limoges est à l'origine de l'achat par les Britanniques de milliers de résidences secondaires en Limousin ou dans l'Aude. Les dessertes de Pau, Dinard ou Tours permettent la mise en circuit des contrées environnantes, Pyrénées, Bretagne ou val de Loire.

Le trafic généré par ces compagnies d'un nouveau type est important et joue un rôle majeur, y compris dans des espaces aussi touristifiés que la Côte d'Azur, avec plus de 3 millions de passagers en 2006 à l'aéroport Nice-Côte d'Azur, soit 34 % du trafic total. Après l'Amérique du Nord et l'Europe, c'est au tour de l'Asie et du Pacifique d'être concernés par ce phénomène, puisqu'en 2007 une soixantaine de compagnies sillonnent cet ensemble. Par ailleurs, des compagnies à bas coût songent désormais à se lancer dans les long-courriers, telle *Ryanair* sur l'Atlantique Nord, ce qui pourrait modifier profondément les pratiques de mobilité.

continuité de son action et le volontarisme de ses dirigeants, à commencer par les Pereire, fondateurs de la compagnie sous le Second Empire, jusqu'à Jean-Raoul Paul (1869-1960) au début du XX^e siècle [BOUNEAU, 2003, p. 128]. La stratégie globale de cette compagnie s'appuya sur des opérations immobilières, telles que le développement d'Arcachon, des initiatives tarifaires nombreuses, la mise en place de trains de plaisir, auxquels se rajoutent dans l'entre-deux-guerres des services d'autocars.

La Compagnie du Midi hérite du thermalisme, activité ancienne dans les Pyrénées et la relance par l'ouverture d'embranchements nord-sud, comme celui des deux Bagnères. Durant la Belle Epoque, la Compagnie du Midi ne dessert pas moins de 24 gares de stations thermales. Elle joue un rôle décisif dans l'essor des sports d'hiver pyrénéens au début du XX^e siècle. Jean-Raoul Paul crée, en 1911, la Société des chemins de fer et hôtels de montagne aux Pyrénées (CHM) qui développe les stations de Superbagnères et Font-Romeu, avec la construction de deux hôtels de luxe, et la mise en place des premiers « trains de neige » [BOUNEAU, 1990, p. 107]. Jean-Raoul Paul avait pour ambition de « *suisséfier* » les Pyrénées

et le Sud-Ouest en mettant en synergie chemin de fer, tourisme et électricité. La Compagnie du Midi se lance, après le premier conflit mondial, dans la desserte par autocar de la liaison Biarritz-Cerbère, empruntant dans sa partie centrale la Route des Pyrénées.

Ce tourisme d'excursion est déjà pratiqué par le PLM avec la Route des Grandes Alpes et la Route thermale d'Auvergne. C'est dans le dessein d'établir des relais pour les services automobiles de la Route des Alpes, que le PLM subventionna des hôtels d'escale tels ceux de La Béarde ou Saint-Pierre-de-Chartreuse. Le PLM construisit, au début des années 1920, un hôtel restaurant luxueux à Combloux, à proximité de Megève, accompagné d'un golf, d'une patinoire, de courts de tennis et de champs de ski [VERGEADE, 1990 b, p. 267-268]. Sur le plateau du Grand-Revard (1 500 m d'altitude), le PLM se porta majoritaire dans la constitution de la Compagnie du Revard, en 1923 qui se lança dans la réalisation d'un hôtel avec golf, patinoire, courts de tennis, champs de ski et tremplin de saut [VERGEADE, 1990 b, p. 270].

A une autre échelle, l'ouest des Etats-Unis et du Canada et leurs principales curiosités naturelles vont être touristiquement valorisés par de grandes compagnies ferroviaires. La *Northern Pacific* fait ainsi pression à Washington, au début des années 1870, pour que le Yellowstone devienne un parc national [SHAFFER, 2001, p. 44]. Cette compagnie promeut le parc dans les villes de l'Est [GORDON, 1996, p. 304] et en fait un produit d'appel, avec spécialement l'ouverture de l'*Old Faithful Inn* en 1904, construit en matériaux locaux (troncs d'arbres, pierres de basalte...). Il devient l'emblème du parc et l'archétype de l'hôtellerie du *wilderness* [*ibid.*, p. 47]. Dans le sud-ouest des Etats-Unis c'est la *Atchinson, Topeka, and Sante Fe Railroad* qui ouvre le Grand Canyon du Colorado au tourisme en construisant un embranchement à partir de Williams (Arizona) vers la rive sud du canyon, où l'on ouvre en 1905 l'*El Tovar Hotel*. Côté canadien, les chemins de fer construisent de fameux hôtels permettant de séjourner dans les Rocheuses, comme le *Fairmont Chateau Lake Louise* ou le *Fairmont Banff Springs*.

En Floride, Henry Flagler (1830-1913), co-fondateur de la *Standard Oil*, et Henry Plant (1819-1899) se lancèrent dans la construction de lignes de chemin de fer allant vers le sud. H. Plant, qui avait le monopole du chemin de fer sur la côte occidentale, construisit la ligne de Jacksonville à Tampa. Il y fit construire en 1891 un hôtel de 300 chambres, le *Tampa Bay Hotel* et fut à l'origine d'autres hôtels à Saint Petersburg, Ocala, Kissimmee, Port Tampa ou Fort Myers [JOHNSON, 1966, p. 125]. Dans la partie orientale de la Floride, Flagler eut un rôle encore plus important, en possédant une compagnie de chemin de fer, une compagnie de bateaux, des hôtels, des usines électriques, des réseaux d'eau et d'électricité, en construisant des routes, des ponts, des églises, des écoles, des hôpitaux, etc. [CORLISS, 1960, p. 197]. Il est à l'origine du développement de Daytona,

de Palm Beach, qui devint très rapidement une station d'hiver, et de Miami que le train atteint en 1896.

En Argentine, les compagnies de chemin de fer auront un rôle majeur dans le développement de Mar del Plata, par la construction et l'administration de nouveaux hôtels pour rentabiliser la ligne vers Buenos Aires. En Autriche-Hongrie, la *Südbahngesellschaft* est à l'origine de la croissance et de la renommée d'Opatica, à proximité de Rijeka, à partir des années 1880.

Mais c'est peut-être au Japon que les compagnies ferroviaires privées jouèrent le rôle le plus décisif dans le développement des lieux touristiques, tout particulièrement dans l'aménagement des stations de ski et dans la création de zoos et de parcs d'attractions [AVELINE, 2003, p. 101]. Loisirs et tourisme connaissent leur principal essor pendant la Haute Croissance (1955-1973), avec la généralisation des congés hebdomadaires et l'augmentation des revenus. Les groupes privés cherchent alors tous à exploiter à des fins touristiques des sites naturels. En montagne, les compagnies privées ont poussé très loin l'intégration chemin de fer/tourisme : implantation de funiculaires, de téléphériques, de remontées mécaniques sur des pistes de ski qu'elles aménagent elles-mêmes. Sur le littoral on trouve également des compagnies qui proposent des services aux touristes sous la forme de croisières en bateau, de déplacements en car-ferries ou d'excursions en bateau-mouche. Toutes ces compagnies s'efforcent d'offrir une chaîne continue de services au sein de leur propre groupe au moyen de voyages à forfaits à tarifs avantageux avec prise en charge totale du client (transport ferroviaire, transferts en bus ou taxis, téléphérique ou bateau-mouche, parc d'attractions, équipements sportifs, restaurants, bars et hôtels). Une telle intégration est facilitée par l'existence de centaines d'agence de voyages dans les principales gares [*op.cit.*, p. 102-103].

Seibu possède la première chaîne hôtelière du Japon (les *Prince Hotels*) et la prestigieuse chaîne internationale *Intercontinental*, jadis à la *Pan Am* (cf. *infra*). Certaines compagnies ont aussi développé des hébergements touristiques à vocation plus familiale comme des campings équipés de bungalows ou des lotissements de cottage. Par ailleurs, les grandes compagnies ferroviaires ont investi dans les parcs d'attractions. Aujourd'hui presque toutes en possèdent au moins un, mais ils sont concurrencés par les parcs à thèmes. Seibu a fait un parc d'attractions sur le thème des dinosaures et Kintetsu a construit un parc à thème sur l'Espagne, associé à un complexe résidentiel et hôtelier [*op.cit.*, p. 111].

2 - Des bateaux et des hôtels

A l'instar du transport ferroviaire, les compagnies maritimes s'impliquent dans l'hébergement touristique, c'est ainsi que la *Matson Navigation Company* est à l'origine du *Royal Hawaiian Hotel*, premier hôtel de très haut de gamme à Waikiki. De même à Nassau

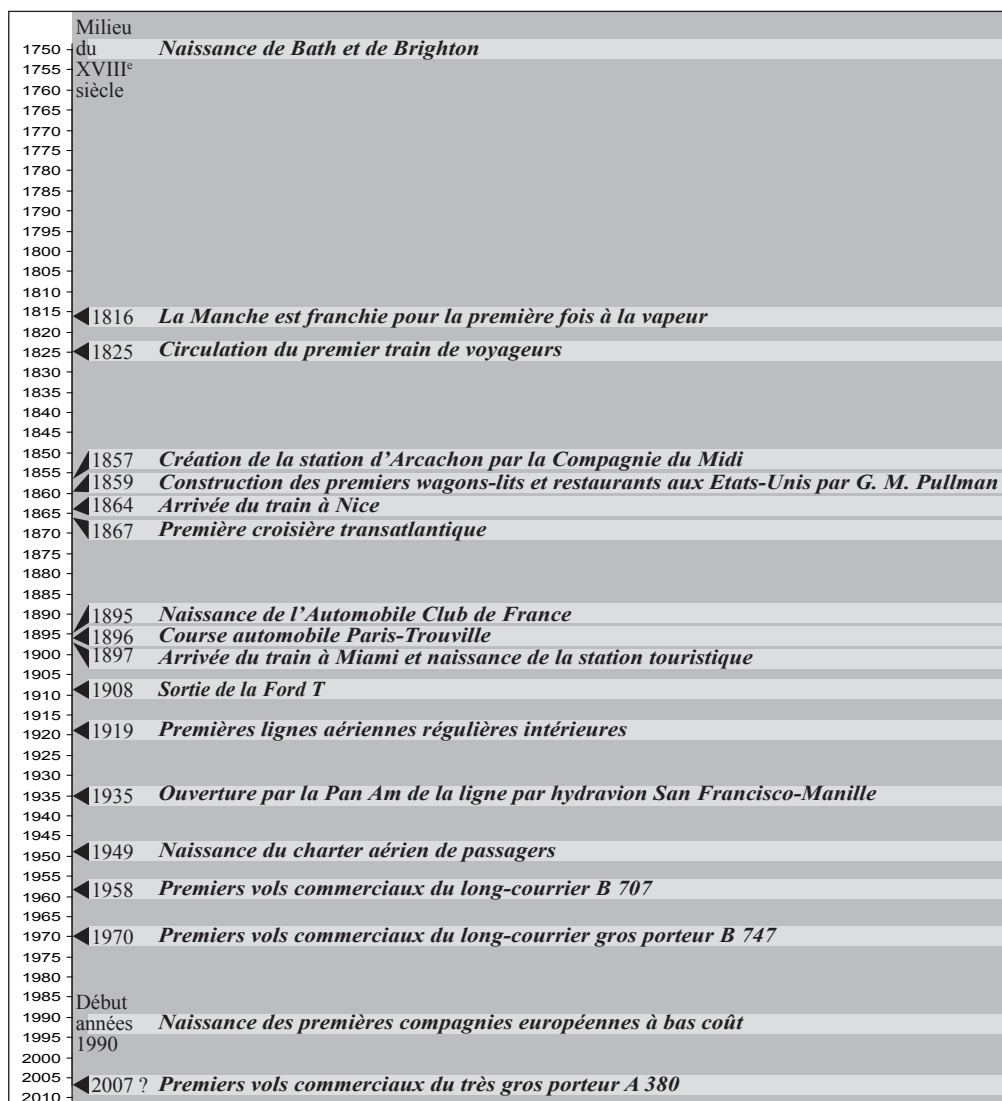
(Bahamas) le *New Colonial Hotel* était entre les mains de la *Munson Steamship Line*, qui reliait toute l'année Nassau à New York et durant l'hiver à Miami [BOUNDS, 1978, p. 172-173]. C'est le bateau qui a permis la fréquentation de Bali, avec la mise en place par la *KPM* (Compagnie des Messageries maritimes royales), en 1924, d'un service hebdomadaire desservant l'île depuis Singapour, Djakarta et Surabaya. De la sorte, la *KPM* ouvre, en 1928, le *Bali Hotel* à Denpasar et transforme ensuite en hôtel (*KPM Bungalow Hotel*) les bâtiments qui, à Kintamani abritaient les officiers néerlandais en tournées d'inspection dans l'île.

3 - Quand l'avion entre en piste

L'ouverture de liaisons trans-pacifiques par hydravions, à la fin des années 1930, obligea la Pan Am à construire des hôtels sur les îles escales de Midway, Wake et Guam [CONNER, à paraître], mais c'est à partir des années 1950 que la question de l'hébergement

des passagers devint primordiale pour les compagnies aériennes. En considération des types de passagers, les efforts portèrent tout d'abord sur une hôtellerie urbaine d'affaires. La chaîne *Intercontinental* fut une filiale de la *Pan American Airways*, et *Trans World Airways* établit des liens étroits avec le groupe Hilton en 1967. Cette nouvelle hôtellerie de chaîne va être imitée par les Européens et les Japonais (*Japan Airlines* et *Nikko*), mais au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale, Air France avait déjà pris une très forte participation dans les *Relais aériens français* (RAF), implantés principalement dans les colonies françaises d'Afrique, tandis que, plus tard, l'UTA conçut l'*Union touristique hôtelière* (UTH), une filiale spécialisée active en Afrique et dans le Pacifique. En 1970, Air France créa une filiale appelée *Hôtel France international* (HFI), très rapidement rebaptisée Méridien puis Le Méridien. Dès 1973, Méridien ouvre deux hôtels de 300 chambres environ à la Guadeloupe et à la Martinique.

Certaines compagnies aériennes nationales ont été créées spécifiquement pour le développement du tou-



Quelques dates importantes dans le domaine des transports et du tourisme

risme. Des micro-Etats insulaires se sont ainsi dotés de compagnies aériennes pour développer le tourisme en exploitant les foyers émetteurs potentiels de touristes. De la sorte sont fondées *Air Mauritius*, *Air Seychelles*, *Air Aruba*, *Bahamasair*, *Royal Tongan Airlines*, *Polynesian Airlines* (Samoa), *Air Pacific* (Fidji)... En 1971, le gouvernement de la Barbade acquit 51 % du capital de la compagnie aérienne *International*

Caribbean Airways (ICA) et, à partir de 1975, ICA devint le transporteur national (Burac, 1993, p. 110). Plus récemment, la Polynésie française a créé sa propre compagnie, *Air Tahiti Nui*, dans le même dessein, tandis que dans le reste de l'outre-mer français on cherche aussi à réduire l'hégémonie d'*Air France* (cf. *supra*) en créant des compagnies régionales proposant des vols long-courriers (*Air Austral*, *Aircalin*...).

CONCLUSION - DES PROCESSUS CUMULATIFS PLUS QUE DES EFFETS MÉCANIQUES

Force est de constater que les synergies entre tourisme et transports sont nombreuses, comme nous avons cherché à le démontrer dans ce travail. Mais il ne faut pas pour autant tomber dans le piège médiologique, si l'on suit Marshall McLuhan (*Pour Comprendre les média*) ou Régis Debray (cf. sa revue *Les Cahiers de médiologie*), qui ferait du tourisme et des touristes des éléments déterminés par le média, en l'occurrence les modes de transport. Nous réaffirmons que la diffusion

du tourisme dans le Monde ne peut se réduire à l'analyse des transports, les touristes n'ayant, par exemple, pas attendu le chemin de fer pour arriver sur la Côte d'Azur. Cette question doit donc, comme nous l'écrivions en introduction, être intégrée dans une réflexion plus vaste sur la question de l'accessibilité et nous ne pouvons qu'inciter les chercheurs à travailler sur toutes les facettes de celle-ci, en ne se contentant pas d'aborder uniquement son volet matériel.

BIBLIOGRAPHIE

- AVELINE N. (2003). - La Ville et le rail au Japon. L'expansion des groupes ferroviaires privés à Tôkyô et Ôsaka. - Paris, CNRS éditions, coll. « Asie Orientale », 238 p.
- BARBAZA Y. (1966). - Le Paysage humain de la Costa Brava. - Paris, A. Colin, 744 p. et annexes.
- BERTHO LAVENIR C. (1999). - La Roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes. - Paris, Odile Jacob, 438 p.
- BERTHO LAVENIR C. (2001). - La découverte des interstices. - *Les Cahiers de médiologie*, 12, 129-141.
- BOUNDS, J. H. (1978). - The Bahamas Tourism Industry : Past, Present and Future. - *Revista Geográfica* (Mexico), 88, 167-219.
- BOUNEAU CH. (1990). - Chemin de fer et développement régional en France de 1852 à 1937 : la contribution de la Compagnie du Midi. - *Histoire, économie et société*, 1, 95-112.
- BOUNEAU CH. (2003). - La construction et les mutations de l'économie touristique pyrénéenne du milieu du XIX^e siècle au second conflit mondial. - in TISSOT L. (dir.), *Construction d'une industrie touristique aux 19^e et 20^e siècles. Perspectives internationales. Development of a Tourist Industry in the 19th et 20th Centuries. International Perspectives*, Neuchâtel, Alphil, 410 p., p. 127-144.
- BRUNET R. (2004). - La Corse, région d'Europe. - *Mappemonde*, 4.
- BURAC M. (1993). - La Barbade. Les mutations récentes d'une île sucrière. - Talence, CRET, coll. « Îles et archipels » 17.
- CARALP-LANDON (1959). - Les Chemins de fer dans le Massif central. - Paris, A. Colin, 469 p.
- CARON F. (1997). - Histoire des chemins de fer en France, 1740-1883. - Paris, Fayard, 700 p.
- CARON F. (2005). - Histoire des chemins de fer en France, 1883-1937. - Paris, Fayard, 1029 p.
- CAZES G. (1985). - Transport aérien et développement touristique : des relations vitales et dialectiques. L'exemple de la Réunion. - *Travaux de l'Institut de géographie de Reims*, 63-64, 45-59.
- CHARDON J.-P. (1987). - L'Avion dans les Antilles. - Talence, CRET, coll. « Îles et archipels » 7, 177 p.
- CLOUET O. (2004). - Tourisme et développement durable en Méditerranée. Niveaux et seuils d'évolution régionale. - Thèse nouveau régime, université de Nice-Sophia Antipolis, 520 p.
- CONNER J. R. (à paraître). - Airlines and Tourism in the South Pacific: 1935-1975. - *Actes de l'HPA*.
- CORLISS C. J. (1960). - Henry M. Flagler – Railroad Builder. - *The Florida Historical Quarterly*, 3, 196-216.
- DACHARRY M. (1964). - Tourisme et transport en Méditerranée occidentale (Iles Baléares – Corse – Sardaigne). - Paris, PUF, 155 p.
- DACHARRY M. (1981). - Géographie du transport aérien. - Paris, LITEC, 370 p.
- DESPLANTES A. (1993). - Le chemin de fer et l'essor du tourisme de masse en France, 1900-1939. - *Revue d'histoire des chemins de fer*, 9, 93-102.
- DEWAILLY J.-M. (1989). - Tourisme et aménagement en Europe du Nord. - Paris, Masson, 248 p.
- DOUGLAS N. (2004). - Towards a history of tourism in Solomon Islands. - *The Journal of Pacific Studies*, 1 & 2, 29-49.
- DUPUY G. (1995). - Les Territoires de l'automobile. - Paris, Anthropos, 216 p.
- EQUIPE MIT (2005). - Tourisimes 2. Moments de lieux. - Paris, Belin, Collection Mappemonde, 349 p.

- FOHLEN C. (1973). - La Société américaine 1865-1970. - Paris, Arthaud, 350 p.
- GAY J.-CH. (1998). - Nécessité fait loi. Le développement touristique de la principauté de Monaco. - *L'Espace géographique*, 2, 169-182.
- GAY J.-CH. (2000). - La mise en tourisme des îles intertropicales. - *Mappemonde*, 58, 17-22.
- GAY J.-CH. (2001). - L'île-hôtel, symbole du tourisme maldivien. - *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 213, 26-52.
- GORDON S. H. (1996). - Passage to Union. How the Railroads Transformed American Life, 1829-1929. - Chicago, Ivan R. Dee, 403 p.
- GUINTINI A. (2003). - Le tourisme ferroviaire en Italie des origines jusqu'à la création des « trains populaires ». - in Tissot L. (dir.), Construction d'une industrie touristique aux 19^e et 20^e siècles. Perspectives internationales. Development of a Tourist Industry in the 19th et 20th Centuries. International Perspectives, Neuchâtel, Alphil, 410 p., p. 59-81.
- JOHNSON D. S. (1966). - Henry Bradley Plant and Florida. - *The Florida Historical Quarterly*, 2, 118-131.
- JUILLIARD E. (1987). - Climatisme et accessibilité : les deux époques de la croissance d'Hyères (Var) aux XIX^e et XX^e siècles. - Recherches de géographie urbaine. Hommage au Professeur Sporck, Liège, Presses universitaires.
- KASPI A. (1980). - La Vie quotidienne aux Etats-Unis au temps de la prospérité 1919-1929. - Paris, Hachette, 343 p.
- KISSLING CH. (1989). - International Tourism and Civil Aviation in the South Pacific : Issues and Innovations. - *GeoJournal*, 19, 3, 309-315.
- LOCKHART D. (1993). - Tourism to Fiji : crumbs off a rich man's table ? - *Geography*, 340, 318-323.
- MARCHAL R. (dir.) (2001). - Dubaï. Cité globale. - Paris, CNRS Editions, 134 p.
- MIOSSEC J.-M. (1996). - Le Tourisme en Tunisie. Un pays en développement dans l'espace touristique international. - Thèse de doctorat d'Etat, université de Tours, 1 333 p.
- MIROUX A. (1991). - Tourisme et transport aérien, de l'essor à la maturité. - Paris, Presses de l'Institut du transport aérien, 293 p.
- NAKAGAWA K. (1998). - Prewar Tourism Promotion by Japanese Government Railways. - *Japan Railway & Transport Review*, 15, mars, 22-27.
- O'DELL A. C. & RICHARDS P. S. (1971). - Railways and Geography. - Londres, Hutchinson University Library, 248 p.
- OGAWA I. (1998). - History of Amusement Park Construction by Private Railways Companies in Japan. - *Japan Railway & Transport Review*, 15, mars, 28-34.
- PAGE S. J. (2005). - Transport and Tourism : Global Perspectives. - Harlow, Pearson, 450 p.
- PAVAUX J. (1993). - L'Economie du transport aérien. La concurrence impraticable. - Paris, Economica, 434 p.
- PÉBARTHE H. (2003). - Le Tourisme, moteur du développement de la république de Maurice ? Un secteur à ménager, des lieux à intégrer. - Thèse, Université Paris-IV, 467 p.
- PÉPIN E. (1956). - Géographie de la circulation aérienne. - Paris, Gallimard, 341 p.
- RAYMOND N. (2001). - De Machu Picchu à Fujimori : les pays andins observés à travers leurs tourisimes. Le cas plus particulier du Pérou 1960-1996. - Presses Universitaires du Septentrion.
- SANMARTIN O. (1998). - L'Intégration du Sinaï à l'espace égyptien : processus, images et enjeux. - Doctorat, Université de Tours, 645 p.
- SCHWARTZ R. (1999). - Pleasure Island. Tourism & Temptation in Cuba. - Lincoln & Londres, University of Nebraska Press, 239 p.
- SHAFFER M. S. (2001). - See America First. Tourism and National Identity, 1880-1940. - Washington & Londres, Smithsonian Institution, 429 p.
- SIMMONS J. (1984). - Railways, Hotels, and Tourism in Great Britain 1839-1914. - *Journal of Contemporary History*, 19, 2, 201-222.
- TISSOT L. (2000). - Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX^e siècle. - Lausanne, Payot, 302 p.
- TORPEY J. (2005). - L'Invention du passeport. - Paris, Belin, 256 p.
- TURNOCK D. (2001). - Railways and economic development in Romania before 1918. - *Journal of Transport Geography*, 2, 137-150.
- TWAIN M. (1995). - Le Voyage des innocents. - Paris, Payot, (Innocents Abroad, 1869), 528 p.
- VERGEADE M.-S. (1990 a). - Un aspect du voyage en chemin de fer : le voyage d'agrément sur le réseau de l'Ouest des années 1830 aux années 1880. - *Histoire, économie et société*, 1, 113-134.
- VERGEADE M.-S. (1990 b). - Chemin de fer et tourisme : le cas exemplaire de la Compagnie du PLM pendant l'entre-deux-guerres. - *Revue d'histoire des chemins de fer*, hors série, 3, 259-273.
- WACKERMANN G. (1993). - Tourisme et transport. - Paris, SEDES, 279 p.
- WILKINSON P. F. (1997). - The Jamaican Tourism : from dependency theory to a world-economy approach. - In Lockhart D. G. et Drakakis-Smith D. (ed.), *Island Tourism. Trends and Prospects*, Londres & New York, Pinter, 352 p., p. 182-204.