

# Les masques du tourisme

Georges Cazes, Georges Courade

DANS **REVUE TIERS MONDE** 2004/2 n° 178 , PAGES 247 À 268

ÉDITIONS **ARMAND COLIN**

ISSN 1293-8882

ISBN 9782130545726

DOI 10.3917/rtm.178.0247

Date de mise en ligne : 01/01/2012

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-tiers-monde-2004-2-page-247?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Armand Colin.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

# LES MASQUES DU TOURISME

par Georges CAZES\* et Georges COURADE\*\*

*L'activité touristique est une forme de transhumance liée à l'industrialisation et à la hausse de niveau de vie au Nord et dans les pays émergents. Étendue à toute la planète par l'avion, elle touche de nombreux pays du Sud où elle peut provoquer des dégâts et/ou apporter un certain développement. C'est qu'elle repose sur des faux-semblants et masque des réalités peu reluisantes tout en étant de plus en plus prise en main par des multinationales peu connues. Le souci d'en réguler l'expansion par des codes conduira-t-il à en faire une activité acceptable partout ?*

Le tourisme est une forme typiquement occidentale de « nomadisme » née en Europe avec Thomas Cook, le « Napoléon des excursions ». Et c'est le chemin de fer qui lui a donné son essor, relayé récemment par l'avion. Cette mobilité temporaire, cette transhumance se trouve rythmée par les saisons de l'année et de la vie : rythmes scolaires occidentaux, congés payés américains, européens, nippons ou chinois, loisirs de contre-saison, du « troisième âge » ou temporalité elle aussi saisonnière du tourisme d'affaires.

Cette activité s'est élargie à toute la planète depuis un demi-siècle, les touristes succédant aux explorateurs, aux colonisateurs et aux voyageurs avec des conséquences de tous ordres. Peu de pays sont hors champ touristique, si ce n'est provisoirement en raison de guerres ou de catastrophes. Et encore ! Elle est parfois la figure inversée des migrations internationales en Afrique et en Amérique latine où les frontières voient se croiser, en toute indifférence, les migrants jeunes et démunis des pays chauds et les touristes des classes moyennes, plus âgés, des pays riches. C'est ainsi une des formes de la globalisation

\* Professeur émérite, Université de Paris I.

\*\* Directeur de recherches, IRD, IEDES, Université de Paris I.

« populaire » qui se développe à un rythme élevé, au point que l'on peut se demander si cette expansion est possible, compte tenu des concentrations géographiques et des effets qu'elle produit localement. Elle a été largement contrôlée récemment par des sociétés multinationales issues du transport, de l'hôtellerie, voire d'anciens acteurs industriels (Preussag). Envahissant toute la planète, le tourisme ne laisse pas indifférents la plupart des États qui y voient une manne malgré les risques, voire les dégâts qu'il peut produire : prostitution, spoliation des communautés, mise au travail des enfants, etc. Et il serait sans doute vain de vouloir arrêter son expansion<sup>1</sup>.

Les questions de sa régulation sont au centre des réflexions, tant l'acceptation de cette activité comme vecteur du développement que sa compatibilité avec les équilibres « civilisationnels » et économiques sont devenues stratégiques. En dépend la poursuite de l'expansion accélérée du tourisme. Source d'une croissance largement dépendante pour les pays du Sud, cette activité suscite des controverses : soutien des dictatures, mise en cause des droits humains ou déstructuration de sociétés fragiles. Au point que les pays ou l'Organisation mondiale du tourisme mettent en place des codes éthiques et que le PNUE et l'Unesco<sup>2</sup> se mobilisent pour protéger sites naturels et patrimoine mondial menacés. Cela a conduit certains à préconiser le barrage de l'argent pour accéder à certains sites fragiles<sup>3</sup> ou à demander le « consentement culturel »<sup>4</sup> des populations accueillantes promues en richesse touristique, oubliant l'origine sociale du mouvement actuel...

Produit de grande consommation, le tourisme est devenu forcément très standardisé. D'autant que le client cherche presque toujours à faire « une bonne affaire » et manifeste bien des craintes (de l'avion, de la nourriture, des maladies tropicales, etc.). Cela explique l'élargissement du fossé culturel entre visiteurs et hôtes malgré la fausse impression de proximité que donnent la rapidité des voyages et la société de l'information. L'actuelle phase de globalisation du tourisme, entamée dans les années 1970, a été portée par une meilleure couverture aérienne de la planète avec la remise en cause des monopoles des compagnies aériennes nationales disposant de lignes convoitées,

1. Gérald Messadié (2003), *Le tourisme va mal ? Achevons-le !*, Paris, Mad Max Millo Éd., 62 p.

2. Voir en particulier le projet *Culture, Management and Tourism* qui se préoccupe de 9 sites pilotes en Asie, Richard Maire (2003), Minorités ethniques, mondialisation et explosion du tourisme en Chine : le cas de Lijiang (Yunnan) et de la culture naxi, p. 133-175, in F. Bart et al., *Afrique des réseaux et mondialisation*, Paris, Karthala, 204 p.

3. C'est le cas au Botswana.

4. Mike Robinson (1999), Plaidoyer pour un tourisme culturel consensuel, *Le Courrier de l'Unesco*, juillet-août 1999, p. 23.

l'essor du *charter*<sup>1</sup> et des compagnies *low cost*<sup>2</sup>, et par le développement des nouvelles technologies de l'information rétrécissant l'horizon virtuel, facilitant l'organisation des voyages et permettant l'achat « *just-in-time* » de forfaits vacances, d'hébergements hôteliers, etc.

## 1 - L'ENRACINEMENT SOCIAL DU TOURISME EN OCCIDENT

On l'a sans doute un peu oublié, le tourisme moderne est né de trois phénomènes liés en Occident : l'augmentation de la durée du temps hors travail, l'enrichissement massif des classes moyennes et l'affaiblissement du lien social communautaire. Les luttes sociales dans une société très fortement marquée par le travail parcellisé et taylorisé capitaliste ont permis de donner une place de plus en plus grande aux vacances et aux loisirs pour la reconstitution de la « force de travail » et pour la « décompression » nécessaire (1936 et les congés payés, la RTT pour la France). Mais l'on s'est vite éloigné de l'inspiration ouvriériste de la société du repos et de la reconstitution du lien social mis à mal par l'usine ou le bureau pour aller vers celle des loisirs et même vers celle des primes-loisirs. Au point que le tourisme d'affaires associant tourisme et travail se répand de plus en plus, apportant une motivation supplémentaire (*incentives*) à ceux qui doivent faire du *cash-flow*. On a même cru sortir de la société du travail pendant les Trente Glorieuses (J. Fourastié, J. Dumazedier). Parallèlement, on affirme aujourd'hui encore qu'il s'agit d'un acquis social, voire d'un droit puisque chèques-vacances, vacances organisées ou bonifiées par l'entreprise (Japon, France) restent encore d'actualité.

Les aspirations ont toutefois convergé dans les sociétés du Nord composées de classes moyennes. L'individualisation de plus en plus forte de la société a autorisé l'exploration d'horizons plus lointains que le retour des salariés dans leurs familles élargies pour le maintien du lien social. Faute de renouveler son regard sur l'espace de proximité que l'on ne « voit » littéralement plus, on se donne l'illusion de le faire à l'échelle de la planète. Bref, le contact remplace la rencontre ! L'augmentation rapide du pouvoir d'achat a accompagné les périodes de longue croissance économique de l'après Seconde Guerre mondiale dans une logique fordiste : mieux payer ses salariés pour qu'ils achè-

1. Location d'avions à la demande, pour un prix forfaitaire, que l'on remplit de vacanciers...

2. Elles appliquent des prix aériens bradés par suite de prestations minimales de services, de l'usage de plates-formes aériennes secondaires, voire de subventions publiques locales...

tent les biens produits par l'outil industriel ou de service. Si le tourisme social géré par les comités d'entreprises ayant organisé les premiers congés payés a périclité en Occident, il connaît un renouveau en Chine, en Corée du Sud et en Inde aujourd'hui, qui enregistrent une explosion du phénomène touristique dans sa phase première.

## 2 – SEMBLANTS ET FAUX-SEMBLANTS DES « BULLES VACANCIÈRES »

Le tourisme se rêve, se pense et se vend voyage, dépaysement et nouveau rythme de vie, mais il n'est le plus souvent qu'un déplacement « de masse » organisé et encadré où l'inconfort, la surprise et l'exotisme sont soigneusement dosés au point que le lointain n'est que trop souvent l'image des clichés les plus habituels du client. Même si l'« authenticité » réinventée ou la tradition rebricolée tendent à se vendre très bien... Le faux retouché et simplifié n'est-il pas plus vrai que le vrai pour le regard construit de l'Occidental ? N'est-il pas plus désirable pour impressionner la pellicule argentique et numérique ? Chez les Dogon de la falaise de Bandiagara (Mali), on réinvente la tradition depuis M. Griaule ou M. Leiris, au point que l'on ne sait ce qui vient du fond des âges ou ce qui est suggéré par les anticipations des ethnologues ou par les touristes nourris des récits anthropologiques ! C'est que l'ensemble du secteur du tourisme repose sur la construction de « gisements »<sup>1</sup> touristiques, l'élaboration d'images à vendre dans le jeu de miroirs qu'est ce nomadisme spécifique. Activité fantasmagorique, le tourisme consomme de l'imaginaire autant que de l'« évvasion » car le touriste vit souvent dans une bulle climatisée, aseptisée et sécurisée (hôtel, véhicule tout terrain, avion ou car, etc.) où beaucoup de ce qu'il voit, entend ou respire a été soigneusement élaboré en fonction de ce qu'il est et attend !

On peut avancer que c'est une activité qui vend sur papier glacé du rêve, sophistiqué<sup>2</sup> ou plus commun (soleil, cocotiers, buffet à volonté du *todo incluido*, fêtes et sable fin de Punta Cana). Utilisatrice de la publicité et des sondages d'opinion et de satisfaction dans sa démarche, elle dissimule l'impressionnante logistique mise en œuvre :

1. Terme fréquent, mais contestable en raison de sa dimension déterministe.

2. Rencontres avec les décideurs politiques organisées récemment par le journal *Le Monde* à Téhéran, Nouméa ou Moscou, tourisme de « contact » promu par la Mutuelle des enseignants français au cœur d'un village mossi aménagé par la population elle-même.

centres aériens de réservation indiens pour les compagnies aériennes occidentales, synchronisation des groupes pour la gestion des places d'avion, de l'hôtellerie et des excursions, fabrication d'une cuisine internationale avec la *local touch* acceptable par les intestins de toute la planète occidentale, animations locales/internationales dans la lettre plus que dans l'esprit, clin d'œil coloniaux dans l'accoutrement du personnel de service, etc.

Pour sortir en apparence le touriste des rapports marchands permanents, les promoteurs du tourisme, Club Méditerranée d'abord, beaucoup d'autres ensuite, ont créé artificiellement une « bulle vacancière » où chacun pourrait accéder aux services sans ouvrir son porte-monnaie au quotidien. C'est le forfait tout compris généralisé par des concurrents à une multitude d'éléments. Clin d'œil à la société d'abondance de M. Sahlins, cela est en contradiction complète avec le triomphe de la marchandisation généralisée et de la vénalité ambiante.

Fatigué, peu curieux, le touriste se pense comme un voyageur informé et curieux, ce qu'il est rarement, mais il est contre-productif de le détromper ! Pour combattre l'ennui qui pourrait le guetter dans ces instants de vacuité, on a souvent organisé force animations au point que son temps libre se réduit comme peau de chagrin. Aussi, dans chaque destination, il faut lui organiser une visite « mémorable », une rencontre « exceptionnelle » qu'il puisse graver dans sa mémoire, bref, un rite ou une initiation à tel ou tel aspect « exotique » qui sera « le plus » comme disent les commerciaux, de ce déplacement au Sud qu'il valorisera chaque fois que possible.

Les comportements interindividuels seront plus ou moins « libérés » des normes et contraintes des sociétés du Nord, tant dans la conduite vestimentaire, les salutations, que dans la politesse, la manière de traiter un employé d'hôtel ou d'intéresser un partenaire sexuel et/ou affectif. Comme si l'on abandonnait sous les Tropiques les us et coutumes qui polissent les comportements dans son pays d'origine ! Libérations vacancières qui ont parfois des effets désastreux, dans le commerce sexuel notamment....

Est rendu quasiment invisible ou géré discrètement, par les grands opérateurs du tourisme, tout ce qui est susceptible de choquer le citoyen-touriste. Les safaris – chasse ont été transformés en safaris – photos pour la masse des touristes au Kenya, mais on a gardé pour les « *happy few* » les véritables chasses au gros gibier d'antan dans l'Adamaoua camerounais ou la Centrafrique. La visite des plantations de canne à sucre des Caraïbes ou des villages maliens s'accompagne de la distribution rituelle de stylos-billes et de cahiers aux enfants. On fait un geste pour les plus vulnérables ! Les déchets considérables produits

par les « usines à bronzer » sont discrètement évacués pour ne pas incommoder les clients ou sont recyclés dans des déchetteries dernier cri qui se visitent... Dans les forfaits touristiques, on prévoit ici un engagement à dénoncer les clients pratiquant le tourisme sexuel, là de destiner 1 % du tarif à une ONG de développement pour installer une pompe à eau dans un des villages visités, etc.

L'ensemble de ces initiatives, si elles correspondent à un souci de « responsabilité sociale » aujourd'hui très en vogue dans les pays anglo-saxons<sup>1</sup>, mais aussi en Europe, avec la mise en place des fonds de retraite par capitalisation investissant « éthique », améliorent d'abord l'image de marque des entreprises et, ce faisant, leurs cours en Bourse comme leur capacité à attirer des clients. Comment obliger cependant les transnationales à se soumettre à des règles minimales alors qu'il n'existe pas d'État mondial ? Comme le pouvoir économique de ces firmes est lié en partie à leur image, elles cherchent à se couvrir en souscrivant des engagements, en menant des audits chez leurs fournisseurs et sous-traitants souvent court-circuités... S'il y a beaucoup de faux-semblants, une pression militante constante peut les obliger à changer, comme on l'a vu pour Nike. Enfin, notons que les entreprises de ce secteur savent, plus que d'autres, utiliser des slogans inversés pour plaire aux classes moyennes occidentales, aux bourgeois bohèmes décalés qui ne se voient pas en touristes-veaux. On est passé ainsi du : « Ne pas bronzer idiot ! » des années 1970 au « Voyager intelligent ! », au « Si je veux », et au « Privilégier les hôtels de charme » aujourd'hui.

La régularité de cette transhumance va créer cependant un savoir et un savoir-faire, un « capital spatial »<sup>2</sup>, pour paraphraser P. Bour-

1. G. Ferone *et al.* (2001), *Le développement durable, des enjeux stratégiques pour l'entreprise*, Éd. d'Organisation ; Réseau solidarité (2003), « Codes de conduite des multinationales : outils de progrès social ou coup de pub ? ». L'investissement socialement responsable a un poids considérable aujourd'hui aux États-Unis. Les fonds de pension américains refusent souvent d'investir dans les sociétés faisant le commerce des armes, du tabac ou dans celles qui utilisent des sous-traitants exploitant des enfants ou travaillant dans des pays boycottés. Cela s'ajoute aux campagnes contre Nestlé, Nike, Total, Shell, etc., et a pour effet premier d'obliger les grandes entreprises à se dédouaner, à se justifier publiquement comme vient de le faire Total en utilisant les services rémunérés de l'ex-ministre Kouchner. La législation nationale oblige aussi les entreprises à dresser des bilans sociaux et environnementaux de leur activité, comme en France depuis peu (art. 116 de la loi NRE du 15 mai 2001 précisé par le décret du 21 février 2002). Au niveau mondial, existe depuis 1997 la *Global Reporting Initiative* en matière de développement durable. En 2002, parmi les entreprises françaises qui n'ont pas fourni d'indicateur environnemental, figurait le Club Méditerranée. L'agence de notation Vigeo dirigée par l'ancienne responsable de la CFDT se livrait à la notation sociale et environnementale des entreprises avec trois autres agences en Europe. Dans les quatre indices créés, supposés orienter les capitaux des fonds socialement responsables collectés, le groupe Accor figurait dans trois des quatre indices existants. Voir [www.ftse4good.com](http://www.ftse4good.com), [www.sustainability-index.com](http://www.sustainability-index.com), [www.vigeo.com](http://www.vigeo.com), [www.ethibel.com](http://www.ethibel.com).

2. G. Ceriani, R. Kanfou, M. Stock (2003), Les compétences cachées du touriste, *Sciences humaines*, n° 145, février 2004, p. 28-30. Choisir une destination parmi tant d'autres suppose l'adéquation de ce que l'on cherche (repos, sport, aventure, thalassothérapie, ressourcement historique, etc.) avec ce qui est pro-

dieu, que le touriste acquiert au terme d'une certaine expérience, ce qui le rendra méfiant à l'endroit de la consommation touristique de masse qu'il cherchera à éviter au profit de l'auto-organisation totale ou partielle qui lui laisse une certaine autonomie dans le choix de ces circuits et de ces rencontres.

Cette mobilité normée de la majorité des touristes ou décalée d'une minorité en expansion qui valorise son capital spatial repose sur autre chose que la capacité financière à s'offrir le Sud via des moyens de transports individuels ou collectifs. Sédentaires pauvres, « retranchés » réticents au voyage (selon la formule de J. Levy) « connectés » au village planétaire et riches branchés fréquentant des destinations fiscalement intéressantes constituent ainsi le public cible des opérateurs de voyages au Nord, alors que celui des pays émergents comprend aussi les classes salariées libérées par « les congés payés ». Ainsi, en Afrique du Sud ou en Chine, se côtoient ces deux publics (voir l'article de Sylvain Guyot).

### 3 – LE DÉVELOPPEMENT DU SUD ET LE « TOURISME DE MASSE »

Phénomène de consommation, le tourisme international (hors des frontières du pays de résidence) enregistre des progressions importantes : 457 millions d'entrées en 1990, 715 millions en 2002, 1,5 milliard d'entrées prévues en 2020 ! Et il engendre un véritable pactole (500 milliards d'euros en 2002) qui retourne pour moitié en Europe. Les pays en développement sont cependant une destination qui a le vent en poupe (un tiers au moins des recettes selon les estimations). Sur plus de 200 millions d'arrivées internationales au Sud en 2002 selon l'OMT, la Chine, ses voisins et l'Asie du Sud-Est en récupéraient la moitié, le reste se partageant entre le Moyen-Orient (11%),

posé et précisément décrit dans des guides ou des brochures d'organisateur de voyages. C'est à la fois repérer l'offre qui correspond à la demande sous contrainte d'un prix dans un marché de consommation, mais aussi jongler avec des réseaux spatiaux complexes et articulés. C'est aussi savoir se débrouiller avec les repères géographiques pour suivre un itinéraire et communiquer oralement (anglais international *a minima*, ce sabir du touriste) dans les lieux d'interconnexion (aéroports de plus en plus complexes), mémoriser les savoirs des guides et des cartes que tout un chacun ne sait pas lire ou utiliser, surtout quand on devient son propre organisateur de voyage. Ceux qui ont parcouru maints musées, lieux du patrimoine mondial de l'humanité, îles tropicales ou villes multimillionnaires riches d'un patrimoine artistique peuvent en impressionner leur pellicule ou leur carte numérique mais surtout comparer, comprendre et mettre en perspective lieux, objets d'art, paysages, situations et sociétés, et mesurer leur capacité à être confrontés avec des sociétés différentes. Il y a cependant des étapes dans l'affranchissement et une vaste majorité choisit de rester dans les « rails » des organisateurs de voyages.

l'Afrique subsaharienne (10 %), les Caraïbes et l'Amérique du Sud (7 % pour chaque région) et l'Afrique du Nord (5 %)<sup>1</sup>. Selon les indicateurs de la Banque mondiale de 2000, le tourisme apportait aux pays en développement pauvres et émergents 9 % des devises, à quasi-égalité avec les exportations alimentaires (calculs effectués à partir des balances des paiements) et environ trois fois plus que l'aide publique au développement octroyée par les pays de l'OCDE. Ce secteur se situait au troisième poste pour les devises après le pétrole et l'industrie et avant l'agriculture pour les PMA – c'est dire son importance. Pour 49 de ces pays, le tourisme est devenu une ressource essentielle, au point que l'on doit se demander si cette activité peut constituer la colonne vertébrale de leur croissance malgré les vulnérabilités économiques qu'il entraîne. On estimait ainsi que 59 % du PNB des Maldives provenait du tourisme (Vanuatu, 27 % ; Samoa, 17 % ; Tanzanie, 8 % ; Comores, 7 % ; Cambodge, 7 % ; Sénégal, Mali et Madagascar, 3 %) et que 83 % des emplois étaient liés à ce secteur dans ce pays. En Gambie, en 1997, si les exportations d'arachide représentaient 8 % des recettes, le tourisme notamment britannique et suédois en constituait 58 %<sup>2</sup>.

La géographie globale du tourisme va se trouver modifiée cependant par la montée en puissance de l'Asie émergente. La Chine deviendra sans doute la première destination touristique mondiale en 2020 avec 150 millions de visiteurs étrangers prévus. En octobre 2003, lors de la troisième année de congés payés dans ce pays, près de 100 millions de Chinois l'ont visité : 12 millions en voiture, 32 millions en train et 50 millions en avion. C'est qu'après des décennies de labeur en continu, ce pays vient de s'ouvrir aux loisirs<sup>3</sup>.

Dans sa contribution<sup>4</sup>, Sébastien Condès se demande comment le tourisme peut être utilisé dans une stratégie de développement considérant ses retombées au Sud. Le tourisme reste très sensible aux paramètres macro-économiques (taux de change, taux d'activité au Nord, etc.) et à l'insécurité perçue. Les événements du 11 septembre ne semblent toutefois pas avoir l'impact que l'on pouvait imaginer. Dans le Sud, ce sont les pays les plus développés qui tirent le mieux leur épingle du jeu. Les pays les mieux dotés en patrimoine et qui sont compétitifs (faiblesse

1. Entre 2001 et 2002, c'est Dubai, Hong Kong, l'Argentine, la Chine, le Liban, l'Afrique du Sud et l'Égypte qui ont connu les plus fortes progressions alors que l'Inde, la Tunisie, Cuba et le Brésil enregistraient de fortes baisses de fréquentation.

2. OMT, 2003, *Tourisme and Poverty Alleviation*.

3. Ce n'est qu'en 1995 que les Chinois ont découvert les week-ends, et ils ne bénéficiaient que de six jours de congés jusqu'en 1999 ! Any Bourrier, [www.rfi.fr](http://www.rfi.fr).

4. Les incidences du tourisme sur le développement.

des salaires et du pouvoir d'achat) peuvent d'autant mieux en profiter qu'ils sont une destination nouvelle. C'est que l'industrie touristique, moyen simple d'accumuler de la richesse, ne nécessite que de faibles capitaux pour démarrer. Si le tourisme d'affaires reste faible au Sud, loisirs, visites familiales et pèlerinages sont essentiels. En début de cycle touristique (exploration et développement), l'hôtellerie locale et celle de haut de gamme se côtoient, alors qu'en phase de consolidation le milieu de gamme se met en place. Le rajeunissement d'une destination consomme des capitaux et s'avère plus difficile. La dépendance vis-à-vis d'une activité cyclique comme le tourisme peut être contrebalancée par la diversification des formes de tourisme, mais l'existence d'une clientèle locale reste un atout. En conclusion, S. Condès croit au rôle du tourisme dans le développement des pays du Sud une fois maîtrisés les risques écologiques et socioculturels, par une meilleure adaptation du produit et des populations du pays récepteur à la demande comme par l'émergence de groupes nationaux et un rôle plus actif de l'État.

En tout cas, la notion – largement utilisée mais maladroitement synthétisée – de tourisme « durable » a tendance à partager producteurs et consommateurs sur les stratégies et objectifs à adopter, les premiers la considérant volontiers comme un concept-obstacle à la croissance nécessaire. On peut citer de nombreux cas de cette opposition, par exemple avec ce qui pourrait apparaître comme une dilapidation et un gaspillage inconsidéré du territoire – sans parler des redoutables effets sociaux – pour satisfaire la demande des investisseurs privés, et ce pour des raisons essentiellement d'urgence financière (cf. Cuba). Soucieuses de faire rapporter le maximum de profits possibles au secteur touristique, les autorités des pays du Sud appliquent avec un grand laxisme les limites définies par les nations plus favorisées en matière de « capacité de charge », qui est systématiquement dépassée (Galápagos, Baléares, Cyclades, Chypre, vallée égyptienne du Nil, etc.) en période de croissance où les accords directs avec les compagnies *low cost* sont chose courante. On le voit aussi à propos de la fréquentation du Machu Pichu qui divise symboliquement les entrepreneurs péruviens et les organisations internationales de conservation, naturellement plus malthusiennes.

Cette croissance du tourisme lui a permis de quitter depuis peu la branche des activités festives et superflues pour figurer parmi les piliers de choix stratégiques, notamment dans les pays en développement. Cette place nouvelle a obligé à prendre en compte sa régulation, compte tenu des risques qu'il fait courir aux pays démunis. Dans une terminologie encore très floue se mêlent des vocables multiples pour cerner le type de tourisme à privilégier. Ainsi, « éthique » rime avec « ethnique », « durable » avec « écoresponsable ». Les formulations parfois em-

ployées illustrent de redoutables exigences à respecter et à satisfaire. C'est déjà le cas du qualificatif « équitable » qui supposerait, comme cela se réalise dans une partie de la distribution, que chaque niveau du service fasse l'objet d'un contrôle très strict en matière de produit et d'emploi. C'est encore plus manifeste pour ce qui concerne l'expression, désormais en cours de banalisation, de « développement décent »<sup>1</sup>, qui évoque tout à la fois la recherche du plein emploi, la rémunération raisonnable de ce travail, le paiement suffisant des services et des marchandises, l'équité des revenus et l'intégration sociale, gage de progrès, etc. Les objectifs se combinent : « le développement durable a besoin de travail décent, de sécurité et d'une productivité économique et sociale soutenue » (Juan Somavia, BIT, Genève). Cela rejoint le vœu, exprimé publiquement par la ministre du tourisme du Burkina-Faso lors d'une réunion internationale à Paris au début de l'année 2002, que « le service (touristique) soit payé à son juste prix » par les partenaires étrangers, c'est-à-dire, concrètement, que la chambre d'un hôtel 4 ou 5 étoiles ne soit pas « vendue » (réservée, louée) à un tarif très inférieur à la moyenne internationale et au seuil minimum de rentabilité. Cela constitue un exemple supplémentaire de la pression, très souvent victorieuse, exercée par « l'appareil international » (tour-opérateurs, *Global distribution systems*<sup>2</sup>, systèmes de réservation, chaînes d'hôtels et de clubs, etc.) sur les opérateurs locaux et de l'illusion du gagnant-gagnant (*win-win*) dans une âpre négociation commerciale.

Que reste-t-il en effet, au Sud, de l'argent dépensé par les touristes ? Si le transport en retient la plus grande part, elle reste presque toujours au Nord ; l'hôtellerie et la restauration occupent une part substantielle qui peut aller au Sud, parfois à des prix bradés ; ce ne sont donc que les « menues dépenses » et les salaires des employés locaux qui restent nécessairement dans le pays. Quand il y a intégration verticale (transport aérien / hôtellerie) entre les mains du même opérateur, le retour sur le pays émetteur est impressionnant, d'autant que celui-ci ne fait souvent que louer les moyens de transport et gérer un hôtel construit par des opérateurs locaux (investissement minimal). Le touriste autonome dépense, selon une estimation, 97,4 US \$ dans le pays contre 52,5 pour le voyageur au forfait et 0,03 pour le croisiériste<sup>3</sup>. À la fin des années 1980, selon une étude de la Banque mondiale<sup>4</sup>, dans la réserve

1. Cf., par exemple, les divers textes réunis par la revue *Accès international*, Brest, 2002.

2. Alliances et réseaux mondiaux distribuant des produits toujours plus sophistiqués (alliances aériennes type Skyteam autour d'Air France et Delta Airlines, etc.).

3. OMT (2003), *op. cit.*

4. Bojo (ed.) (1996), *The Economics of Wildlife : Case Studies from Ghana, Kenya, Namibia and Zimbabwe*, Washington, AFTES Working Paper, p. 46.

kenyane de Maasai Mara, 85 % des revenus revenaient au secteur privé contre 5 % aux populations locales et 10 % à l'administration locale et fiscale. Les prestataires du Sud peuvent-ils réellement négocier une meilleure part du pactole face à de grands groupes ? Le schéma peut être légèrement modifié quand il s'agit de tourisme peu encadré ou quand de grands opérateurs existent dans le pays (Mexique, Thaïlande, par exemple). Dans presque tous les cas, la dépendance reste grande et les retombées minces, mais sans doute essentielles dans les pays où cela a en partie freiné la migration vers l'étranger (République dominicaine, île Maurice). Peut-on en rester là ?

Le mouvement très peu contraignant d'encadrement du tourisme coïncide justement avec un mouvement spectaculaire de concentration de l'appareil capitaliste international du tourisme, particulièrement en Europe. Des « mastodontes » financiers se constituent en effet depuis peu de temps dans le *tour-operating* autour des deux firmes allemandes, Preussag et Thomas Cook<sup>1</sup>, leaders directement ou par leurs filiales dans les principaux pays émetteurs, les grands réseaux d'agences, les *Global Distribution Systems* (GDS), les croisières, l'hôtellerie intégrée où de grands conglomérats aux noms presque inconnus (Cendant, Six Continents, Choice, Starwood, etc.) occupent les premières places mondiales, à côté des firmes spécialisées (Marriott, Accor, Hilton, Hyatt, etc.). C'est par milliers que se comptent leurs établissements et par centaines de milliers de places leur capacité totale (6 628 hôtels et 553 701 chambres pour Cendant en 2002 ; 3 644 hôtels et 413 774 chambres pour la firme Accor, classée au quatrième rang mondial début 2002) ! L'envergure mondiale de ces groupes leur permet de créer et de stimuler une coûteuse concurrence entre toutes les offres et d'arbitrer à leur avantage.

#### 4 – LA CONSTRUCTION DE LA « TOURISTICITÉ » ET L'APPEL AU TOURISME

Le tourisme a ses points spécifiques d'ancrage géographique, ses sites de prédilection et de concentration mais il fuit aussi des pays, des régions qui pourtant paraissent présenter un potentiel. Il préfère la République Dominicaine à Haïti (J.-M. Théodat), l'île Maurice à celle

1. L'intitulé reste britannique pour des raisons de notoriété.

de La Réunion, la Thaïlande à la Malaisie, la Côte-d'Ivoire au Cameroun !

Avec Jean-Marie Théodat<sup>1</sup>, nous abordons la question de la « touristicité » pour « évaluer à la fois la notoriété et la position du territoire dans le développement du phénomène touristique » en prenant le cas d'école qu'est l'île de Quisqueya (Saint-Domingue ou Hispaniola), partagée entre la République Dominicaine, devenue la première destination des Caraïbes, et Haïti qui en est la dernière. Comment en est-on arrivé là alors que ces deux pays ont en commun climat, paysages et plages attirantes ? L'attraction dominicaine résulte de la libéralisation économique et financière, de la reconversion de l'économie sucrière et de la démocratisation de la vie politique. Ce sont cependant les atouts patrimoniaux du pays (culture taino et créole, hispanité affichée, paysages et plages de carte postale) et la qualité de l'accueil qui sont mis en avant et transformés en images vendeuses de la destination. Haïti avec ses racines africaines, son vaudou, son art, aurait pu plaire s'il n'y avait l'état de délabrement de ses équipements, la violence intestine et la pandémie de Sida pour lui faire une réputation déjà fortement dégradée par le souvenir des « tontons macoutes ». Derrière les deux États, n'y a-t-il pas cependant deux images construites d'abord par les opérateurs du tourisme<sup>2</sup> ?

En conséquence, 20 % du PIB dominicain provient du tourisme, les énormes complexes hôteliers à capitaux espagnols épongent une partie de la main-d'œuvre qui aurait sans cela migré, et les ouvriers nécessaires aux plantations de canne viennent d'Haïti.

S'il doit disposer d'avantages naturels et culturels recherchés pour devenir touristique, un pays ou une région ne peut le devenir que si le niveau d'insécurité reste supportable pour le touriste, l'accueil de la population motivant, le confort suffisant et, surtout, les capitaux étrangers bienvenus et peu taxés. Le régime politique importe peu s'il assure la stabilité, et le non-respect des droits de l'homme n'y est pas un obstacle comme on le voit en Tunisie ou au Myanmar.

Tous les pays en développement lorgnent avec convoitise sur ce qu'ils qualifient volontiers de « manne » ou de « pactole » touristique, même s'ils ne s'emparent que des miettes du festin qui consacre la mondialisation croissante mais inachevée des destinations. C'est un choix social, politique, idéologique de toute première grandeur qui s'offre aux responsables gouvernementaux. Souvent, et significative-

1. L'endroit et l'envers du décor : la « touristicité » comparée d'Haïti et de la République dominicaine. Cette introduction et l'article ont été rédigés avant les événements violents qui ont chassé Aristide du pouvoir début 2004 (*N.d.l.R.*).

2. Le Club Méditerranée, qui y installa un village en 1980, n'y fut pas pour rien !

ment, le tourisme est volontairement exclu de la collectivisation des secteurs économiques majeurs (période Ben Salah en Tunisie, expérience Cubanacan à Cuba, années marxistes aux Seychelles), ce qui donne une précieuse indication sur les privilèges et les enjeux particuliers attribués à ce domaine.

L'argumentaire en faveur de l'accueil du tourisme international dans les pays en développement s'appuie désormais de plus en plus sur les attraits naturels préservés par la situation privilégiée grâce à une ouverture et à un développement récents. Il fait ainsi une large place aux destinations nouvelles, et aujourd'hui très positivement connotées, d'« écotourisme », d'« ethnotourisme », d'aménagement « durable » qui permettent de valoriser un potentiel bien protégé.

La contribution de Jean-Christophe Gay<sup>1</sup> sur les Seychelles nous montre le cheminement vers un tourisme de classe d'un archipel d'îles aux plages coralliennes dans l'océan Indien, vendant « du luxe à l'état brut » à des prix faramineux dans certaines îles-hôtels. Ici, en 2002, 132 000 touristes s'y rendaient alors que la République dominicaine en accueillait près de 3 millions. Contrairement aux apparences et aux déclarations, ce faible nombre de touristes ne traduit pas simplement le souci mis en avant par l'État, de préserver une nature réservée (43 % du territoire) mais des problèmes structurels (établissements vieillots, main-d'œuvre rare et absentéiste, coût de la vie élevé, desserte aérienne insuffisante, concentration des flux dans l'île de Mahé à 60 %, etc.) liés à l'histoire esclavagiste de ces îles et à un régime paternaliste se réclamant du socialisme depuis l'indépendance (1976). C'est que le tourisme est pour ce pays un secteur stratégique pour son développement à cause de l'effondrement des exportations de coprah et de la dépendance alimentaire. Avec une population métissée et soumise, produit de son histoire, le développement touristique n'a pu être transféré par l'État à des entrepreneurs locaux lors de la libéralisation économique, mais à des firmes extérieures qui n'ont pu dynamiser fortement le secteur. Aussi l'État a-t-il eu besoin d'avoir recours aux mythes associés au développement durable en signant une convention avec l'Unesco et s'est forgé un passé écologiste pour justifier une limitation volontaire non nécessaire du nombre de touristes. L'environnement est donc une véritable composante de la stratégie économique et politique. La construction de cette image crédibilise ainsi la destination auprès des élites occidentales ne voulant pas côtoyer des citoyens ordinaires. Cela n'annonce pas le déclin d'une destination mûre à l'heure actuelle, à

1. Tourisme, politique et environnement aux Seychelles.

l'inverse de ce qu'a théorisé Butler, car, selon Jean-Christophe Gay, « beaucoup de touristes ne tuent pas le tourisme ».

Par rapport aux régions envahies par la marée du « tourisme de masse », les nouveaux venus ont surtout à proposer des ressources presque intactes, des sociétés et des paysages présumés inviolés qu'une fréquentation précautionneuse devrait, en principe, seulement écorner. La doctrine repose sur la recherche d'un seuil d'exploitation maximale (de « capacité de charge ») qui n'obère pas l'avenir, et la méthode recommandée dans ce but repose sur une conception harmonieuse – autant que faire se peut – d'un développement intégré dans les différentes significations de ce terme<sup>1</sup>.

## 5 – LES FACES CACHÉES DU DÉVELOPPEMENT PAR LE TOURISME AU SUD<sup>2</sup>

Les populations du Sud, si elles se prêtent à l'accueil et au service rétribué du touriste en déployant toute la chaleur de leur fameuse hospitalité (qui se perd cependant), voient le touriste comme un visiteur richissime vivant dans un univers de farniente, même s'il ne s'agit que d'un modeste salarié selon les critères de niveau de vie du Nord. La confrontation des niveaux et styles de vie, de 1 à 20 ou à 50 dans certains cas, est déstabilisant pour l'hôte quand il s'agit d'un villageois ébloui par le rutilant tout-terrain du touriste qui va distribuer des bons pour soulager sa mauvaise conscience. Même préparé par les professionnels du tourisme, ce face-à-face est toujours une confrontation totale qui se focalise sur le pourboire, les souvenirs produits pour le touriste (objets d'artisanat, etc.), les contacts sexuels tarifés, etc. Tourisme et loisirs ont permis un essor considérable de l'industrie du sexe, d'autant plus que depuis trente ans on assiste à une « *sexualisation de la société fondée sur l'inégalité sociale* »<sup>3</sup>. Dans les destinations les plus prisées, Thaïlande, Caraïbes ou Sénégal<sup>4</sup>, la prostitution se trouve ouvertement pratiquée, sans épargner les enfants.

1. G. Cazes (1998), Tourisme et développement : du modèle intégré au modèle soutenable, in *Actes du Congrès de Mar del Plata*.

2. B. Dehais (2001), Mondialisation : les dégâts du tourisme, un tourisme inéquitable, *Alternatives économiques*, 194, juillet-août 2001, p. 38-51.

3. R. Poulin (2003), Prostitution, crime organisé et marchandisation, *Revue Tiers Monde*, 176, 735-769.

4. J. Flotiti (2004), Le développement du tourisme sexuel menace le Sénégal, *Le Monde*, 14 janvier 2004.

Le tourisme consomme à la fois des biens matériels (aliments, eau, électricité, carburant, téléphone, climatisation, etc.), des services matériels (places de transport, d'hôtel, de véhicules, etc.) qui lui sont dûment tarifés à leur valeur marchande ou de reconstitution, mais aussi des biens immatériels publics qu'il peut polluer ou dégrader (qualité de l'accueil, capacité festive, plages, paysages, montagnes, villages, cérémonies, musées, sites naturels ou culturels, etc.) qui ne lui sont pas imputés et qu'il aurait du mal à accepter de payer à leur juste prix. C'est d'autant plus préoccupant qu'il y a des limites précises à l'accueil de touristes dans certains lieux recherchés où se concentre l'activité touristique. Est-il acceptable de dépasser la centaine de touristes quotidiens en haute saison à Sangha en pays dogon<sup>1</sup> ? Il est vrai que plus le pays est pauvre, plus la population est sensible aux effets du tourisme et moins l'État est en mesure de faire prévaloir l'intérêt général même si le régime politique est légitime. Le Mexique émergent semble plus à même de faire face et de faire respecter des règles de développement durable s'il le souhaite que le Mali, tout étant relatif par ailleurs.

Les touristes peuvent, dans certains pays démunis, mobiliser pour eux seuls l'essentiel de la capacité des équipements publics au détriment de la masse de la population (voir l'article de J.-C. Gay), ce qui s'avère inacceptable. Produisant une grande quantité de déchets (un bateau de croisière ou un *resort* de plus de 1 000 chambres en produiraient entre 50 000 et 100 000 t par an !), certains équipements touristiques submergent les capacités d'absorption de petits pays ! Les grands aménagements touristiques se font au détriment de la survie des populations locales en bien des sites qui ne peuvent que rarement obtenir des dédommagements à leur déguerpissement *manu militari*.

Plus préoccupant pour la sécurité alimentaire des populations, dans certaines réserves naturelles africaines, l'accueil de touristes a conduit les organisations conservationnistes à faire appliquer des normes très sévères d'interdiction de pénétrer qui ne tiennent pas compte des complémentarités existantes entre terroirs et réserves, interdisant aux villageois la chasse aux grands animaux qui détruisent leurs récoltes ou l'accès à des ressources indispensables à leur équilibre nutritionnel (Cameroun septentrional, Ouest burkinabé, etc.).

Faut-il surprotéger à tout prix, au besoin par les armes, les animaux rares, plonger les populations rurales vulnérables dans la disette en leur interdisant des activités indispensables dans des réserves qui figent des milliers, voire des millions d'hectares pour préserver une faible activité touristique haut de gamme, comme si ces terres n'étaient

1. A. Doquet (1999), *Les masques dogon*, Paris, Karthala, 320 p.

pas utilisées<sup>1</sup>, ou les rémunérer pour devenir des conservateurs d'une nature non vierge que l'on a décidé de protéger<sup>2</sup>? Comme l'avance Martin Khor : « Le Nord, avec son incontestable puissance, ne doit pas faire de la question écologique un nouvel instrument de domination sur le Sud. »<sup>3</sup>

En Afrique du Sud, dans l'étude de géopolitique que nous offre Sylvain Guyot<sup>4</sup>, le tourisme a permis de maintenir une forme d'apartheid, vert celui-là, comme le montre le cas du Greater St Lucia Wetland Park, parc mondial de l'humanité depuis 1999. Créé avant la mise en place du développement séparé en 1948, ce type de parc repose sur l'expulsion des occupants noirs pauvres, installés sur des réserves périphériques, mais aujourd'hui toujours aussi démunis. « Le développement touristique réside presque uniquement dans des projets écotouristiques, souvent au service de quelques blancs fortunés. » L'écotourisme sert de masque à la perpétuation de la discrimination spatiale d'origine coloniale britannique protégeant les plus beaux sites en faisant déguerpir les indigènes dans des « native reserves ». Et c'est autour de la bataille des normes et règles à respecter que se réalisent les aménagements du parc mettant aux prises divers acteurs, Blancs anti-apartheid, associations, autochtones plutôt proches du parti de Buthelesi, le chef zoulou, et partisans de l'ANC au pouvoir à Pretoria, sous l'égide d'une multiplicité d'administrations concurrentes locales et nationales dépassées ou contournées par les réseaux que chacun mobilise. Si la préservation des intérêts des agriculteurs vivriers de la zone semble oubliée par l'administration qui en a la charge, les plus habiles des autorités traditionnelles tirent, pour leur communauté, leur épingle du jeu. Et l'on voit l'ANC tirer parti de ce type de grand projet pour conquérir des populations qui ne lui sont pas acquises. De la participation et de la redistribution des bénéfices aux populations locales dépend cependant l'avenir de l'écotourisme.

Les plages de sable fin, les eaux turquoises, etc. où se construisent les « usines à bronzer » ne sont pas extensibles à l'infini et il est impensable de s'inspirer d'un urbanisme touristique du type de celui qu'ont connues les Baléares ou les Canaries voilà trente ou quarante ans. Certaines parties du Mexique, de la Tunisie ou de la République dominicaine sont déjà des contre-exemples !

S'il y a une limite physique (la fameuse capacité de charge) à l'accueil des touristes et sans céder à un relativisme ethnologique, il y a

1. « Vacantes et sans maîtres », selon le discours colonial.

2. Voir le n° 177 de la *Revue Tiers Monde* sur les marchés des droits et de l'environnement.

3. *Alternatives économiques*, 2001, hors-série 47, p. 58-60.

4. Derrière l'écotourisme, le politique : conservation et discrimination territoriale en Afrique du Sud.

d'autres limites qui relèvent du droit des sociétés à garder leur mode de vie, à ne pas subir un tourisme prédateur, voire destructeur (ethnocide). Comment trouver acceptable la reconstitution de zoos humains, comme on l'a vu en Thaïlande, dans le village de Huang-Haen, où l'on parquerait de force des « femmes-girafes » ? Au danger de « folklorisation » des cultures, s'ajoute la violation des droits humains. Entre 13 et 19 millions d'enfants de moins de 18 ans travailleraient dans l'hôtellerie, la restauration et le tourisme dans des conditions souvent intolérables<sup>1</sup>...

Qui plus est, cette activité favorise l'essor de comportements fragilisant un tissu social largement déstructuré par les thérapeutiques du FMI ou des régimes dictatoriaux prédateurs : mendicité, drogue, prostitution, vol, change au noir, trafics divers... Cuba, avec plus d'un million et demi de touristes par an, a vu sa société se modifier sensiblement avec l'émergence de petits métiers informels, l'essor prodigieux de la prostitution, le déclassement de nombreux cadres contraints de se livrer à des activités liées à la recherche du « dieu dollar » (taxis, etc.). Enfin, l'artisanat de reproduction à l'infini des copies de pièces ou de formes dégradées d'art traditionnel que développe la présence de touristes est-il une bonne ou une mauvaise chose ?

Se pose à ce stade la question de la fonction de régulation de l'État (Sébastien Condès, Jean-Christophe Gay, Sylvain Guyot). Faute de réglementation et de canalisation étatique, l'activité touristique engendre les plus négatifs des effets, alors qu'une gestion bien conduite du secteur pourrait être bénéfique sur certains plans. Avec un choix pour le haut de gamme, l'île Maurice semble mieux profiter de la manne que les Seychelles. Au Mali et au Burkina-Faso, un artisanat de qualité, encouragé et contrôlé par l'État s'est mis en place à la faveur du tourisme, ce qui ne semble pas être le cas au Sénégal.

Pour éviter un tourisme débridé et prédateur ou un tourisme de classe, des politiques publiques coordonnées semblent indispensables, au Nord comme au Sud, à partir du moment où l'on sait qu'il s'agit d'une poussée irrésistible qui va s'élargir aux pays émergents les plus peuplés de la planète malgré les conjonctures défavorables et les menaces difficiles à prévoir. Si cette recherche passe par le truchement d'organisations internationales à qui il revient d'élaborer un corps de doctrines négociées mais aussi applicables (voir l'article de M.-F. Lanfant), en appeler à l'État suppose, au Sud, une capacité et une volonté qui n'existent pas partout, notamment dans bien des petites îles tropicales volontairement sous-administrées ou dans des pays caractérisés

1. Selon Maggie Black (1995), « In the twilight zone : Children Workers in Hotels, Tourism and Catering Industry », BIT.

par la faillite de l'État. Les « dégâts du tourisme »<sup>1</sup> ne seraient certainement pas ce qu'ils sont si le code éthique international était plus contraignant et si les États du Sud avaient la capacité de formuler des exigences structurées vis-à-vis de leurs partenaires du Nord<sup>2</sup>... Mais où en est-on des doctrines touristiques supposées apporter les corrections attendues à un marché dérégulé, où les bonnes pratiques et les soucis éthiques restent encore rares ?

#### 6 – DES PRINCIPES, MAIS PEU D'APPLICATIONS

Le « discours international » du tourisme, tel qu'il a été décliné et vulgarisé par l'OIT (devenue ensuite OMT), a significativement fluctué depuis les années 1950, années qui marquent le redémarrage des déplacements touristiques après-guerre, jusqu'à la mondialisation actuelle.

Quatre stades successifs de ce discours, très représentatifs de la conjoncture internationale générale, peuvent être distingués<sup>3</sup>.

- 1 / le tourisme « moteur de développement », par redistribution naturelle et quasi-miraculeuse des ressources monétaires du Nord vers le Sud : théorie largement diffusée par le PNUD et la CNUCED et à l'origine d'une douzaine de stations nouvelles (Cancun, Antalya, Nusa Dua, Port El Kantaoui, etc.) ;
- 2 / le tourisme « faiseur de paix », mettant l'accent sur la prétendue compréhension évidente entre les peuples par simple mise en contact (démenti en 2003 par le discours néo-conservateur américain du clash des civilisations tiré de Huntington) ;
- 3 / le « temps des dénonciations », montrant les effets observés de domination et d'acculturation. Cette approche culmine, sans s'interrompre, lors de la Conférence de Washington en 1975, lorsque la Banque mondiale décide de réduire ses interventions dans le secteur au vu du bilan, pour le moins mitigé, de son développement ;
- 4 / c'est la dernière phase – celle que nous avons qualifié de « temps des chartes » – qui caractérise l'actualité de la réflexion dans ce domaine sous forme de recommandations, de divers « codes de bonne conduite » et de « bonnes pratiques ».

1. Brigitte Dehais, *op. cit.*

2. Martin Khor, *AlterEco, op. cit.*

3. Georges Cazes (2000), *Tourisme et relations internationales : perspective cavalière du dernier demi-siècle, Relations internationales*, Paris, n° 102, spécial Tourisme, été 2000, p. 233-245.

Deux composantes méritent d'être mises en exergue dans cet argumentaire aujourd'hui dominant. C'est d'abord son étonnante prolifération, à la mesure de son caractère relativement indolore. Ces différents textes, très généraux et émanant de diverses sources (organisations internationales, administrations nationales, sociétés d'équipement et d'aménagement, transporteurs et tour-opérateurs, associations diverses, etc.), n'incluent aucune clause d'obligation d'application concrète, ni de caractère légal. C'est ensuite la prétention véritablement exorbitante à définir une approche morale valable pour tous les pays, sur les stratégies et les objectifs longuement étudiés par M.-F. Lanfant, mais qui ne peut résoudre toutes les questions. L'OMT s'est doté récemment d'un tel Code et la France également : cet investissement moral assez général pose en lui-même problème. Pour simplifier, il est légitime de s'interroger sur le locuteur et sur le désintéressement (apparent) des principes qu'il énonce solennellement : « qui parle » et « à qui », avec quel pouvoir de persuasion, quels moyens réels (installation d'un Comité national d'éthique) de veiller à l'expérimentation de ces objectifs ?

C'est considérer qu'une vision unanimiste, « universaliste » pourrait-on dire en effet avec M.-F. Lanfant, peut se dégager d'une réalité concurrentielle et parfois conflictuelle : n'est-ce pas aggraver, par exemple, l'effet de tutelle des petits et moyens entrepreneurs de transport et d'hébergement que de les inviter, comme le fait la CNUCED, à s'équiper en matériel informatique qui les fera passer dans le réseau des grands *global distribution systems* mondiaux, tels Amadeus ou Sabre, eux-mêmes inféodés aux alliances aériennes et à leurs filiales de *tour-operating* ou d'hôtellerie de chaînes ? C'est aussi les cas de figure des situations troublées et périlleuses (attentats, enlèvements, émeutes, etc.) : les agents de voyages, producteurs et vendeurs, sont prompts à juger que la sécurité est rétablie, essentiellement parce que le service touristique ne peut pas être stocké comme n'importe quel autre produit et qu'ils ne souhaitent pas, pour la bonne santé de l'industrie dont ils sont les animateurs, en subir les conséquences...

Dans son texte sur l'appel à l'éthique pour réguler le tourisme<sup>1</sup>, M.-F. Lanfant s'interroge sur les sources d'une posture à visée universaliste inscrite dans le Code du tourisme cherchant à normer les comportements des vacanciers et à limiter les effets négatifs des aménagements touristiques. En appelant à la responsabilité de tous les acteurs, le Code du tourisme adopté par l'Organisation mondiale du tourisme révèle des évolutions doctrinales importantes que l'auteure se propose

1. L'appel à l'éthique et la référence universaliste dans la doctrine officielle du tourisme international.

d'expliciter. Il s'agit bien d'un ensemble de règles du jeu proposées, et non d'une charte, dont elle fait l'analyse contextuelle, voire paradigmatique, en rapportant propos et références qui permettent de comprendre comment se noue un tel discours sans proposer en contrepoint une critique. Il faut donc l'aborder pour ce qu'il est, dans le cadre même où il est élaboré, le système onusien. C'est une « manière de voir » une industrie plurifonctionnelle qui vend à la fois des biens matériels et de l'immatériel. Ainsi se confirme que l'actuelle OMT est l'héritière de l'Organisation de la « propagande touristique » de 1925 et de l'Union des organismes officiels du tourisme en 1946 pour devenir ce qu'elle est en 1976. La gestation de sa doctrine l'a conduite à s'intéresser plus au tourisme, facteur de développement, qu'à la simple croissance de l'activité, même si les deux sont liés. On s'interroge donc sur la contribution de cette activité « vitale » au développement des pays pauvres et à la « canalisation » des flux nécessaires. Face aux effets socioculturels non désirés de cette activité dans les sociétés traditionnelles, il faut l'encadrer tout en affirmant sa place dans la compréhension universelle. Cette vision humaniste sous-tend même le commerce touristique, à l'écoute du monde, fait de curiosité, voulant construire un tourisme durable. Consommant des biens publics mondiaux, cette activité se doit de protéger les patrimoines écologiques et culturels. Pour faire des affaires, il s'agit de passer de la prédation au sauvetage ! Toute cette production idéologique, qui nous est restituée telle qu'énoncée, débouche sur des notions comme celles de société de droit, d'approche démocratique via les réseaux touristiques, le tout se référant à des valeurs à visée universaliste et à des normes juridiques de portée mondiale. Ces convergences dans les engagements traduisent-elles le « souci de légitimer un modèle unique » ? Si l'on peut penser que l'on se situe dans l'utopie au regard des rapports de force réels et des pratiques touristiques réelles, on peut aussi se dire que, dans une vision prospective, l'OMT se donne « des bâtons pour se faire battre ». Cette organisation vise-t-elle à se dédouaner mais aussi à engager véritablement les acteurs du secteur à prêter serment comme le font les médecins avant d'exercer leur profession ? En tout cas, ces règles du jeu donnent à la société civile internationale en émergence un cadre pour évaluer et contester les entreprises de tourisme, ce qui ne manquera pas de survenir.

Les différentes exigences (environnementale, sociale, soutenable-durable, morale, équitable, responsable, vertueuse, etc.) sont revendiquées désormais dans leurs « codes de bonne conduite » par diverses firmes, notamment de distribution, soucieuses de rassurer et de fidéliser leurs consommateurs... mais totalement libres d'en appliquer réellement les préceptes !

L'importance économique essentielle du tourisme international n'a pas débouché sur une consécration politique de même envergure, tant cette activité « qui marche toute seule », dit-on notamment en France, mériterait peu d'interventions et de déclarations tonitruantes, de débats enflammés et de mesures spectaculaires lors des grandes conférences mondiales consacrées aux échanges de biens et de personnes. Il est symptomatique qu'il ait fallu attendre la fin de 2003 pour qu'enfin l'OMT soit intégrée dans le système des Nations Unies en tant qu'institution spécialisée, à égalité avec d'autres grandes activités telles que l'agriculture (FAO), l'éducation et la culture (UNESCO) ou la santé (OMS) et que des pays leaders, comme les États-Unis, n'en fassent toujours pas partie...

Le tourisme est un reflet assez fidèle de l'organisation du monde dont il révèle (au sens photographique) les dynamismes et les déséquilibres fondamentaux. On y perçoit en particulier : l'hyperconcentration (70 à 80 %, suivant les évaluations et les catégories statistiques considérées) des flux vacanciers, émis comme reçus, sur l'Europe développée ; la toujours nette rétention sur le territoire national ou ses environs immédiats des déplacements états-uniens ; la dichotomie brutale entre des « bassins » mûrs et menacés d'obsolescence (certaines destinations de la Caraïbe ou de la Méditerranée) et l'entité Asie du Sud-Est - Pacifique vers laquelle bascule également le monde touristique, à grand renfort de bulletins de croissance et de projections impressionnantes (la Chine, premier récepteur mondial d'ici environ une décennie ?).

Au total, on peut se demander si le touriste comme le tourisme ne jouent pas sur les images de la réalité pour les théâtraliser, les occulter dans un monde dérégulé où la guerre d'images se mesure en valeur pour l'actionnaire. Il faut à tout prix ne retenir que l'endroit du décor, surtout s'il est aussi artificiel qu'un hôtel-club, dissimuler les arrières-plans, la pauvreté, les cuisines et les bordels qui rebutteraient un client moyen, pourtant pas trop regardant. Il faut mimer les bonnes pratiques à défaut de les mettre en œuvre, pour sauvegarder l'éthique formelle. Bref, les « masques » du touriste et de l'activité touristique se répondent pour construire une réalité plus ou moins imaginaire que chacun a cherché.

La marchandisation de la nature, de l'espace et de la culture à laquelle participe le tourisme risque pourtant, malgré tous ses efforts, de créer à terme cette uniformisation qu'est supposé fuir le client à la recherche d'un exotisme<sup>1</sup>. Et les nouveaux « gisements touristiques » à conquérir sont plus rares et plus fragiles que ceux qui sont surexploités

1. Notion collective subjective qui diffère entre le Japon, les États-Unis et l'Europe !

aujourd'hui. Il faudra donc bien combler le vide de la réglementation, ne serait-ce que pour gérer les 1,5 milliard de touristes qui se profilent d'ici peu et éviter des affaires médiatiquement retentissantes.

En définitive, il est aisé d'adhérer à l'affirmation que « le nouveau discours volontariste qui prétend que la croissance économique, régulée par les lois du marché, débouchera sur l'équilibre écologique et la justice sociale est un leurre »<sup>1</sup>. Il faut toutefois noter que le tourisme consomme massivement des biens publics mondiaux vulnérables qu'il faudra bien un jour gérer avec toute l'attention nécessaire si l'on veut garder la planète vivable et le voyage possible.

Les contributions ici réunies apportent une série d'analyses sur les sites en vue et les masques dont s'habille le tourisme (Saint-Domingue, Seychelles, Kwazulu-Natal), la capacité de cette activité à soutenir le développement et les présupposés universalistes sous-tendant l'élaboration d'un code qui se veut engageant pour les États et les acteurs du secteur.

Mais c'est avec une culture du doute<sup>2</sup> sur la réalité des choses que nous souhaitons voir les lecteurs aborder ces textes, et avec la volonté de dépasser les clichés habituels.

1. P. Amalou, H. Bariouliet, F. Vellas (éd.) (2001), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001, 303 p.

2. C. Simonnot (2002), *Géopolitique et mondialisation*, Paris, O. Jacob, 342 p.