

**UNIVERSITÉ DES SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LILLE**  
**FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES**

**L'ÉCONOMIE DES PRATIQUES TOURISTIQUES**

Thèse pour le Doctorat en Sciences Économiques présentée et soutenue  
le 18 décembre 1997 par

**Pascal CUVELIER**

Sous la direction de **Jean GADREY**



**Le jury se compose de :**

**M. Bernard GUESNIER**, Professeur à l'Université de Poitiers, rapporteur

**M. Robert SALAIS**, Directeur de recherches au CNRS, rapporteur

**Mme Sylvie DIATKINE**, Professeur à la Faculté des Sciences Économiques et  
Sociales de Lille I

**M. Christian du TERTRE**, Maître de conférences à l'Université de Paris-Dauphine

**M. Jean GADREY**, Professeur à la Faculté des Sciences Économiques et Sociales  
de Lille I, directeur de thèse



Si l'on cherche une image pour illustrer l'expérience que représente la thèse, on peut penser à celle d'un grand voyage sur l'océan. Elle ressemble, en effet, à un voyage marqué par des eaux calmes, des turbulences et des incertitudes. Sur le bateau, j'ai eu la chance de trouver sur le pont, dans la cabine ou sur les flots des paroles et des regards pour me conseiller, me "supporter" et me rassurer. Je souhaiterais remercier tous ceux qui ont participé à cette aventure et plus particulièrement :

— M. René Baretje, du Centre des Haute Études Touristiques d'Aix-en-Provence, M. Patrice Tedjini de l'O.M.T. et Mme Cougart de l'INSEE pour leurs conseils et leurs remarques

— M. Jean Gadrey, mon directeur de thèse, pour sa patience et la qualité de son encadrement

— Saïd Adjerad, le compagnon de tous les instants

— ma famille, mes amis, mes collègues.

## **SOMMAIRE**

## **Introduction générale**

### **Première partie**

#### **Les pratiques touristiques, des pratiques au coeur des sociétés modernes**

p. 17

#### **Chapitre I. Le tourisme, une pratique ancienne mais une dimension caractéristique de la modernité**

p. 20

##### Section I : Le tourisme : une pratique aux origines lointaines

p. 23

I. 1 Aux origines des pratiques touristiques, l'*otium* antique p. 24

I. 2 L'époque médiévale, disparition du voyage d'agrément et consécration d'un temps de repos p. 26

I. 3 La Renaissance et la vogue du voyage culturel et mercantile p. 27

##### Section II : L'invention de l'articulation "travail-loisir"

p. 31

II. 1 Un nouvel ordre social fondé sur le travail : l'invention du temps de travail p. 32

II. 2 Un nouveau rapport à l'espace p. 34

- II. 3 L'aristocratie à la recherche d'un sens et d'une singularité p. 35
- II. 4 L'invention du temps libre pour les travailleurs p. 39

**Chapitre II : Généalogie des pratiques touristiques modernes : de la figure du voyageur à celle du touriste** p.46

Section I : De la mobilité élitaires aux vacances pour tous : une histoire de l'émergence de la "moralité du divertissement" p. 48

- I. 1 Le "grand Tour" ou la codification du déplacement p. 49
- I. 2 La renaissance de la station balnéaire et de la station thermale p. 53

Section II : Du temps de l'élite à celui des masses, la démocratisation du voyage p. 60

- II. 1 La révolution des transports comme condition de l'organisation commerciale du voyage p. 61
- II. 2 L'appropriation sociale du temps et l'apprentissage du voyage p. 65
- II. 3 La démocratisation du tourisme, une dimension et un produit caractéristiques de "l'ère de l'opulence" p. 73

Section III: Les différentes explications à la croissance de la demande touristique p. 79

- III. 1 L'approche technico-économique de la croissance des besoins et de la demande touristique p. 80
- III. 2 L'approche marxiste de la croissance des besoins et de la demande de tourisme p. 85
- III. 3 L'approche véblénnienne de la croissance des besoins et de la demande de tourisme, la logique de la distinction p. 89

**Deuxième partie**

**De l'analyse économique de la consommation touristique à l'analyse économique des pratiques touristiques** p. 93

**Chapitre III : Le tourisme, objet d'étude de l'analyse économique standard** p. 96

Section I : L'émergence d'une réflexion économique sur le tourisme	p. 97
I. 1 La réflexion économique et le tourisme élitare	p. 97
I. 2 Les balbutiements de la théorie économique du tourisme	p. 100
Section II : La constitution d'une analyse économique du marché touristique	p. 105
II. 1 Une analyse classique : Donald E. Lundberg, M. Krishnamoorthy et Mink H. Stavenga (1995)	p. 111
II. 2 De la production pour le tourisme à la production touristique, l'analyse d'Escalona (1989)	p. 132
<b>Chapitre IV: Le rôle des intermédiaires touristiques légitimé par l'approche néo-institutionnelle, apports et limites</b>	<b>p 143</b>
Section I : Du marché touristique au marché des produits organisés, deux modes différents de recours au marché	p. 148
I. 1 Présentation des stratégies de consommation touristique	p. 148
I. 2 Quelques explications théoriques à propos de l'évolution de ces stratégies	p. 152
I. 3 Quelques éléments d'ordre empirique concernant le poids de l'intermédiation dans les pratiques touristiques	p. 157
Section II : Le paradoxe des intermédiaires touristiques partiellement levé par la théorie néo-institutionnelle	p. 159
II. 1 Présentation de la "théorie des coûts de transaction" de Ronald Coase (1937) et de ses prolongements chez Olivier Williamson (1994)	p. 160
II. 2 L'application de la théorie des coûts de transaction au marché touristique	p. 163
Section III : Les limites de la théorie des coûts de transaction et son dépassement	p. 172
III. 1 Les critiques traditionnelles	p. 172
III. 2 Le dépassement des critiques traditionnelles	p. 176

### **Troisième partie**

**Les apports d'une approche régulationniste des pratiques touristiques** p. 188

### **Chapitre V : Une approche régulationniste de l'économie des pratiques touristiques** p. 192

Section I : La dynamique de l'économie capitaliste et la théorie de la régulation p. 194

I. 1 Présentation générale de l'approche de la régulation p. 195

I. 2 Le régime d'accumulation fordiste et sa crise p. 199

Section II : Le tourisme et la régulation de l'économie capitaliste : le "modèle du tourisme fordiste" p. 205

II. 1 La théorie de la régulation, une grille de lecture du phénomène touristique ? p. 206

II. 2 La pratique touristique, un élément du coeur de la régulation fordiste p. 208

II. 3 Un modèle fordiste du tourisme p. 211

Section III : La crise du tourisme fordiste : vers un "modèle touristique post-fordiste" ? p. 218

III. 1 Les approches traditionnelles des mutations des produits et des pratiques touristiques p. 219

III. 2 L'approche régulationniste de la crise du tourisme fordiste, vers un tourisme post-fordiste p. 239

### **Chapitre VI : Les transformations du tourisme espagnol : d'un modèle fordiste à un modèle post-fordiste ?** p. 253

Section I : Le tourisme en Espagne : la mise en place d'un modèle d'organisation de masse p. 256

I. 1 Des origines à l'implantation du modèle de masse p. 256

I. 2 Les raisons du "miracle touristique" de l'Espagne p. 264

Section II : La crise du modèle touristique espagnol	p. 269
II. 1 La fin de "l'euphorie du développement"	p. 270
II. 2 Les raisons de la crise du tourisme en Espagne (1989-1992)	p. 276
II. 3 La qualité au coeur des modèles de sortie de crise touristique en Espagne	p. 282
<b>Chapitre VII : Une approche socio-économique des pratiques touristiques : "les mondes du tourisme"</b>	<b>p. 288</b>
Section I : Les "mondes" de production, une analyse théorique de la diversité	p. 293
I. 1 Un enrichissement théorique : les apports de l'économie des conventions	p. 293
I. 2 La théorie des "mondes de production" de Salais et Storper	p. 301
Section II : Les "mondes" du tourisme, une approche conventionnaliste	p. 307
II. 1 La construction des typologies, une tradition dans l'analyse des pratiques touristiques	p. 307
II. 2 La construction des "mondes du tourisme"	p. 313
Section III : Une approche régulationniste des "mondes du tourisme"	p. 324
III. 1 De la question de la qualité aux constructions de formes de qualité	p. 325
III. 2 Les modèles de régulation des "mondes du tourisme", une dynamique institutionnelle	p. 331
<b>Conclusion générale</b>	<b>p. 337</b>

## **INTRODUCTION GÉNÉRALE**

Le tourisme est devenu, au XX<sup>ème</sup> siècle, une activité économique majeure et un élément structurant les rythmes de vie individuels et collectifs. Certains n'hésitent pas à qualifier de "révolution touristique" ou "de grande aventure économique de notre temps"<sup>1</sup> l'installation durable du "temps des vacances" au sein des modes de vie. Le phénomène touristique se présente à la fois comme un aspect de nos sociétés placé au coeur de l'histoire sociale et comme un enjeu économique significatif. Bien que la fiabilité des estimations pour appréhender statistiquement le tourisme international et national soit relative, quelques éléments statistiques vont toutefois nous permettre de mesurer l'ampleur de ce phénomène. Le tourisme constitue l'une des plus importantes activités économiques en France et plus généralement dans le monde. Quatre éléments, au moins, permettent de l'affirmer.

---

<sup>1</sup>. Ces images sont utilisées respectivement par Joffre Dumazedier (1992) et Jean-Luc Michaud (1992).

Le secteur touristique représente, si l'on réunit la part du tourisme international et la part du tourisme intérieur, 10 à 12 % du P. I. B. mondial selon les estimations du Travel Industry World Yearbook (Francesco Frangialli, 1991). Il est à l'origine de 7 % en moyenne de l'investissement mondial en biens d'équipement et correspond à plus de 15 % des ventes mondiales du secteur des services (O.M.T., 1991). En termes de recettes, le tourisme international est désormais l'un des trois secteurs d'échanges commerciaux internationaux avec le pétrole et les véhicules à moteur. Pour la France, qui occupe une position dominante sur le marché mondial<sup>2</sup>, le tourisme représente la première activité exportatrice nette, avant l'agriculture (on estime, pour 1995, un apport de devises de 137 milliards), et contribue en moyenne à 10 % du P.I.B. (Direction du tourisme, 1997).

Un second critère d'évaluation de l'importance du tourisme dans la structuration économique de nos sociétés se situe au niveau de la part de la population active travaillant pour le secteur et de sa contribution à la création nette d'emploi. Bien que cette question soit délicate, l'O.M.T. (1991) nous indique qu'approximativement 101 millions de personnes occupent un emploi dans le tourisme (ce qui représente un travailleur sur seize dans le monde). De plus, le tourisme est l'un des principaux secteurs générateurs d'emplois (en particulier pour les pays en développement). Pour le cas de la France, on estime que ce secteur qui occupe un total de 1,2 million de travailleurs est à l'origine chaque année d'un nombre de créations d'emplois significatif. Alors que les années 80 furent caractérisées par un fort développement du chômage, le nombre d'actifs travaillant dans le secteur touristique s'est accru, entre 1982 et 1990, de 8,6 % (Pierre Py, 1996).

Un troisième élément qui renvoie plus directement aux modes de vie permet aussi de mesurer le poids et l'influence du phénomène touristique. Il concerne l'ampleur des déplacements pour motif touristique et leur impact sur la structure des budgets des ménages. Comme l'indique P. Py (1996, p. 21), "*Poussée, marée, explosion ... ces termes, couramment utilisés pour décrire l'accroissement de la consommation touristique (nationale et internationale) ne paraissent pas excessifs tant, depuis 1945, le tourisme figure, à quelques nuances près, parmi les secteurs qui se développent le plus rapidement*". Selon les travaux de l'O.M.T., le nombre d'arrivées de touristes internationaux aurait été multiplié par cinq entre 1965 et 1995. Sachant que ce nombre est dix fois inférieur à ce que représente le tourisme intérieur mondial, on peut estimer aujourd'hui à plus de quatre milliards le nombre de déplacements touristiques à l'échelle

---

<sup>2</sup>. On pourra se reporter à l'article de Michel Godet (1991), "Le tourisme, première industrie mondiale", *Futuribles*, numéro de janvier.

planétaire. Au niveau de la France, bien que l'on constate un tassement relatif des taux de départs, les vacances "*sont devenues un signe majeur de l'intégration sociale*" (André Rauch, 1996, p. 256). Progressivement, le statut des dépenses liées au tourisme s'est transformé. Perçues initialement comme peu utiles car relevant de l'agrément, la représentation des dépenses attachées aux vacances a pris la forme, pour de nombreux consommateurs, d'un besoin à satisfaire en priorité. Certaines enquêtes montrent d'ailleurs qu'au lieu de renoncer aux vacances, les individus préfèrent réduire la durée, différer les départs ou limiter les dépenses accessoires (F. Frangialli, 1991). Pour le cas de la France, alors que la crise économique ralentissait la progression du pouvoir d'achat, la consommation touristique des français s'est accrue. De 202,7 milliards de francs en 1980, elle est passée à 569,9 milliards de francs en 1995 (Direction du tourisme, 1997). La progression de la consommation touristique en France est, de fait, plus rapide que celle de l'ensemble de l'économie (F. Frangialli, 1991).

Enfin, le secteur touristique semble être l'un des secteurs d'activité les plus prometteurs du prochain siècle. Bien que la plupart des analyses prospectives insistent pour souligner à la fois le ralentissement possible du taux de croissance et la vulnérabilité du secteur, l'évolution générale se présente plutôt favorablement. La demande solvable est considérable. Selon l'O.M.T. (1991), le nombre d'arrivées de touristes internationaux devrait atteindre 637 millions en l'an 2000 et 937 millions en 2010. C'est principalement l'émergence économique du bloc asiatique qui constitue l'un des enjeux de la croissance des marchés touristiques de demain.

S'il convient de considérer avec prudence les différentes données que nous avons retenues, l'importance du phénomène touristique ne peut toutefois être remise en cause. L'homme moderne semble se caractériser par une tendance et un désir croissant à la mobilité à des fins d'agrément. Cette tendance est récente. D'une manière générale, on peut dire que le tourisme constitue une des composantes de la société de services. Il participe du processus de tertiarisation qui touche à la fois les économies jusqu'alors fondées sur les industries de transformation manufacturière et certaines économies en développement. Il représente aussi cette aspiration au loisir et à la libération du temps qui semble caractériser notre époque. Le phénomène touristique, par ses répercussions économiques, par la place croissante qu'il occupe dans la consommation et plus généralement dans les modes de vie et finalement par les enjeux qu'il suscite, est un objet d'étude qui mérite une attention particulière.

Faire cette étude n'est pourtant pas un exercice facile et le faible nombre de travaux théoriques portant sur le sujet peut d'ailleurs témoigner de cet état de fait. Une des

raisons provient, selon nous, de la difficulté qu'il y a à caractériser ce que l'on entend par "tourisme". Notre objectif, dans ce qui suit, consiste à se doter d'une définition à la fois pratique et précise de cette réalité et, à réfléchir à l'angle sous lequel nous allons aborder le phénomène touristique.

## **Le tourisme : un phénomène difficile à définir**

Généralement, pour exprimer la notion d'une chose, on cherche à en donner une définition. Les repères et les fondements posés par la définition constituent l'axe principal autour duquel s'élabore la compréhension du phénomène que l'on cherche à clarifier. Pour un concept ambigu et flou, il peut être utile, afin d'avancer dans son approche, de rendre compte de la diversité des points de vue, de discerner les traits communs et de délimiter les divergences d'opinion.

Si, intuitivement, chacun possède une image, du fait de ses expériences personnelles ou de ses rencontres, de ce qu'est ou de ce que pourrait recouvrir la notion de tourisme, vouloir élaborer une définition précise et qui puisse dépasser sa propre conception des vacances est un exercice délicat. À cet égard, nous partageons la position de Joffre Dumazedier (1988, p. 2) lorsqu'à propos du tourisme il estime qu'il "*n'est pas toujours facile de connaître ce qui nous est pourtant familier*".

Pour appréhender cette notion nous procéderons en trois étapes. Après avoir effectué un détour par une étape "historico-sémantique" qui nous permettra de nous éclairer sur l'emploi d'un certain type de vocabulaire, nous passerons en revue les principales définitions élaborées par les chercheurs et par les institutions compétentes afin de retenir une définition qui nous semble être la plus appropriée à notre objet. Comme le précise Marc Boyer (1972, p. 7) "*Pour qui veut écrire sur le tourisme, le plus difficile est de le définir. On conviendra pourtant que c'est indispensable*".

— Voyageurs, touristes, vacanciers ou villégiateurs sont autant de mots qui dans le langage actuel paraissent tous appartenir à un même univers conceptuel. En fait, originellement, ces notions disposaient toutes d'un sens relativement précis. Celui-ci semble avoir été oublié au cours du temps. Le concept de villégiateur qui vient de l'italien "villegiare" (1761 : la trilogie de la villégiature de Carlo Goldoni) a un sens particulier. Contrairement au tourisme qui contient l'idée de déplacement, la villégiature évoque plutôt l'univers de la retraite et du repos. Elle consiste en quelque sorte à changer de résidence, à effectuer "*un transfert de sédentarité*" (Jean-Didier Urbain, 1993, p. 29). Si le villégiateur, pendant son séjour, décide de s'absenter pour une visite, il devient excursionniste. Il n'épouse jamais la condition de touriste ou de voyageur. La notion de vacances, quant à elle, ne renvoie ni à la figure du déplacement, ni à la nature de son contenu. Elle se définit par rapport au découpage du temps. Initialement (dictionnaire Richelet de 1680), les vacances correspondent à la période durant laquelle

on ne se rend pas en classe<sup>3</sup>. Plus tardivement, on parlera de "vacance du parlement" lorsque ce dernier a terminé ses sessions et qu'il ne se réunit plus. On peut donc être en vacances et n'être ni touriste, ni voyageur, ni villégiateur. Le concept de "touriste"<sup>4</sup>, qui précède de quelques années celui de tourisme<sup>5</sup>, n'apparaît dans la langue française qu'au début du XIX<sup>ème</sup> siècle. Au départ, le tourisme qualifie les activités essentiellement attachées à la mobilité. L'objectif consiste à se déplacer d'un point à un autre pour des motifs culturels. On peut alors se demander ce qui différencie le voyageur du touriste puisque les deux activités semblent avoir leur raison d'être dans le déplacement culturel. Les travaux de M. Boyer (1972) et J-D. Urbain (1993) nous éclairent sur cette différence. Cette dernière ne résiderait pas tant au niveau de la nature de l'activité qui, pour l'essentiel, repose sur les mêmes pratiques, que sur la perception que les acteurs ont de celle-ci. Ces deux concepts renvoient à une connotation sociale différente qui prend appui sur la distinction effective dans la société du XIX<sup>ème</sup> siècle entre la classe de la noblesse (qui recherche à se cultiver dignement et avec éclats) et celle de la bourgeoisie (perçue en la matière comme une classe de suiveurs qui disposent d'un capital culturel faible). Comme on peut le remarquer, les mots n'apparaissent dans le langage qu'à partir du moment où ils sont rattachés à une réalité reconnue socialement.

Si, à l'origine, tous ces mots cherchent à évoquer une réalité distincte, ils ont évolué et dans le langage quotidien, on emploie souvent indistinctement tel mot ou tel autre pour désigner une activité touristique. Cette confusion sémantique comme nous aurons l'occasion de le montrer s'explique, en partie, par la constitution d'un secteur d'activité qui a pour objectif de regrouper ces activités multiples.

Dans ce qui précède, nous avons essayé de repérer les distinctions primitives pour ordonner les concepts courants se rattachant aux activités touristiques. Cet exercice a servi de première base pour ébaucher une définition du tourisme. Néanmoins, le contenu et les contours demeurent imprécis. Passer en revue les définitions les plus représentatives en distinguant celles élaborées par les institutions compétentes et celles issues des travaux des chercheurs constitue une étape méthodologique nécessaire pour savoir sur quel type de réalité nous allons réfléchir. Ce critère de distinction nous paraît

---

<sup>3</sup>. Il faudra attendre 1956 pour que le mot "vacancier" apparaisse dans la langue française.

<sup>4</sup>. Dans la langue anglaise, le mot "tourist" (qui tire son origine du français "tour") apparaît dès 1792 dans le récit de voyage de John Bying : "*Et maintenant, voici une grande usine flamboyante... tout la val en est gâché... en tant que touriste, j'exècre ces machines qui ont envahi toute vallée pastorale et détruit le cours et la beauté de la Nature*" (cité par Robert Heilbroner, 1971).

<sup>5</sup>. C'est en 1816 que le concept de "touriste" fait son apparition dans la langue française alors qu'il faudra attendre 1841 ("Les mémoires d'un touriste" de Stendhal) pour y voir figurer le mot "tourisme" (J-D. Urbain, 1993).

pertinent pour rendre compte de la différence implicite qui réside entre ces deux niveaux d'analyse.

— La première définition officielle du tourisme international date de 1937. Elle a été mise au point pour des raisons statistiques par un comité d'experts de la Société des Nations. Elle se fonde sur deux critères que sont la durée et la distance. Ainsi, le touriste international désigne "*toute personne en déplacement pour une durée d'au moins 24 heures dans un pays autre que celui où elle a son domicile habituel*" (cité par Georges Cazes, 1989, p. 24). Cette définition néglige totalement la prise en compte d'un motif particulier qui viendrait spécifier la nature du déplacement. Il en résulte une approche large de la notion de tourisme puisqu'un départ motivé par le travail, les affaires ou la famille est considéré, dans cette optique, au même titre qu'un séjour balnéaire.

En 1978, l'Organisation Mondiale du Tourisme (l'O.M.T.), institution internationale créée en 1973 et spécialisée dans l'étude du tourisme<sup>6</sup>, identifiait le touriste comme "*toute personne en dehors de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24 heures (ou une nuit) et de quatre mois au plus pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances et séjours de fin de semaine), santé (thermalisme, thalassothérapie, ...), missions ou réunions de toute sorte (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestations sportives, ...), voyages d'affaires, déplacements professionnels, voyages scolaire, ...*" (O.M.T., 1978). Cette définition "fourre-tout" diffère peu de celle élaborée en 1937 comme si le mode d'approche de cette réalité demeurerait identique. Comme le souligne J-D. Urbain (1993, p. 31), cette définition "*fait finalement obstacle à toute identification réelle du touriste*". Elle veut intégrer en un seul concept toute forme de déplacement quelles qu'en soient les motivations, gommant ainsi les distinctions originelles du vocabulaire. Cette généralisation, selon Paul Bodson et Jean Stafford (1988), aurait pour objectif de gonfler artificiellement l'importance du domaine d'activité relevant du tourisme. À cet égard, les définitions proposées par les universitaires se révèlent plus pertinentes et évitent "*la manie classificatrice des officiels qui énumèrent ceux qui sont touristes et ceux qui ne le sont pas*", ce qui "*finit par stériliser la recherche*" (M. Boyer, 1982, p. 251). D'ailleurs, il n'y a qu'à voir, dans les publications traitant du tourisme, les

---

<sup>6</sup>. Comme le précise Jean-Pierre Harris (1992, p. 249), "*Le tourisme comme "mouvement des personnes" selon la bonne formule de R.C. Lonati n'a pas été reconnu comme activité internationale majeure aussi vite que d'autres secteurs de l'économie et reste encore aujourd'hui un parent pauvre dans le concert des nations*". En 1925, à la Haye, se crée le premier congrès international des associations officielles de trafic touristique. Il faudra ensuite attendre 1934 pour que se crée, encore à la Haye, l'Union internationale des organismes officiels de propagande touristique (UIOOPT). En 1947, à Paris, L'UIOOPT est remplacée par l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) qui est l'ancêtre de l'O.M.T. La création de l'O.M.T. a été décidée en 1970. Elle sera effective en 1973 lorsque le secrétaire général de l'UIOOT devient secrétaire général de l'O. M. T. par intérim. Bien que siégeant à l'origine à Genève, l'O.M.T. a été déplacée dès 1975 à Madrid. On pourra se reporter pour disposer de renseignements supplémentaires concernant le fonctionnement de cette institution à J-P. Harris (1992).

nombreuses précautions prises par les chercheurs, pour définir cette notion dans les premières pages, pour se persuader de l'enjeu d'une telle question. Si le nombre de définitions proposées est important, on peut néanmoins repérer quelques conceptualisations ou délimitations qui ont marqué les avancées dans la connaissance du domaine.

— En 1949, un chercheur hongrois, Béla Markos, lors d'un colloque sur "la théorie de tourisme" envisage le tourisme comme : "*un mouvement collectif de voyageurs se dirigeant vers une ville, une commune, une station balnéaire ou climatique, une contrée ou un pays à une époque caractérisée par un degré élevé du développement de la culture. Au lieu servant de but de voyage, les voyageurs séjournent sans avoir toutefois l'intention de s'y établir ou d'y déployer une activité lucrative*". Cette définition, bien qu'insistant sur la pluralité des supports touristiques possibles, semble réduire fortement le champ touristique. En effet, le tourisme n'a de sens que s'il est massifié et s'il entretient des rapports étroits avec la culture. Cette approche restrictive et normative ne se retrouve pas dans la définition proposée par Kurt Krapf en 1948. La construction de sa définition se fonde sur le repérage de différentes particularités. Le tourisme incite les hommes à quitter temporairement leur domicile habituel. Il comprend aussi bien des étrangers que des nationaux et peut être appréhendé sous deux angles différents, celui des bénéficiaires et celui des activités économiques qu'il engendre. Enfin, K. Krapf indique (1948) qu'il est essentiel, pour approcher la notion de tourisme, de tenir compte du but, du motif que s'est assigné le voyageur en quittant son domicile. Son déplacement doit être expliqué par des raisons visant la recherche d'agrément. La difficulté qui apparaît à ce niveau se situe dans le caractère arbitraire de cette notion. En effet, faire le tri entre des motivations relevant du domaine de l'agrément et celles qui n'en relèvent pas est un exercice délicat.

Comme nous pouvons le constater définir le tourisme n'est pas simple et dépend, pour une part, des optiques que les auteurs vont adopter. Notre objectif n'est pas tant, dans cette thèse, de résoudre les problèmes formels attachés à la délimitation et à la conceptualisation du secteur, que d'exposer l'idée selon laquelle le choix d'une définition, pour analyser un tel secteur, est rarement neutre et renvoie à des problématiques particulières. Privilégiant l'analyse de la consommation touristique et plus précisément celle des pratiques attachées à ce secteur, nous nous doterons d'une définition susceptible d'orienter et d'approfondir cette question.

À cet égard, nous retiendrons que le tourisme désigne des pratiques associées à un contexte d'éloignement temporaire du lieu de résidence pour des raisons de détente et (ou) des motifs à caractère socio-culturel. Cette définition extensive fait du tourisme

une activité humaine diversifiée et n'exclut pas arbitrairement des plages de temps comme le week-end. Néanmoins, elle n'intègre pas les voyages d'affaires et les repas d'affaires en tant que pratiques touristiques, sauf lorsque, parallèlement à ces activités, sont organisés des visites, des tours ou des distractions complémentaires (à la différence de ce qui est pratiqué par les organismes officiels qui les retiennent dans leur comptabilité). Cette définition, à la fois large et restrictive, constitue une première conceptualisation du tourisme. Nous verrons toutefois que l'univers des pratiques touristiques est multiple et renvoie à une variété de modes de production et de modes de consommation qu'il faudra repérer et analyser. Plus qu'un secteur, par ses multiples formes, le tourisme constitue un monde.

## L'économie des pratiques touristiques

Pourquoi privilégier l'optique "demande" comme mode d'approche du phénomène touristique ?

Deux raisons principales nous ont amené à opter pour ce choix. Tout d'abord, l'essence même du phénomène touristique explique, en partie, l'importance que l'on peut attacher à l'analyse de la demande. Pour reprendre le position de René Baretje et Pierre Defert (1970, p. 19), le tourisme est un fait de consommation, "*en d'autres termes, le tourisme n'est pas une activité rémunératrice pour celui qui s'y livre et le voyageur doit disposer d'un pouvoir d'achat déjà constitué*". En effet, c'est le touriste lui-même, à moins de réduire l'économie du tourisme au secteur des voyagistes et agences de voyages, qui définit, par sa pratique, le caractère touristique de ce qu'il consomme. Pour le dire autrement, c'est le contexte de consommation et d'utilisation qui fera que telle dépense est une dépense d'ordre touristique. Utiliser son véhicule personnel n'entre pas systématiquement dans la catégorie de la consommation touristique. Tout dépend du contexte dans lequel cet acte se produit.

La deuxième raison est liée à la faiblesse des travaux économiques portant sur la demande touristique. Si on ne peut nier les importantes contributions portant sur le demande touristique de R. Baretje (1972) et du groupe de réflexions de l'université de Durham animé par Peter Johnson et Barry Thomas (1992), il nous semble qu'il est possible, en se fondant sur les développements contemporains de la théorie économique de renouveler et d'approfondir cette question. En ce sens, nous partageons le point de vue de P. Bodson et J. Stafford (1988) lorsqu'ils soulignent que "*la construction d'une théorie économique du consommateur de biens ou de services touristiques deviendra le passage obligé pour l'établissement d'une économie du tourisme*" (p. 5).

Toutefois, bien que notre angle de réflexion se situe au niveau de la demande touristique, il est clair que l'on ne peut l'envisager correctement sans tenir compte à la fois des modes de production et des formes institutionnelles en présence sur le marché touristique.

## Présentation de la problématique

L'objectif central de cette thèse est de chercher à mettre en place un cadre théorique permettant d'analyser l'économie des pratiques touristiques, son évolution et sa structuration.

L'une des manières d'aborder cette question consiste à s'interroger sur la dimension historique du phénomène que l'on cherche à étudier. À quel type de besoin ces déplacements répondent-ils ? Pour quels types de population ? Depuis quand ce secteur d'activité est-il devenu économiquement important ? Ce détour par l'histoire nous permettra, en outre, de comprendre l'essence de ce phénomène et la place qu'il occupe dans les modes de vie contemporains des sociétés occidentales. Loin d'être un phénomène invariant, le déplacement à des fins touristiques semble avoir une histoire riche faite de ruptures. L'idée que nous défendrons est que le tourisme tel que nous le percevons aujourd'hui est une réalité récente qui accompagne au XVIII<sup>ème</sup> siècle la mise en place de nos sociétés industrielles et urbaines. Ce résultat important viendra "nourrir" l'éclairage de l'univers des pratiques touristiques par les instruments de la théorie économique. Nous espérons que ce dialogue pourra contribuer aussi à l'élargissement du champ des approches économiques de la consommation.

La théorie économique traditionnelle, avec ses outils d'analyse, offre un éclairage sur la demande touristique qui passe par la théorie microéconomique du consommateur. Bien qu'apportant certains résultats intéressants pour comprendre tout un ensemble de pratiques, elle présente des limites lorsqu'il s'agit de diversifier le champ des pratiques et envisager différents modes de recours au marché. On s'interrogera alors pour savoir si, finalement, le concept de "consommation" ne constitue pas un concept "obstacle" pour appréhender, de manière plus approfondie, les logiques économiques qui animent le monde des vacances. Les développements plus récents de la théorie économique de base permettent de répondre à certaines interrogations mais en laissent certaines de côté.

Enrichi par les arguments apportés par la théorie économique traditionnelle et par les questions qu'elle suggère à notre objet d'analyse, nous avons retenu que le déplacement à des fins touristiques constituait un "objet complexe". Nous rejoignons ainsi la conclusion de K. Krapf (1946, p. 7) lorsqu'il signale qu'en "*face du tourisme avec ses nombreuses répercussions dans la vie moderne, on s'est posé la question de savoir si une étude basée sur les seuls faits économiques pouvait suffire à révéler son caractère propre, sa raison d'être ? Il ne pouvait échapper, en effet, à l'observateur, que les fonctions du tourisme dépassaient son cadre économique, qu'il était amené à jouer un*

*rôle dans bien d'autres domaines encore. (...) Une doctrine touristique qui ne tiendrait pas compte de ces fonctions "méta-économiques" resterait forcément imparfaite et serait incapable de refléter tous les aspects du tourisme dans le monde moderne. L'étude de ces fonctions ne constitue pas une immixtion dans les sciences exactes, ni même l'abandon des intérêts économiques primordiaux du tourisme, mais s'avère indispensable si l'on veut obtenir une vue d'ensemble du problème".*

L'éclairage historique nous a permis de comprendre que le déplacement touristique constituait dans les modes de vie contemporains un fait social central où la consommation de biens et services pouvait jouer un rôle significatif. Néanmoins, le concept de "pratique" nous permet de dépasser le niveau de la consommation pour envisager d'autres niveaux d'actions qui intègrent des éléments de nature différente que le simple achat de prestations. Le phénomène touristique ne se caractériserait pas tant par l'acte de consommation que par le fait qu'il renvoie à un univers de pratique pouvant être marchande, non-marchande, autonome, hétéronome, ... c'est à dire à un ensemble de pratiques que l'on rencontre dans une société marchande.

Dans ce cadre, réfléchir à l'économie des pratiques touristiques nous semble plus riche que s'en tenir à l'étude de la consommation touristique. Mais, dans la mesure où, les pratiques se définissent dans leurs formes et leurs contenus en relation avec la société dont elle sont issues, cette réflexion suppose de se doter d'une grille de lecture qui permettent d'historiciser ces pratiques, c'est à dire d'élargir le territoire traditionnel de l'économiste.

Il nous semble qu'en s'appuyant sur les travaux des théoriciens de la régulation et plus particulièrement sur les analyses portant sur la mise en place de la norme de consommation, il soit possible de construire une approche économique des pratiques touristiques à la fois stimulante et qui permette d'interpréter l'essoufflement relatif de certains modèles d'organisation touristique et l'émergence d'autres modèles. Pour renforcer notre construction théorique, nous analyserons, de manière assez approfondie, la crise touristique qui a touché l'Espagne à la fin des années 80. Le choix du cas espagnol est intéressant à plusieurs titres. Ce pays constitue en effet l'un des premiers pays touristiques mondial à s'être aventuré dans le marché du voyage. Il a de plus installé un modèle d'organisation et de pratiques touristiques qui a inspiré le développement touristique de nombreux pays. Cet exemple va nous permettre de repérer la possible diversité des formes d'organisation et de pratiques touristiques. Tout l'enjeu consistera à fonder théoriquement cette diversité.

La thèse défend l'idée que les pratiques touristiques ne peuvent se réduire à des actes d'achat et se définissent en relation à des contextes économiques et sociaux particuliers.

Pour construire notre cadre, nous avons mobilisé à la fois les travaux de plusieurs champs théoriques appartenant à la science économique et différents éclairages d'autres sciences sociales.

Concernant les différentes disciplines économiques retenues, nous nous sommes principalement appuyés sur la microéconomie du tourisme, l'analyse économique transactionnelle, la théorie de la régulation, l'économie des conventions, en particulier à travers l'approche en termes de "mondes de production" (Robert Salais et Michael Storper, 1993).

Par ailleurs, au regard de la spécificité de notre objet d'étude, nous nous sommes efforcé d'éclairer la compréhension du phénomène touristique par d'autres approches complémentaires. Il s'agit essentiellement de travaux portant sur l'histoire et la sociologie du tourisme.

## **Plan de la thèse**

Notre travail comprend sept chapitres qui se répartissent en trois parties. La première partie cherche à fournir un ancrage historique au phénomène touristique. La seconde s'interroge sur l'éclairage possible que peut apporter, à l'aide de ses hypothèses et de ses instruments d'analyse, la théorie économique traditionnelle et certains de ses développements les plus récents. Enfin, la troisième partie a pour objectif de construire un cadre théorique capable de répondre aux objections adressées à la théorie économique traditionnelle et susceptible d'intégrer les dimensions sociétales attachées à l'espace des pratiques touristiques.

La première partie, décomposée en deux chapitres, vise à montrer que le tourisme tel que nous le pratiquons, est une réalité récente. Il constitue une expression de la société moderne.

Le premier chapitre (chapitre I) s'interroge sur le sens que l'on peut donner aux premières formes de déplacements et sur l'idée que la mise en mouvement des hommes pour des motifs liés à l'agrément est contemporaine de la structuration de la société autour de la figure du travail.

Le deuxième chapitre (chapitre II) cherche à comprendre le processus de massification touristique. S'appuyer sur l'histoire des pratiques touristiques depuis le XVIII<sup>ème</sup> siècle fournit un ensemble d'éléments utiles pour approcher les principes de justification et les dimensions économiques et sociales attachés à ces pratiques.

La seconde partie composée de deux chapitres se pose la question de savoir comment cette réalité que nous avons essayé d'appréhender dans notre étape historique est envisagée par la théorie économique traditionnelle. Cette partie propose une réflexion sur les modes d'approche de la demande touristique par les courants de l'analyse économique les plus influents.

Le premier chapitre de cette partie (chapitre III) examine la manière dont la microéconomie traditionnelle tente de rendre compte de la demande touristique. C'est en mobilisant le concept de "consommation" qu'elle y parvient. Néanmoins, cette

approche n'est pas totalement satisfaisante car elle limite, en réduisant la demande touristique à un acte d'achat, l'univers touristique à certaines formes de pratiques.

Le deuxième chapitre de cette partie (chapitre IV) a pour objectif de répondre aux limites d'une approche en terme de consommation. La théorie des coûts de transaction permet, en effet, de justifier théoriquement la diversité des formes de recours au marché touristique. Si le concept de "pratique touristique", par cette approche, reçoit une première théorisation intéressante, certaines difficultés demeurent.

La dernière partie cherche, tout en conservant les acquis théoriques de la deuxième partie, à dépasser certaines hypothèses et à reconsidérer l'éclairage historique effectué au début de la thèse. Le concept de "pratique" apparaît pertinent pour approcher la demande de tourisme. Mais les pratiques ne se définissent pas une fois pour toute. Elles font l'objet d'une construction sociale et historique. À cet égard, les avancées théoriques possibles supposent d'envisager une grille de lecture capable "d'historiciser" les pratiques touristiques et de diversifier les modèles de pratiques. Cette partie s'articule autour de trois chapitres.

Le premier chapitre de cette partie (chapitre V) s'appuie sur les travaux de l'école de la régulation pour comprendre l'émergence et l'essoufflement relatif de modèles d'organisation et de pratiques touristiques. Cette approche fournit un cadre d'analyse stimulant.

Le deuxième chapitre (chapitre VI) cherche à tester et à nuancer les principaux résultats théoriques obtenus par la mobilisation du cadre régulationniste. C'est le cas du tourisme espagnol et des difficultés qu'il semble avoir connues à la fin des années 80 qui servira d'illustration à nos propos.

Le dernier chapitre (chapitre VII) a pour objectif de répondre à certaines difficultés théoriques concernant la régulation des modèles de tourisme. Il vise à réfléchir à la construction générale d'un cadre théorique permettant d'envisager la diversité des formes possibles d'organisation et de pratiques touristiques. C'est l'économie des conventions et l'utilisation qui en faite dans les "mondes de production" qui sera au centre de notre analyse.

**Première partie :**

**La pratique touristique, une pratique au coeur des sociétés  
modernes**

Joseph A. Schumpeter indiquait dans son "Histoire de l'analyse Économique" (1983, p. 37) que *"la matière de l'économie réside essentiellement dans un processus unique à travers le temps historique. Personne ne peut espérer comprendre les phénomènes économiques d'aucune époque, y compris de l'époque actuelle, à moins de posséder une maîtrise convenable des faits historiques et une dose convenable de sens historique (...)* L'exposé historique ne peut être purement historique mais doit refléter aussi des faits institutionnels qui ne sont pas purement économiques : aussi fournit-il la meilleure méthode pour comprendre comment faits économiques et extra-économiques sont liés les uns aux autres et comment les diverses sciences sociales devraient être liées les unes aux autres".

Adopter un tel principe méthodologique nous semble nécessaire pour réfléchir à l'économie des pratiques touristiques. Circonscrire l'idée des vacances et repérer son apparition dans l'histoire est utile si l'on souhaite comprendre la structuration actuelle du marché touristique puisque l'univers de pratiques qui lui est attaché est traversé par des principes d'organisation économique et sociale. Deux chapitres constitueront l'architecture générale de cette première partie.

Dans le premier chapitre, nous chercherons à prendre le phénomène touristique dans sa réalité historique. Notre objectif est de montrer que loin de caractériser l'histoire de l'humanité, le tourisme moderne se définit, avant tout, dans un rapport au travail. Si la volonté de rechercher des antécédents au voyage correspond à une attitude courante en histoire et à une certaine manière de l'écrire, il nous semble que l'univers des vacances tel que nous le concevons aujourd'hui caractérise la mise en place de nos sociétés industrielles et urbaines. En ce sens, nous éviterons de réduire les discontinuités qui scandent l'histoire du voyage. S'il est possible de dresser une pré-histoire du phénomène touristique, son histoire ne peut être lue comme une simple généralisation progressive. C'est, en effet, dans la société industrielle anglaise du XVIII<sup>ème</sup> siècle que le tourisme prend une signification nouvelle. En s'articulant à l'économie, c'est la nature même de l'expérience touristique qui s'est transformée. Analyser les pratiques touristiques suppose de s'interroger sur les raisons de cette émergence.

Le second chapitre poursuit, en les envisageant sous un angle différent, les réflexions relatives à l'historicité du phénomène touristique menées dans le premier chapitre. L'objectif est ici plutôt de s'interroger sur la structuration et la légitimation des pratiques touristiques et sur les conditions d'accès d'une majorité de la population aux vacances. Les principales lectures théoriques de cet avènement seront, à cette occasion, envisagées et discutées.

Cette relecture générale de la place du phénomène touristique dans l'histoire et de l'histoire de ce phénomène constituent les projets de cette première partie. Comme nous le verrons dans la suite de la thèse, ils éclairent, à différents degrés, la nature économique de cette réalité.

## Chapitre I : Le tourisme, une pratique ancienne mais une dimension caractéristique de la modernité

Eclairer la question de la pratique touristique en procédant à un détour historique est, à plusieurs égards, une étape méthodologique utile. Un cadrage historique permettra de repérer les conditions et les facteurs d'émergence de cette réalité. Les formes prises par le tourisme passé annoncent et structurent largement celles de l'avenir. De plus, comme nous allons le montrer, le tourisme est un objet d'analyse particulier, qui s'articule autour de nombreuses dimensions sociétales. Ainsi, se tenir à l'écart des découpages disciplinaires traditionnels et inscrire cet objet de recherche dans une temporalité historique peut se révéler une démarche féconde.

La pratique touristique<sup>1</sup> est un phénomène dont l'ampleur est récente mais dont les origines sont anciennes. Nous partageons l'avis de l'historien Pierre Vilar (1974, p. 8) lorsqu'il écrit que *"rien, à vrai dire n'est plus périlleux que "l'illusion de la nouveauté", qui n'est souvent qu'ignorance de l'histoire. Non que l'histoire ait pour fin de démontrer que "rien n'est nouveau". Mais il lui arrive de faire la preuve que tout n'est pas aussi nouveau que l'opinion commune ne l'imagine"*. Toutefois, s'il est possible de repérer, au commencement de l'histoire, des pratiques qui s'apparentent par certains aspects à ce que nous qualifierions aujourd'hui de "tourisme", l'existence d'un temps non-contraint défini en relation avec le travail et occupé à consommer des loisirs, dans des lieux différents du lieu de vie habituel, est une invention de notre histoire récente. Les déplacements à des fins touristiques dans les sociétés passées ne concernaient qu'une minorité des individus alors qu'aujourd'hui, ils touchent la société dans son ensemble. Il y a eu dans l'histoire, un basculement qui va légitimer et diffuser les pratiques de loisirs.

---

<sup>1</sup>. Nous développerons une réflexion autour du concept de "pratique touristique" dans le chapitre III.

Dans ce cadre, un éclairage historique est utile pour comprendre les raisons pour lesquelles le tourisme est un phénomène caractéristique de la modernité.

Cette démarche, ni par l'esprit, ni par la méthode<sup>2</sup> n'est celle de l'historien. Elle ne cherchera pas à établir de manière exhaustive la pluralité des types de déplacements motivés par le plaisir. Elle vise simplement à souligner à la fois l'inscription sociale et culturelle de ces pratiques et la diversité des formes qu'elles ont pu prendre dans l'histoire. S'interroger sur l'absence, la présence ou le caractère marginal dans les sociétés qui nous ont précédées, du déplacement touristique est aussi une manière d'aborder et de comprendre ce qui le fonde aujourd'hui, et de réfléchir sur les éléments qui ont participé à la genèse et au développement de ces pratiques. Cette étape aura pour objectif de montrer que le tourisme est un phénomène dont l'appréhension n'est pas simple car il est conditionné par un ensemble de variables telles que le travail, la consommation, la classe sociale, la famille, les valeurs ... C'est un "*phénomène social total*" c'est à dire "*qu'on ne peut le comprendre que comme un aspect de la société, qui y est tout entière*" (François Fourquet, 1989, p. 15)<sup>3</sup>. La thèse qui sera défendue ici consiste à soutenir l'idée que pour que le tourisme ait pu émerger et devenir une réalité qui touche la société dans son ensemble, il fallait instituer l'articulation "travail-loisir". Les sociétés occidentales contemporaines sont fondées sur le travail. Cette structuration particulière autour du travail n'est pas un invariant des sociétés. Bien au contraire, les sociétés qui nous ont précédés étaient centrées surtout autour de principes a-économiques tels que la magie, la morale ou le Politique (Louis Dumont, 1977). Le travail est une invention de la modernité et "*cela fait moins de deux siècles que nous appartenons à des sociétés fondées sur le travail*" (Dominique Méda, 1995, p. 8). La pratique touristique, qui est l'une des formes possibles d'occupation du temps libre, apparaît de manière significative quand "le sens du travail" commence à rythmer la vie des individus en société. Ce parallélisme dans l'histoire, cette concomitance n'est pas le fruit du hasard. L'articulation de ces deux phénomènes relève d'un processus complexe dont il conviendra d'envisager toutes les dimensions. En ce sens, la mise au travail générale, la primauté de l'économique, et l'importance prise par le phénomène touristique ne sont que différentes facettes caractéristiques du nouvel ordre social. Cette

---

<sup>2</sup>. En effet, notre objectif n'est pas d'écrire une histoire du tourisme mais plutôt de se servir de l'histoire des pratiques touristiques comme élément de réflexion participant à la construction d'une économie des pratiques touristiques. Dans cette optique, la contextualisation de ces pratiques se justifie.

<sup>3</sup>. Cette approche du phénomène touristique est également celle développée par John Urry (1990). Pour lui, à chaque période de l'histoire, la pratique touristique se construit en rapport avec des pratiques sociales non touristiques comme par exemple les formes prises par le travail domestique ou le travail rémunéré. Nous reviendrons sur son approche dans la suite de notre analyse.

première étape de réflexion apportera quelques éléments d'analyses utiles à la construction d'un cadre théorique des pratiques touristiques.

Ce chapitre comprend deux sous-parties qui s'articulent l'une à l'autre. Le premier temps de notre démarche consistera à aller à la quête des premières formes de déplacements à des fins d'agrément, telles que l'histoire a pu les retenir et à voir dans quelle mesure leur étude peut s'avérer riche d'enseignements. Cette étape de la réflexion nous permettra, dans un deuxième temps, de nous interroger sur les motifs pour lesquels la pratique touristique est apparue, de manière significative, avec "les temps modernes". Chercher à cerner ces raisons n'évacue en rien le besoin d'une réflexion fondée sur l'analyse historique de l'évolution des formes et des contenus du tourisme. Ce sera l'objet du chapitre suivant.

Le projet qui anime ce chapitre est de s'efforcer d'éclairer la nature complexe de l'objet que l'on cherche à appréhender en lui donnant un ancrage et une épaisseur historique. C'est une tentative d'orientation globale qui vise à une compréhension d'ensemble. Nous sommes conscients des périls d'une telle entreprise et des incertitudes inhérentes à la nature même de l'objet et au caractère encore peu approfondi d'une investigation de ce type. Parallèlement, nous sommes convaincus de l'impossibilité de se soustraire à une telle démarche de mise en perspective si l'on souhaite parvenir à esquisser les contours de notre objet. Les quelques points qui vont être dégagés ici sont une première étape d'une mise en sens qui tendra à conforter et à justifier notre position et notre regard sur le tourisme, à savoir qu'il peut être considéré comme "*un phénomène social total*". À cet égard, nous partageons l'opinion de Louis Armand lorsqu'il écrit que "*le tourisme est l'un des noeuds du monde moderne : tirez un fil et tout le reste vient avec !*" (cité par Georges Cazes, 1989, p. 42).

## Section I : Le tourisme : une pratique aux origines lointaines

Si l'on entend par déplacement touristique, un déplacement motivé par l'agrément et la détente, il est possible de trouver des traces de ce type de pratique au commencement de notre civilisation<sup>4</sup>. Toutefois, si l'homme a toujours été mobile, il semble excessif de postuler l'universalité d'un tel comportement comme le fait Pierre George (1992, p. 3), affirmant que *"la curiosité de l'ailleurs est une manifestation puissante de l'esprit humain, toujours en quête de dépasser ses limites en quelque domaine que ce soit"*. Nous partageons plutôt la position de Lucien Malson qui, dans l'introduction de son ouvrage "Les enfants sauvages" (1964), écrit que *"c'est une idée désormais conquise que l'homme n'a point de nature mais qu'il a, ou plutôt qu'il est, une histoire"* (p. 7). Nous nous efforcerons de montrer que loin d'être né touriste, l'homme l'est devenu<sup>5</sup>.

Primitivement, l'homme se déplaçait par contrainte lorsque les conditions de vie mettaient en péril sa survie<sup>6</sup>. Dans les civilisations traditionnelles, les hommes vivaient en relation étroite avec la nature et la communauté et pouvaient difficilement rêver à une évasion individuelle. Le travail et les loisirs étaient mêlés dans la vie quotidienne et leur rythme était imposé par la nature, la tradition et la religion (Bartolomé Bennassar, 1975). C'est sous l'Antiquité et en particulier dans l'empire romain que l'on peut rencontrer les premiers indices attestant de l'existence de déplacements effectués pour satisfaire l'éveil et le besoin d'évasion.

---

<sup>4</sup>. A. Q. Iacono fait, à juste titre, remarquer dans ses "Propos historiques sur le tourisme" (1971) que si *"le tourisme évoque une notion particulièrement significative, apparue timidement au début du siècle dernier, le phénomène touristique peut au contraire se targuer d'être aussi vieux que l'histoire de l'humanité"* (p. 5)

<sup>5</sup>. Paul Morand, dans un petit recueil intitulé "Éloge du repos, apprendre à se reposer" (paru en 1937 et rapidement épuisé), explique que les vacances, le voyage et le repos ne sont pas si simples à pratiquer et qu'une pédagogie minimale de toutes ces dimensions est souvent nécessaire (1996).

<sup>6</sup>. Colin Turnbull dans son ouvrage d'anthropologie "les Iks, survivre par la cruauté au Nord-Ouganda" (1973), explique que la sédentarisation forcée de cette tribu de chasseurs itinérants s'est traduite par la disparition progressive de tous les sentiments sociaux et à terme de la tribu elle-même. Cette tribu, vivant du déplacement, ne pouvait concevoir une division du calendrier entre un temps sédentaire consacré au labeur et un temps mobile réservé à l'agrément.

## I. 1 Aux origines des pratiques touristiques, l'*otium* antique<sup>7</sup>

Depuis l'antiquité au moins, l'homme cultivé se déplace à des fins non laborieuses. À cet égard, il faut signaler cependant que le peuple grec, à quelques exceptions près<sup>8</sup>, ne pratiqua pas le déplacement motivé par l'agrément. Des raisons d'ordre moral et religieux semblent avoir constitué un obstacle au développement de ce type de mobilité. L'attache profondément déiste et l'austérité du mode de vie hellène laissaient, en effet, peu de temps à la détente et au divertissement (A. Q. Iacono, 1971). Par contre, l'esprit pratique des romains lié au relâchement du religieux et à l'émergence de la laïcisation des modes de vie va privilégier toutes les formes de plaisir que l'existence peut comporter. Si le déplacement est source de plaisir ou si le plaisir réclame de la mobilité, le romain cherchera à se déplacer. Si Rome n'a pas inventé les déplacements à des fins d'agrément, on peut dire qu'elle les a favorisés surtout pendant le siècle d'Auguste<sup>9</sup> (M. Dacharry, 1991).

L'homme romain pratique l'*otium*. Contrairement à ce que l'étymologie pourrait laisser croire, l'*otium* antique n'est pas synonyme d'oisiveté ou de désœuvrement. Comme le souligne Alain Corbin (1988, p. 284), "*Dans l'oeuvre de Cicéron, l'otium indique un lieu choisi, réservé "aux optimates" oublieux pour un temps de la quête des magistratures, un fragment de vie privée que l'individu organise à sa guise, en évitant le double écueil de la paresse et de l'ennui, espace de détente qui autorise le jeu de l'intelligence et, au besoin, prépare l'action future*". C'est un mode d'occupation du temps fondé sur la culture.

L'*otium* se vit généralement comme une villégiature au bord de mer. Le romain cultivé y possède des villas ayant généralement un accès au rivage<sup>10</sup>. De véritables stations apparaissent à la fin de la République sur les bords du Latium et de la Campanie<sup>11</sup> (A. Corbin, 1988). Certaines villes connaissent une renommée et un prestige importants du fait de la présence d'illustres personnages qui viennent y

---

<sup>7</sup>. Pour l'étude des pratiques touristiques dans l'empire romain, nous nous fonderons, en particulier, sur le travail de Monique Dacharry (1991), "Touristes d'un autre âge, les romains" (C.H.E.T., volume 170).

<sup>8</sup>. On peut penser à la place qu'occupe l'imaginaire des voyages dans la littérature grecque antique (Voyages d'Hérodote, L'Odyssée d'Homère).

<sup>9</sup>. Les romains étaient un peuple qui disposait de temps. En année moyenne, les jours chômés finissaient par occuper la moitié, voire les deux tiers de l'année (M. Dacharry, 1991).

<sup>10</sup>. Les romains avaient surtout deux raisons de quitter pour un temps la capitale : l'excès de population et la chaleur et l'insalubrité qui étaient intenable l'été (M. Dacharry, 1991).

<sup>11</sup>. Du temps de Pline le Jeune (I<sup>er</sup> siècle après J.C.), toute la côte entre Tétracène et Naples est occupée par des villas appartenant à de riches romains (M. Dacharry, 1991).

séjourner. C'est le cas en particulier des environs des Pouzzoles où Cicéron mais aussi Jules César, Pompée et Antoine possèdent une maison pour y pratiquer l'*otium*<sup>12</sup>. La villégiature antique implique la variété et la diversité des moments. Les promenades, les lectures et les conversations alternent avec la pêche et les bains sulfureux (Jean-Marie André, 1984). Cicéron va jusqu'à affirmer que "*c'est grâce à l'otium que la vie vaut la peine d'être vécue*". Certains romains appartenant à l'élite se rendent, par plaisir, en Grèce ou en Egypte (c'est le cas de Cicéron) et utilisent déjà des ouvrages, appelés "périégèses<sup>13</sup>", qui leurs indiquent et leurs présentent les oeuvres d'art et les sites incontournables.

Sous l'Empire Romain, ces déplacements pour le plaisir ne concernent que la petite fraction de la population la plus riche et sont liés à l'essor de l'urbanisation. Si par certains aspects, ils préfigurent une forme de déplacement qui semble issue de notre modernité, par d'autres aspects, en particulier le rapport que les romains entretiennent à l'espace, au temps et au travail, ils s'en éloignent fortement.

---

<sup>12</sup>. Au XIX<sup>ème</sup> siècle, le succès des stations balnéaires sera aussi la conséquence de la présence d'une personnalité. On peut rappeler à cet effet le lancement de la ville de Weymouth par le fait que le roi Georges III y prenne les eaux à partir de 1789 ou encore le succès remporté par Dieppe grâce à la présence à partir de 1824 de la duchesse du Berry (André Rauch, 1996).

<sup>13</sup>. La périégèse de la Grèce, écrite par Pausanias sous le règne de l'empereur Marc Aurèle, préfigure, par certains aspects, ce que deviendront nos guides modernes (M. Dacharry, 1991).



## I. 2 L'époque médiévale, disparition du voyage d'agrément et consécration d'un temps de repos

Quand les conditions de tranquillité, de sécurité et de richesse consécutives à l'invasion des barbares vinrent à manquer, les habitudes de loisirs et de villégiatures prises par les romains disparurent. La christianisation de l'Occident allait profondément transformer les esprits et l'occupation du temps vacant. Durant la période médiévale, les déplacements ne paraissent plus être guidés par des raisons ludiques. Des motivations à caractère religieux, politique ou commercial incitent au déplacement. Les migrations vers Saint-Jacques de Compostelle, La Mecque ou Jérusalem prennent souvent l'allure d'un déplacement guerrier au nom de valeurs étrangères à celles du loisir<sup>14</sup>. Au Moyen Âge se répand l'idée que le salut de l'homme passe par le déplacement, que ce soit sous la forme de la croisade, du pèlerinage ou de la traversée du désert (Jean-Didier Urbain, 1994).

Les grandes découvertes qui vont marquer le XV<sup>ème</sup> siècle ouvrent les temps modernes mais restent déterminées par l'esprit médiéval du rapt et de la capture (F. Rachline, 1991). Si à l'origine le voyage de Christophe Colomb en 1492 était guidé par la recherche de la route des Indes, rapidement les motivations qui vont l'animer seront plutôt d'ordre mercantile. Accumuler les épices, les terres et l'or, même si un souci d'évangélisation du "sauvage" demeure présent, va constituer le dessein visé par ces expéditions. Si l'esprit de curiosité n'était pas absent de ces aventures, il n'en était toutefois pas la raison première.

Ceci n'exclut pas, à cette époque, l'existence d'un temps consacré à l'agrément qui prend d'autres formes que le déplacement<sup>15</sup>. Les humbles avaient, pour se soulager de leur vie de labeur, des moments de divertissement. En effet, la société médiévale était, pour l'essentiel, réglée et guidée par le message divin que les moines s'occupaient à

---

<sup>14</sup>. On pourrait nuancer nos propos en signalant que le voyage vers Saint-Jacques de Compostelle va donner lieu à la publication d'ouvrages pour faciliter le voyage du pèlerin. C'est le cas du guide du pèlerin de Saint-Jacques extrait du livre V du Codex Calixtinus (vers 1139) qui contient des éléments essentiels pour faciliter le voyage. L'auteur (Aymeri Picaud) décrit les itinéraires, les villes et les bourgs traversés, les trois grands hospices où il est possible d'être hébergé, les fleuves, le caractère des habitants, les monuments et les reliques à regarder et devant lesquels il convient de prier. Tout y est détaillé et annoté, de façon que le pèlerin puisse choisir le parcours qu'il désire emprunter. Véritable ancêtre de nos actuels guides touristiques, ce manuscrit traduit une sensibilité nouvelle au Moyen Âge qui marie l'esprit de découverte et le sentiment religieux (Xavier Barral I Altet, 1993). Toutefois, la faible diffusion des supports écrits à cette époque ne doit pas nous amener à surestimer son importance.

<sup>15</sup>. A ce sujet, on pourra se reporter à la riche synthèse qu'a réalisée Jean Verdon sur le thème des "loisirs au Moyen Âge" (1996). Il y montre en particulier que la vie de l'homme médiéval ne peut être appréhendée seulement comme une lutte âpre contre la dureté et la brutalité du quotidien. L'univers médiéval est aussi caractérisé par des "débordements" de vie et par une foule de distractions.

propager. Selon la Genèse, "*Dieu conclut au sixième jour l'ouvrage qu'Il avait fait ; au septième jour, Il se reposa*<sup>16</sup>" (Bible T.O.B.). Même si, jusqu'à la fin du Moyen Âge, le travail n'est pas conçu comme "*une activité unique englobant tous les métiers, créatrice d'artifice et de valeur sociale*" (Dominique Méda, 1995, p. 58), l'alternance entre un temps d'activité et un temps vacant était officiellement consacrée et reconnue pour l'ensemble des individus. Une rupture légitimée par le texte divin était introduite dans l'emploi du temps. Celle-ci devait être utilisée pour assister aux jeux plébéiens, banqueter dans les tavernes des villages ou festoyer lors des grands moments religieux qui ponctuaient l'année (Robert Delort, 1982).

### I. 3 La Renaissance et la vogue du voyage culturel et mercantile

Consécutivement à la découverte du nouveau monde, on va voir apparaître des écrits qui entretiennent à la fois un rapport avec l'éclosion de la Renaissance et avec la mise en place des politiques mercantilistes centrées sur la recherche de la puissance politique. Ce sont des "collections de voyages"<sup>17</sup> dont les premières publications se situent au milieu du XVI<sup>ème</sup> siècle. Ces écrits vont inciter au déplacement en Amérique et nourrir un imaginaire qui se concrétisera plus tard par un désir de rencontrer l'autre. Ces ouvrages sont d'énormes volumes qui compilent des récits multiples et comprennent des documents annexes qui fournissent des renseignements sur les modalités du voyage et sur ce que l'on découvrira sur place. Richard Hakluyt (1551-1616), cosmographe anglais et conseiller juridique des compagnies marchandes se spécialisera dans la réalisation de ces livres<sup>18</sup>. Dans "Divers voyages" (1582), il ébauche des conseils pratiques et liste, non sans insister sur le caractère exotique et paradisiaque de l'autre monde, les richesses que l'on pourra venir admirer sur l'autre continent. Il apporte aussi quelques éléments sur les coutumes, les modes de vie et la pratique des langues chez les indiens. Si ce type d'ouvrage a pu participer à la formation de l'esprit de découverte et donc, indirectement, à l'envie de se déplacer pour aller à la rencontre de "l'autre", il faut considérer que le souci premier de cette littérature est d'inciter les anglais à la colonisation de l'Amérique

---

<sup>16</sup>. Cette abstention de tout travail à certains moments trouve aussi un écho dans le troisième commandement de Dieu. "*Les dimanches tu garderas en servant Dieu dévotement*" (Robert Beck, 1997, p. 15).

<sup>17</sup>. Annie Jacob dans "Le travail, reflet des cultures " (1994) s'interroge sur l'influence des "collections de voyages" sur la représentation du sauvage en Occident et plus généralement sur le rôle joué par cette représentation dans la légitimation du travail.

<sup>18</sup>. On peut citer en 1580 la parution de "Cartier, Narration", en 1582 "Divers voyages" et en 1584 "Discours sur l'implantation à l'Ouest" (A. Jacob, 1994).

(A. Jacob, 1994). Les motivations sont donc largement d'ordre politique et visent surtout à trouver et à consolider un statut de puissance dans le concert européen de cette époque. Si la Renaissance, par ses côtés politiques et mercantilistes a relancé un goût pour le déplacement, par ses côtés culturels et laïques (réactivation des références antiques), elle a apporté un nouveau motif au voyage.

En effet, sous la poussée de la pensée humaniste, apparaît une forme de déplacement qui revêt une forte dimension culturelle. Le voyage est suscité par une soif de découvertes et de rencontres avec des populations étrangères (c'est à dire qui ne sont pas du terroir). Il est perçu comme une possibilité d'enrichissement et d'ouverture et prend par certains aspects une dimension ethnologique<sup>19</sup>. Montaigne, qui peut être retenu comme l'archétype du voyageur renaissant, cherche à observer la multiplicité constitutive du réel, la diversité des coutumes, des langues et des modes de pensée. Il écrit dans ses Essais en 1588 que *"le voyage est un exercice profitable. L'âme y a une continuelle excitation à remarquer les choses inconnues et nouvelles (...). Le corps n'y est ni oisif ni travaillé et cette modérée agitation le met en haleine"* (1969, p. 115). Il ajoute que dans ses voyages, il observe *"cette pratique pour apprendre toujours quelque chose par la communication avec autrui"* en essayant de *"ramener toujours ceux avec qui il confère aux propos des choses qu'ils savent le mieux"*<sup>20</sup>.

À cette époque, les voyageurs sont pour la plupart des lettrés qui, fréquemment, relatent leurs pérégrinations dans des "relations de voyages", journaux et récits<sup>21</sup>. Cette littérature va contribuer à rendre célèbres des itinéraires et des sites.

Dès la fin du XVI<sup>ème</sup> siècle apparaissent et se diffusent "les Artes Peregrinandi". Ce sont des guides qui proposent aux étrangers des éléments linguistiques, des conseils pour emprunter les routes (qui ne sont pas toujours très sûres) et des précisions concernant les curiosités qu'il est possible d'aller admirer dans certaines villes<sup>22</sup> (J. Céard, 1987).

---

<sup>19</sup>. Comme le fait remarquer Jacques Lombard (1994, p.19), *"c'est Montaigne qui, dans ses Essais (...), va le mieux défendre le "primitif" et cela au nom d'un humanisme qui, comme l'écrit P-J. Simon, est "étendu aux dimensions de l'humanité entière, d'un véritable humanisme anthropologique, concret, attentif à la richesse du réel, à l'extrême diversité des formes de la condition humaine"*.

<sup>20</sup>. Dans un autre passage des "Essais," Montaigne (1969) insiste à nouveau sur la curiosité intellectuelle qui motive son goût pour le voyage, *"Parmi les conditions humaines, celle-ci est assez commune : de nous plaire plus des choses étrangères que des nôtres et d'aimer le remue-ménage et le changement... Cette humeur avide des choses nouvelles et inconnues aide à bien nourrir en moi le désir de voyages, et je ne sache point meilleure école à former la vie que de lui proposer la diversité de tant d'autres vies, fantaisies et nuances et lui faire goûter une si perpétuelle variété de formes de notre nature"*.

<sup>21</sup>. Outre le voyage en Italie de Montaigne, on peut penser aux chroniques rapportées d'Amérique du Sud par Jean de Léry (*Journal de bord... en la terre de Brésil, 1557*) ou au récit de Hans Staden (*Véritable histoire et description d'un pays situé dans le Nouveau Monde nommé Amérique, 1557*).

Si l'on repère l'existence de quelques pratiques de déplacement qui ont pour seule raison-d'être l'agrément et l'envie de découvrir, on ne peut ignorer que ce type de mobilité ne concerne qu'une poignée d'humanistes qui cherchent à revivre les voyages qu'ils ont pu lire dans les livres antiques. C'est en quelque sorte le désir culturel qui explique le mouvement. La nature, que ce soit le littoral ou la montagne, effraye plus qu'elle ne suscite un réel intérêt. Pour exemple, Dante, dans "La Divine Comédie", fait de la montagne un objet d'épouvante où siège l'enfer. Quant au rivage, sa représentation est profondément marquée par les textes religieux (*la Bible, les Psaumes et le Livre de Job*). Jusqu'au milieu du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la mer continuera à évoquer pour la majorité des habitants, l'image du déluge. Plus spécifiquement, le roulis des vagues, dans l'imaginaire collectif, aura tendance à évoquer le repentir et la contrition. L'océan est le lieu où vit le dragon que va pourfendre Saint Michel comme le rapportent les légendes des moines irlandais transmises à l'époque médiévale. Aux yeux des Pères de l'Église (en particulier le "*Beata Vite*" de Saint Augustin), la mer est un lieu dangereux (de nombreux marins y périssent) et instable. Parfois, elle est interprétée comme étant le lieu du purgatoire (Jacques le Goff, 1981). La relecture des écrits d'auteurs antiques sur la thématique de la tempête (que l'on trouve dans L'Eneïde de Virgile ou dans les Métamorphoses d'Ovide) conforte l'image répulsive du rivage transmise par les textes sacrés. Selon Alain Corbin (1988, p. 27), "*jusque vers 1770, les souvenirs puisés dans la littérature antique et dans la lecture de la Bible pèsent plus lourd sur l'imaginaire que les récits des voyages exotiques*". Ces lectures conditionnent en grande partie la pratique du voyage renaissant.

Le monde que nous avons décrit jusqu'ici est un monde où le déplacement motivé par l'agrément a le statut d'un épiphénomène. La société n'est pas touchée dans sa globalité par cette dimension et semble être articulée autour d'autres principes. Dans un certain sens, chercher à dresser un historique des différentes formes de "pré-tourisme" relève autant de la gageure que de l'exploit, si nous n'étions pas convaincus que les contours d'une réalité se comprennent aussi par son absence.

Si des raisons d'ordre technique peuvent, en partie, expliquer la faible prégnance du "sens du voyage" à ces époques reculées, il ne nous semble pas que ces raisons soient les principales. La position qui va être développée consiste à soutenir l'idée que la mutation des principales dimensions qui structuraient l'ordre social ancien, a eu pour conséquence de voir s'imposer un nouvel ordre fondé sur l'économique, la société marchande. La figure qui va apparaître avec force et occuper la position centrale dans

---

<sup>22</sup>. En 1600, paraissent deux guides sur l'Italie qui rassemblent des informations pratiques et des savoirs historiques et géographiques. Le premier, "*Itinerari Italiae tres libri*" est l'oeuvre d'un flamand d'Anvers, Franz Schuss, le second, "*Delitiae Italiae*" d'un allemand de Cologne, Kranitz von Wertheim (Monique Dacharry, 1990). Claude Varennes publie en 1639 un guide sur la France à destination des étrangers.

cette société nouvelle est celle du travailleur. La mise au travail des individus fut l'un des éléments essentiels qui a permis à de nouveaux usages du temps d'émerger. En ce sens, le déplacement touristique peut être perçu comme l'une des dimensions de notre modernité. C'est ce que nous nous proposons d'expliquer à présent.

## Section II : L'invention de l'articulation "travail-loisir"

Consommer du loisir, en particulier en se déplaçant, c'est en quelque sorte consommer du temps de manière agréable. Il n'est pas juste de croire que le rapport au temps, la manière dont il est perçu, sont partagés et communs à l'ensemble des civilisations<sup>23</sup>. Les travaux des historiens (en particulier depuis les recherches développées par l'école des annales) nous renseignent, en effet, sur la relativité des perceptions dont le temps est l'objet.

Jusqu'au XVIII<sup>ème</sup> siècle, le temps n'est pas mesuré, il est poreux et pénétré d'imprévu (A. Corbin, 1995). C'est la nature qui lui donne son épaisseur par les cycles agricoles et les nombreux divertissements (calendrier rural). Le quotidien n'est pas réglé sur un souci de rentabilisation du temps et la dissociation entre l'activité et le loisir n'a pas de véritable fondement. Avec la révolution industrielle, les hommes ont cherché à domestiquer le temps, à le calculer, et surtout à lutter contre l'improductivité des heures. Le temps devient linéaire. Cette rationalisation, qui va prendre la forme d'une mise au travail générale, va avoir pour conséquence principale de créer un nouveau modèle de vie structuré autour d'un système travail-loisir. Le travail va occuper progressivement et de manière croissante le temps jusqu'à réduire le temps libre, dans une première phase, à sa plus simple expression, à savoir la reproduction de la force de travail. L'histoire du capitalisme, par la suite, peut être lue comme une véritable lutte pour la conquête par les acteurs d'un "temps à soi" (A. Corbin, 1995). En quelque sorte, le poids pris par le travail va donner naissance à une distinction, à une dissociation catégorique entre temps de travail et temps de non-travail. Cette articulation nouvelle va transformer les figures de l'ennui et de la réalisation de soi. Le souci permanent de calculer le temps dans le travail va trouver son pendant hors du travail. Tout bouleversement affectant le travail aura des répercussions tant sur l'occupation du temps libre que sur les modes de représentations des formes de loisirs (J. Urry, 1990).

Si les loisirs et les déplacements à des fins ludiques, comme nous l'avons vu précédemment, ont existé de tous temps, il nous semble pourtant que les manières de les vivre et les formes qu'ils ont pris depuis deux siècles se différencient largement des pratiques anciennes. La structuration de la société autour du travail et de l'économie a introduit une rupture fondamentale. C'est en ce sens qu'il est possible de penser que "l'invention du travail" a eu pour corollaire "l'invention du temps libre"<sup>24</sup>. Ces deux

---

<sup>23</sup>. Pour approfondir cette question, on pourra se reporter à l'analyse qui est faite par Jacques Attali de l'évolution du rapport entre l'homme et le temps dans "Histoires du temps" (1982).

<sup>24</sup>. Comme l'a souligné Joffre Dumazedier (1992), le loisir n'a pas existé dans toutes les périodes, ni dans

inventions ne sont que deux dimensions caractéristiques de la modernité. L'invention du concept de "tourist" à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la multiplication des déplacements et l'attrait nouveau pour le monde ne sont donc pas à envisager comme l'effet du hasard. Nous chercherons à éclairer, même si nous sommes conscients qu'une pluralité de facteurs a joué un rôle, pourquoi l'un des modes d'occupation du temps libre les plus prisés a résidé dans la recherche hédonique de la mobilité. Préalablement, pour étayer cette problématique, un détour analytique pour comprendre les raisons pour lesquelles le travail s'est imposé comme l'élément servant de fondation à la cité, s'avère utile. Nous mobiliserons essentiellement les travaux de Louis Dumont (1977) et de Dominique Méda (1995) pour appréhender le renversement et la reconstruction de l'ordre social qu'a connus l'occident à partir du XVI<sup>ème</sup> siècle.

## II. 1 Un nouvel ordre social fondé sur le travail : l'invention du temps de travail

L'objectif principal de l'ouvrage de Dominique Méda (1995) est de chercher à montrer que la valeur travail<sup>25</sup>, loin d'être un invariant des sociétés humaines ou une caractéristique de l'humanité, est plutôt un dispositif qui s'est étendu aux individus à un moment donné de l'histoire<sup>26</sup>. Depuis deux siècles, le travail est ce qui fonde l'ordre social en Occident. Au XIX<sup>ème</sup> siècle, *"le marxisme, le christianisme et l'humanisme ont uni leur voix pour faire du travail un principe de l'accomplissement de la destinée humaine"* (D. Méda, 1996), faisant oublier qu'il était une catégorie historiquement datée. Le travail est devenu central dans nos sociétés, il est perçu tout à la fois comme

---

toutes les civilisations. Des conditions particulières ont du être réunies pour qu'il y ait production de loisir dans la vie sociale.

<sup>25</sup>. Il convient, pour écarter tout malentendu, de préciser ce que l'on entend par travail. En fait, jusqu'au XVIII<sup>ème</sup> siècle, l'ensemble des activités que nous regroupons aujourd'hui sous le vocable de "travail" ne renvoyait pas, au niveau des représentations, à une catégorie économique homogène. C'est le discours des économistes du siècle des lumières qui unifia cette notion. Adam Smith dans la "Richesse des nations" (1976) analyse le marché capitaliste du travail (par opposition au marché artisanal des métiers), et c'est la relation salariale qui en est le coeur. Il écrit : *"Dans tous les métiers, dans toutes les fabriques, la plupart des ouvriers ont besoin d'un maître qui leur avance la matière du travail et leur subsistance, jusqu'à ce que l'ouvrage soit fini. À la vérité, il arrive quelquefois qu'un ouvrier qui vit seul et indépendant a assez de capital pour acheter la matière de son ouvrage et de quoi s'entretenir jusqu'à ce que son ouvrage soit achevé. Ces cas-là toutefois ne sont pas communs, et dans tous les pays d'Europe pour un ouvrier indépendant il y en a vingt qui servent sous un maître"*. Smith est le témoin de l'extension progressive du salariat dans la société capitaliste. En ce sens, parler d'invention du travail ne consiste pas à croire naïvement qu'avant le XVIII<sup>ème</sup> siècle les individus n'avaient pas à fournir d'efforts pour répondre à leurs besoins mais revient plutôt à soutenir l'idée que le travail salarié s'est imposé à tous les individus à un moment donné de l'histoire. Il est devenu ce qui fonde la coappartenance des individus à un même espace social.

<sup>26</sup>. C'est aussi l'une des thèses de l'ouvrage d'André Gorz (1988), "Métamorphoses du travail, Quête du sens".

essence de l'homme, comme facteur de production, comme système permettant la distribution des revenus, des statuts et de la protection et surtout comme support essentiel de la socialité<sup>27</sup>. En se fondant sur les travaux de L. Dumont (1977), on peut caractériser la modernité comme le passage d'une société globalement holiste centrée sur la morale où l'activité est plus méprisée qu'encensée, à une société davantage fondée sur le travail et l'économique. Ce basculement d'un monde à un autre, cette transformation des représentations de ce que devraient être la vie en société et les valeurs sur lesquelles elle se fonde serait en partie explicable, selon D. Méda, par la disparition des explications géocentriques du fonctionnement de l'univers<sup>28</sup>. La démonstration de l'héliocentrisme par Copernic (1543), les travaux de Galilée (1610) et de Newton (1687) auraient eu pour conséquence *"de produire une nouvelle image de l'homme, de la nature et du rapport qui les unit"*<sup>29</sup>(1995, p. 78). L'abandon des arguments divins pour appréhender le fonctionnement du monde, la laïcisation des référents auraient eu pour conséquence de faire naître de nouveaux rapports au temps, à l'espace, à la nature. L'Homme, ébranlé dans ses rapports à Dieu<sup>30</sup>, aurait ressenti un immense vide, un isolement, une grande incompréhension par rapport à son

---

27. C'est dans ce contexte particulier qu'il faut replacer les critiques que les premiers économistes adressent à la classe oisive de la société. L'oisiveté n'est plus rejetée pour des raisons d'ordre moral mais parce qu'elle constitue un frein au progrès de la société industrielle. Elle devient une tare sociale qu'il faut combattre. Boisguilbert analyse dès 1695 dans "Le détail de la France" les divergences d'intérêts qui existent entre la nation et la classe au pouvoir. Cette réflexion sera, au XVIII<sup>ème</sup> siècle, au centre de la pensée des physiocrates. Quesnay perçoit dans son tableau économique (1758) le mode de fonctionnement de la classe des propriétaires fonciers comme un obstacle éventuel à la reproduction du produit net et donc du corps social. La charge fiscale qui assure la subsistance de la classe des propriétaires peut par son poids empêcher la reconstitution des avances (F. Fourquet, 1989). De même chez Saint-Simon (1802), l'oisiveté finit par devenir synonyme d'inutilité. La croissance économique, pour lui, réclame la disparition de la classe des rentiers (H. Denis, 1983). Ces auteurs sont autant de témoins de la transformation des rapports sociaux qui marque le passage à une économie de type industriel.

28. D'autres auteurs ont développé des analyses différentes mais complémentaires pour tenter d'éclairer cette grande transition. On peut penser à Max Weber (1967) qui voit dans l'émergence du protestantisme au XVI<sup>ème</sup> siècle, une religion qui aurait permis la valorisation des activités terrestres et donc la mise en activité des individus. Albert Hirshman (1980) explique, quant à lui, que pour comprendre la domination de l'économique sur la morale, il convient de disséquer les débats d'ordre philosophique qui se sont déroulés au XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècles. La découverte des passions et de leur force destructrice auraient contraint les penseurs à réfléchir à l'utilisation possible d'une passion pour réprimer et contenir les autres. La passion de l'argent aurait permis de discipliner celles du pouvoir et de l'amour. Au fil du temps, elle aurait pris le nom d'intérêt. De condamnable, l'activité économique devenait légitimée et recherchée car elle était source de paix (thèse du doux commerce de Montesquieu de 1748). Louis Dumont (1977) explique, quant à lui, que l'émergence de l'économique et sa centralité dans notre société sont à chercher dans l'épanouissement de l'individualisme.

29. Alexandre Koyré dans son ouvrage "Du monde clos à l'univers infini" (1957, p. 9) analyse la révolution spirituelle *"qui modifia les fondements mêmes et les cadres de notre pensée, et dont la science moderne est à la fois la racine et le fruit"*.

30. Signalons toutefois que pour Max Weber (1967), c'est l'institution d'une nouvelle éthique religieuse, le calvinisme, qui va pousser l'homme à devenir un travailleur.

environnement. Au souci pour "l'autre monde" se substituait progressivement un intérêt porté à la temporalité. C'est la Raison qui allait lui permettre de domestiquer le monde et de combler la vacuité qui l'entourait. Dans ce contexte, le travail allait devenir l'outil pratique, le moyen d'aménager la nature, d'occuper l'homme, de comprendre l'espace physique et d'apporter de nouvelles bases pour fonder la vie de tous en société. Cette nouvelle structuration de la société autour du travail et par voie de conséquence autour de l'économie allait produire des effets sur les déplacements des individus pour au moins trois raisons complémentaires. Dans la mesure où les arguments invoqués sont rattachés à une même causalité, ils entretiennent des liens étroits. Toutefois, par commodité, nous les envisagerons successivement.

## II. 2 Un nouveau rapport à l'espace

Si le passage d'une société globalement holiste à une société centrée autour de la figure de l'individu libéral a été marqué par la définition d'un nouveau rapport au temps, elle l'a également été par l'apparition d'un nouveau rapport à l'espace. En ce sens, on peut dire que ce sont les structures mentales traditionnelles qui se sont trouvées transformées en profondeur (Aaron J. Gourévitch, 1983). La laïcisation a entraîné l'émergence d'un véritable désir de comprendre, de connaître, et de voir le monde. La nature n'est plus perçue comme imperméable à l'esprit et aux sens.

Dans la deuxième moitié du XVII<sup>ème</sup> siècle et jusque dans les années 1740, se déploie en Occident une nouvelle représentation du monde et des rapports existants entre le monde et l'être humain. On la qualifie en France de théologie naturelle et en Angleterre de physicothéologie. Contrairement à la pensée néoplatonicienne en vigueur à la Renaissance qui percevait le monde comme une harmonie où l'homme et l'univers étaient mûs par les mêmes principes, la théologie naturelle fait du monde une entité extérieure et étrangère à l'homme. Les savants, en détachant l'homme et la nature vont faire de cette dernière un objet d'admiration<sup>31</sup> et de plaisir<sup>32</sup>. Le monde extérieur est

---

<sup>31</sup>. En 1732, l'abbé Pluche publie "*Le spectacle de la Nature*" et en 1743, Paul-Alexandre Dulart fait paraître à Paris "*La Grandeur de Dieu dans les merveilles de la Nature*". Ces ouvrages s'appuient, comme il est de tradition depuis l'époque médiévale, sur des fragments de textes sacrés mais cette fois pour insister sur le pouvoir divin de la nature et sur la pluralité des formes qu'on peut y rencontrer. Ils rappellent par exemple que si l'océan est le lieu de vie des monstres, il est aussi celui des êtres créés le cinquième jour de la Genèse par Dieu.

<sup>32</sup>. Dans le chapitre suivant, on tentera de montrer que l'émergence du principe de plaisir comme justifiant l'existence en général et la pratique touristique en particulier, est une des dimensions de la modernité. Le plaisir se rattache à l'émergence de l'individualisme. Il permet de légitimer les valeurs d'ici-bas. Dans le plaisir, l'homme devient sa propre fin.

interprété désormais comme un don de Dieu à sa créature la plus parfaite<sup>33</sup>. Il devient donc un objet d'études, un centre d'intérêt<sup>34</sup>. Cette rupture permet de saisir l'une des motivations profondes du voyage à cette époque. Alain Corbin (1988, p. 36-37) résume bien cette transformation en écrivant que *"les élites sociales vont chercher désormais l'occasion d'éprouver ce rapport nouveau à la Nature, elles y trouvent le plaisir jusqu'alors inconnu de jouir d'un environnement devenu spectacle"*. C'est au XVIII<sup>ème</sup> siècle que le rapport de l'homme à la montagne<sup>35</sup> et au rivage prend un tour passionnel et quasi-religieux. Ces supports naturels, avant d'être des lieux d'émergence de pratiques de loisirs, sont l'objet d'émerveillement et de ravissement.

### II. 3 L'aristocratie à la recherche d'un sens et d'une singularité

Progressivement, la société va se centrer, pour des couches croissantes de population, autour du travail. Ce dernier va devenir le *"rapport social total et central"* (D. Méda, 1995). On cherche à lutter contre la paresse du pauvre, perçue comme la source des débordements et des explosions d'ivrognerie (Bronislaw Geremek, 1987). Le regard que l'on portait sur le pauvre bascule<sup>36</sup>. Le nouveau système de l'usine va intégrer les individus en les soumettant à la discipline stricte. Toutefois, une classe de la population, l'aristocratie, va échapper à la contrainte du travail et va articuler sa vie sur d'autres valeurs et principes. C'est l'effet d'une longue histoire qui puise ses racines dans la structuration particulière de la société médiévale (Georges Duby, 1978). Il convient ici

---

<sup>33</sup>. C'est l'objet du livre de Marcel Gauchet, *"Le désenchantement du monde"* (1985) que de proposer une analyse de la transformation du rapport entre l'homme et le monde consécutivement à la disparition du divin comme axe central de structuration des sociétés. La laïcisation de l'Occident a fait sortir l'ordre humain de l'ordre de la nature. En devenant autonome, l'individu a élargi et approfondi l'exploitation de la nature. D'un rapport au monde passif et centré sur la figure de l'immobilisme, M. Gauchet explique l'avènement de la mobilité et l'émergence de la triade *"comprendre, maîtriser, accroître"* (1985, p. 130).

<sup>34</sup>. C'est ce qui explique en partie la vogue des classifications à cette époque. Carl von Linné ou Buffon vont se préoccuper de faire l'inventaire de la Nature.

<sup>35</sup>. Leslie Stephen, passionné par le massif des Alpes, écrit au XVIII<sup>ème</sup> siècle que : *"Le mont Blanc et la Jungfrau devinrent en vogue avec le regain d'admiration pour Shakespeare, pour l'architecture gothique, pour l'école romantique en art et en littérature, et tout l'esprit moderne révolutionnaire que nous ne sommes pas encore en mesure de critiquer"* (cité par R. Porter, 1995, p. 44).

<sup>36</sup>. Comme l'écrit Bartolomé Bennassar (1982, p. 196), *"Au Moyen Âge, la pauvreté n'est pas appréciée en termes économiques mais selon une éthique justifiée par maints épisodes du Nouveau Testament. Le pauvre n'était-il pas le riche authentique, qui jouissaient des trésors spirituels, pour qui les biens de ce monde n'établissaient aucun écran entre la créature et son créateur ? Loin d'être une plaie sociale la pauvreté était une grâce divine; de plus, elle était nécessaire parce qu'elle pouvait offrir à tous les hommes l'occasion du salut : par la pratique de la charité le riche, malgré le risque spirituel de sa condition, pouvait ainsi se sauver"*.

d'en préciser les principaux éléments car ils sont déterminants pour appréhender la genèse des formes modernes du tourisme. On pourra compléter cette lecture historique par l'approche théorique développée par Thorstein Veblen (1899). Cette approche cherche à expliquer, en étudiant la succession des époques dans l'évolution des sociétés humaines, le caractère institutionnel de "la classe de loisir". Il en fait une construction sociale, c'est à dire *"un ensemble de règles de pensée et d'action auxquelles un ensemble d'individus se conforme"* (T. COREI<sup>37</sup>, 1995, p. 21).

## A) Éclairage historique

La communauté médiévale reposait sur une division tri-partite de la société où chacun se devait d'occuper la place que Dieu lui avait désignée (Georges Dumézil, 1968). Au sommet de la hiérarchie se situaient la classe des guerriers (les "bellatores") et la classe des religieux (les "oratores"); les producteurs des richesses (les "laboratores") occupaient, quant à eux, le bas de cette classification. Comme le précise D. Méda (1995, p. 48-49), *"jusqu'à la fin du Moyen Âge, dans les sociétés occidentales, le travail n'est pas au coeur des rapports sociaux"*. L'ordre social *"est déterminé par d'autres logiques (le sang, le rang, ...)* qui permettent ensuite à certains de vivre du travail des autres". Reprenant les perceptions grecques et romaines du travail, il n'est ni valorisant ni valorisé de travailler à cette époque. Les principes qui fondent la société médiévale sont ceux de l'honneur. L'esprit et la prière sont supérieurs au corps et comme le passage sur terre n'est que temporaire comparativement à l'éternité divine ("La cité de Dieu" de Saint-Augustin), il convient, par la foi, d'assurer son salut.

L'aristocratie avait pour fonction principale au Moyen Age de défendre le pays contre les envahisseurs et d'assurer la sécurité intérieure. La pacification progressive de la société, la transformation des techniques de combat et de défense ont perturbé l'équilibre entre les trois fonctions indo-européennes (religieuse, guerrière et économique). Des individus n'appartenant pas à la classe des nobles se mettent à participer à la guerre et la majorité des aristocrates, à la fin du Moyen Age, ne se battent plus. Un problème de fonctionnalité, de sens, et de rôle à jouer dans la société moderne apparaît avec une acuité d'autant plus grande que la classe des travailleurs, longtemps méprisée, fait l'objet à présent d'une légitimation et d'une considération<sup>38</sup>. Peu à peu, la

---

<sup>37</sup>. Thorstein COREI est un Collectif de Recherche sur l'Économie Institutionnaliste qui s'est mis en place à l'Université Lumière-Lyon 2.

<sup>38</sup>. Dans la "Richesse des nations" (1976), Adam Smith est fasciné par le fait que le travail induise un ordre social. L'économique est, pour lui, la réponse philosophique au problème du maintien de la société.

classe des aristocrates se trouve privée de son pouvoir ancien et traditionnel et cherche des moyens pour occuper socialement son temps<sup>39</sup>. Retrouver un sens dans ce "monde nouveau" qui repose sur des valeurs tellement éloignées de celles qui animaient cette classe sera l'une de leur priorité. Dépossédés de leurs privilèges et de leurs pouvoirs, les aristocrates vont valoriser le voyage vers d'autres horizons et vers les témoins du passé. Ils vont articuler leurs vies sur l'antithèse du travail afin de cultiver la différence et la distinction. Ils vont pratiquer le loisir et le tourisme avec ostentation et vivre de leurs rentes<sup>40</sup>. Ils cherchent à se différencier de l'acharnement puritain au travail et rejettent pour la plupart d'entre eux, tout rôle à caractère économique<sup>41</sup>. Leur vie va être occupée à jouer et à parader devant le monde. Ils vont passer "*de l'enracinement à l'agitation, du devoir au sport*" (Roy Porter, 1995, p. 50). Ce sont les inventeurs du tourisme moderne et des différentes formes et pratiques qu'il va prendre (le voyage circulaire, la villégiature, la saison d'hiver, ...). Par la suite, nous verrons comment le modèle aristocratique a pénétré, par le biais de l'imitation, les autres couches sociales, en particulier la classe ascendante de la bourgeoisie.

#### B) L'interprétation véblénienne de la classe de loisir : une figure institutionnelle

La théorie de la classe de loisir (1970) de Thorstein Veblen, parue en 1899, apporte d'autres éléments d'interprétation de cet état de fait. Ces éléments viennent enrichir et compléter l'analyse en mobilisant des considérations d'ordre psychologique et culturel. La classe de loisir est une institution, c'est à dire le fruit d'une construction sociale résultant d'un processus historique et d'un faisceau de causalités complexes.

Pour lui, l'Occident a connu quatre étapes économiques. C'est dans la deuxième période, qu'il qualifie de "barbare", que serait apparue une règle qui exempte les classes supérieures (les guerriers et les prêtres) de tout type de travaux d'industrie<sup>42</sup>. Le travail

---

<sup>39</sup>. Elle perdait aussi son rôle politique consécutivement à l'apparition de régimes plus démocratiques qui offraient la gestion de la chose publique à des couches sociales nouvelles.

<sup>40</sup>. C'est une époque où les rentiers connaissent une situation de relative sécurité financière. En effet, pendant plus d'un siècle (le XIX<sup>ème</sup> siècle) ni le franc, ni la livre sterling ne seront dévaluées (Karl Polanyi, 1983). Ceci explique, en partie, le fait que cette classe ait pu se livrer de manière continue à la frénésie des loisirs ostentatoires (Roy Porter, 1995).

<sup>41</sup>. Il convient de nuancer cette position (P. Mantoux, 1973). En effet, en Angleterre, "*les représentants de l'aristocratie georgienne et de la gentry ne méprisaient nullement le "negotium"*" (Roy Porter, 1995, p. 21). Ils surent défendre leurs intérêts économiques et acquérir l'âme de vrais capitalistes terriens. Toutefois, parallèlement, ils vouaient un culte à l'*otium*, à la force des armes et à l'hégémonie culturelle. "*Ils devaient donc mener avec ostentation une vie agréable, susciter l'envie et l'émulation*" (p. 22).

y était dégradant car il signifiait l'assujettissement à un maître. Il ajoute qu'il ne suffisait pas de rejeter toute besogne pour se consacrer à ce qu'il appelle "l'exploit" (c'est à dire la razzia, l'attaque ou la recherche du trophée) encore fallait-il être capable de s'attirer et de conserver l'estime des autres. Pour cela, il recommandait de mettre en évidence par des signes le pouvoir détenu et d'étaler les richesses acquises. La consommation ostentatoire, qu'il définit comme étant une consommation improductive du temps, "un gaspillage"<sup>43</sup>, lui semble être la meilleure assurance pour conforter, au sein de la société, une position acquise. Comme il le souligne lui même, *"en mettant sa richesse bien en vue, non seulement on fait sentir son importance aux autres, non seulement on aiguise et tient en éveil le sentiment qu'ils ont de cette importance, mais encore, chose à peine moins utile, on affermit et préserve toutes raisons d'être satisfait de soi"* (1970, p. 27). Cette classe qui perçoit le travail productif comme indigne et qui a la possibilité pécuniaire de s'offrir une vie d'oisiveté est qualifiée par Veblen de "classe de loisir"<sup>44</sup>. Née pendant la période "barbare", elle s'est maintenue dans les étapes économiques ultérieures.

Cette théorie ainsi que l'éclairage historique effectué précédemment s'avèrent utiles et complémentaires pour rendre compte du développement important du tourisme aristocratique au XIX<sup>ème</sup> siècle. Ce n'est donc pas un hasard si l'Angleterre a été à la fois le pays phare de la révolution industrielle (Paul Mantoux, 1973), le pays où se sont élaborées les grandes positions philosophiques sur l'individualisme (Thomas Hobbes,

---

42. L'ouvrage de Veblen préfigure certains travaux d'historiens contemporains sur la division tri-partite de la société médiévale et sur sa structuration autour des idéaux d'honneur et de bravoure (G. Dumézil, 1968 et Georges Duby, 1973).

43. Veblen apporte quelques éclaircissements sur cette notion, *"on l'appelle "gaspillage" parce que somme toute la dépense n'est utile ni à la vie ni au bien-être des hommes; mais il n'est pas question de parler de gaspillage ou d'effort mal employé en se plaçant au point de vue du consommateur individuel. S'il a choisi ce genre de dépense, la question est tranchée : c'est qu'il y trouve relativement plus d'utilité que dans des formes de consommation sans gaspillage, donc irrépréhensibles. Peu importe le type de dépense choisi, peu importe la fin qui dicte ce choix : c'est la préférence même qui fait l'utilité."* (1970, p. 65-66). L'approche de Veblen, par la place accordée aux dimensions d'ostentation et de symbole, annonce les travaux contemporains de Jean Baudrillard, sur la consommation (1970, 1972).

44. Il convient de signaler que la distinction établie par Veblen entre le loisir et le travail présente un caractère excessif et réclamerait quelques nuances. En identifiant le loisir ou le temps libre au temps de non-travail, Veblen néglige la représentation que l'homme cultivé au XIX<sup>ème</sup> siècle a de la disponibilité de son temps. Certains glissements de sens ont lieu et le jugement porté sur certaines activités se modifie. La création littéraire, en quittant la sphère des loisirs au XIX<sup>ème</sup> siècle, est devenu un véritable travail intellectuel. De même, les occupations charitables ou la préparation des loisirs collectifs sont vécues comme un travail social. Le temps de loisir et le temps consacré au travail ne sont pas des catégories étanches et dépendent pour une grande part des pratiques et des représentations sociales. Une activité peut, au gré du temps, voyager d'une catégorie à l'autre. L'historienne Adeline Daumard (1983, p. 12) s'interroge et se demande si *"ceux qui ont la chance de pouvoir accomplir leur vocation dans l'exercice de leur profession sont dans une situation bien différente de celle des hommes de loisir satisfaits de leur condition. Si cette hypothèse se vérifie, l'antagonisme serait moins entre travail et loisir, activité et oisiveté, qu'entre stérilité et création, satisfaction de la tâche accomplie et amertume quand l'effort paraît vain"*. L'objet de notre propos n'est ni de trancher ni même d'approfondir une telle problématique.

1651 et John Locke, 1690) et sur le libéralisme économique (Adam Smith, 1776) et qu'en même temps, elle fut "*le laboratoire où se sont inventés les nouveaux usages du temps*<sup>45</sup>" (A. Corbin, 1995, p.19). Le tourisme, en ce sens, est bien une dimension de la modernité. C'est, pour une grande part, la légitimation et l'extension de notre rapport au travail qui, indirectement, ont donné naissance à un mode d'occupation du temps fondé sur son contraire.

## II. 4 L'invention du temps libre pour les travailleurs

L'économie pré-industrielle tolérait de grandes plages d'oisiveté saisonnière. Son rapport au temps n'était pas quantitatif. Avec le développement industriel, il s'est modifié. Jusque là, il n'existait pas de distinction claire entre le temps consacré à l'activité et le temps consacré à la non-activité. Les deux catégories étaient en interaction. La mise au travail des individus va avoir pour conséquence de rationaliser le temps et d'inciter à l'effort. Si dans une première étape, la force de rationalisation capitaliste a eu pour effet de réduire progressivement le temps disponible en contraignant la majorité des individus à travailler, dans une deuxième étape, ce processus s'est retrouvé confronté à des difficultés. Certains critiques du système capitaliste ont mesuré les dangers qu'il pouvait y avoir à réduire l'individu au travail. L'articulation travail-temps libre allait s'instituer.

A) L'imposition du rapport salarial et la suppression du temps disponible, le mépris de l'oisiveté

Pour comprendre comment le travail a pu s'imposer aux individus avec une telle ampleur, l'analyse d'Adam Smith (première édition en 1776) est éclairante. Dans "*La Richesse des Nations*", il développe une approche abstraite du travail. Le travail est une substance homogène, identique en tous temps et en tous lieux qui a la propriété de fonder l'échange marchand. L'ultime constituant du travail, sa matière première, c'est le temps. Chacun va modeler son avenir et celui de sa famille en faisant ses preuves, en développant ses compétences, c'est à dire en mettant son temps à la disposition d'un

---

<sup>45</sup>. Roy Porter (1995) ajoute que "*Le Royaume-uni fut, en effet, le premier pays où se posèrent à grande échelle les questions liées à l'organisation du travail et des loisirs et à l'urbanisation sans précédent que la révolution industrielle a produites*" (p. 21).

entrepreneur. La disparition des facteurs d'immobilité sociale qu'étaient la naissance et la structure d'ordre participa à la légitimation de la figure du travailleur<sup>46</sup>.

À la fin du Moyen Age, en Europe Occidentale, les artisans exerçaient une activité au même rythme que les paysans en suivant les mêmes variations saisonnières, 8 heures par jour en hiver et 14 heures en été. Le travail de nuit était interdit pour des raisons de sécurité et le nombre de jours chômés compensaient largement le surplus d'heures de travail d'été (Jacques Le Goff, 1980)<sup>47</sup>.

L'essor industriel va avoir pour conséquence de faire passer la journée de travail à 15 voire 17 ou 18 heures journalières<sup>48</sup>. Le travail de nuit se répand. En 1778, en France, est votée une loi qui autorise l'exercice d'une activité le dimanche pour lutter contre l'ivresse. Durant la Révolution française, une ordonnance tente d'abolir les jours fériés (O.M.T.,1983). On allonge la journée de travail jusqu'aux limites de la résistance physique de l'ouvrier. *"Limitée au XVIII<sup>ème</sup> siècle par la durée du jour, elle s'allonge jusqu'en 1850, avec l'éclairage au gaz qui permet de faire tourner certaines fabriques nuit et jour"* (J-P Rioux, 1971, p. 168). La fatigue accumulée, les mauvaises conditions de travail et la faiblesse énergétique des repas ont pour conséquence d'affaiblir la productivité du travailleur. Il ne reste alors pour maintenir ou accroître le niveau de production qu'à allonger encore la durée du travail, instaurant un cercle vicieux, ou à recourir à d'autres segments de travailleurs comme les femmes ou les enfants. Pour légitimer cette mise au travail intensive, on utilise des arguments d'ordre moral (J-C. Richez et L. Strauss, 1995). Le travailleur ne sait pas occuper correctement son temps. Il préfère le passer à boire, à paresser ou à vivre d'intempérances sexuelles. Dans ce cadre, le travail est perçu comme salutaire à la fois pour l'individu et pour le corps social tout entier.

---

46. À ce propos, Alain Corbin (1995, p. 56) écrit que *"la pensée des lumières a imposé la valorisation de l'activité, l'exaltation du travail productif et donc le mépris de l'oisiveté, qui devient la cible de la dérision, voire de l'hostilité"*.

47. Précisons que ceci n'entre pas en contradiction avec le fait que le travail n'occupe pas encore la place centrale dans la structuration de l'ordre social de cette époque. Ce n'est que progressivement, dans les débats théologiques de la fin du bas Moyen Âge, que le travail a trouvé sa légitimité sociale (D. Méda, 1995).

48. Paul Lafargue, dans son pamphlet qui s'intitule "le droit à la paresse" (nombreuses éditions qui s'étalent de 1883 à 1935), cite quelques témoignages sur les conditions de travail hors d'un bague industriel. Il évoque le cas d'un apprenti de douze ans qui travaille chez un artisan bourrelier. Il commence son travail à cinq heures du matin pour le finir à sept heures du soir en été et à sept heures le matin en hiver pour le terminer à neuf heures le soir. Il devait en outre travailler le dimanche durant la plus grande partie de la journée.

## B) De la justification du repos

Dès le début du XIX<sup>ème</sup> siècle, le Royaume-Uni, de par son rôle pionnier en terme de développement économique, va se trouver confronté aux questions relatives à l'organisation du travail et aux problèmes consécutifs à l'urbanisation croissante (J. Urry, 1990). Certains analystes<sup>49</sup> constatent le caractère abrutissant du travail et réclament sa limitation. Différents arguments sont avancés.

— Robert Owen<sup>50</sup>, socialiste associationniste du XIX<sup>ème</sup> siècle, se demande, en développant une position humaniste, "*si une usine qui occupe ses ouvriers douze heures par jour ne fabriquera pas ses produits presque, et peut être tout à fait, à aussi bon compte, même pour le propriétaire immédiat, que celle où l'on prolonge le travail jusqu'à quatorze ou quinze heures par jour*" (1969, p.88).

— L'utilitarisme éclairé<sup>51</sup> suggère aussi qu'imposer des temps de repos n'est pas irrationnel d'un point de vue économique. Ils peuvent favoriser l'efficacité et la productivité du travailleur.

— En 1883, "Le droit à la paresse" de Paul Lafargue, écrivain marxiste, est le premier pamphlet qui cherche à renverser le dogme du travail et à valoriser le temps libre. Il perçoit le droit au travail comme un interdit de tout espoir de liberté et de pleine vie. Il écrit que les hommes n'ont pas encore compris "*que la machine est le rédempteur*

---

<sup>49</sup>. Adam Smith, théoricien du libéralisme économique, évoque dans "Les leçons de Glasgow", les imperfections qui peuvent découler de la division du travail et de la parcellisation des tâches. Il écrit que "*la parcellisation réduit la clairvoyance des hommes et constate qu'il est remarquable que dans une nation commerçante, le bas peuple est excessivement stupide*". Il ajoute qu'il est nécessaire d'éduquer et de protéger les enfants "*dans l'intérêt même de l'ordre marchand et de sa stabilité*". En effet, du fait de l'extrême simplification des opérations productives, les enfants deviennent des travailleurs idéaux. Ces remarques ont été reprises de "L'essai sur le marché" d'Hervé Defalvard (1995, p. 103). On peut penser aussi à l'analyse de David Ricardo sur les conséquences fâcheuses du machinisme pour les individus. Il développe cette position dans le chapitre 33 des "Principes d'économie politique et de l'impôt" (1977).

<sup>50</sup>. On pourra se reporter à l'étude réalisée sur Robert Owen par Serge Dupuis (1991). À plusieurs reprises, la position du socialiste vis à vis du temps libre préfigure les évolutions concernant la découpe du temps et son mode d'occupation dans nos sociétés modernes.

<sup>51</sup>. William Godwin souhaite dans son pamphlet de 1793 réduire le temps de travail à une demi-heure de travail par jour (H. Denis, 1983). John Stuart Mill écrit en 1848 qu'"*il est douteux que toutes les inventions mécaniques faites jusqu'à ce jour aient diminué la fatigue quotidienne d'un seul être humain. Elles ont permis à un plus grand nombre d'hommes de mener la même vie de réclusion et de travaux pénibles et à un plus grand nombre de manufacturiers et autres de faire de grandes fortunes*" (cité par H. Denis, 1983).

*de l'humanité, le Dieu qui rachètera l'Homme des sordidae artes et du travail salarié, le Dieu qui lui donnera des loisirs et la liberté" (1994, p. 59).*

Ces différentes prises de position seront peu entendues et il faudra que le discours scientifique légitime le repos pour que, dans les faits, s'ouvre la brèche du temps libre.

À partir des années 1870, la perception de la fatigue consécutive au labeur se modifie. Elle devient un objet de recherche scientifique. *"Une estimation de la résistance des muscles et du cerveau, un calcul plus strict des besoins et des limites de l'individu suggèrent une redistribution des usages du temps"* (A. Corbin, 1995, p. 275). Alors que jusqu'ici, l'image de l'oisiveté était associée à celle du vice, progressivement dans les représentations, le repos est réhabilité et l'épuisement est dénoncé pour ses nombreux méfaits<sup>52</sup>.

Une science nouvelle apparaît, la physiologie et la psychologie expérimentale, pour étudier la fatigue industrielle. L'objectif affiché est de réduire *"la mortalité et la morbidité ouvrières, de lutter contre les accidents, les malfaçons, les "temps perdus"*" (A. Corbin, 1995, p. 276). En réalité, on cherche surtout à éviter les mouvements de grève en tempérant l'agitation et l'irritabilité ouvrière. Jusqu'à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, une approche "simplifiée" de la fatigue fondée sur la distinction de trois types de fatigues (physique, intellectuelle et sexuelle) prime. Le discours scientifique va renouveler et complexifier les rapports qui existent entre la fatigue, le travail et le repos. On commence à percevoir que l'organisme ne fonctionne pas comme une machine mais plutôt comme un système où s'activent des processus chimiques. L'image du poison pour évoquer la fatigue se répand (J. Ioteyko, 1920). Des expériences effectuées en laboratoire (en particulier celui du docteur Kronecker à Leipzig), on tire des lois générales pour appréhender la fatigue<sup>53</sup>. À la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, il est reconnu qu'un ouvrier fatigué est un ouvrier *"qui ne produit plus qu'un faible effet utile"* (A. Mosso, 1894, p. 94). En 1914, Jules Amar, directeur du laboratoire de recherches sur le travail professionnel, publie un ouvrage sur l'ennui dans le travail<sup>54</sup>. Il recommande aux chefs d'entreprise de multiplier les distractions, de *"multiplier les émotions d'un autre genre"* (cité par A. Corbin, 1995, p. 281). L'ensemble de ces réflexions, menées au tournant du

---

<sup>52</sup>. Le docteur V. Dhers, attaché au B.I.T., publie en 1924 "Les tests de fatigue. Essai de critique théorique", il souligne que la fatigue *"est un facteur nocif, parasite, qui peut et qui doit être éliminé à tout prix"* (cité par A. Corbin, 1995, p. 276).

<sup>53</sup>. Par exemple, on aboutit aux résultats suivants que "l'épuisement ne croît pas en proportion directe du travail effectif" et que "la fatigabilité physique" et "la fatigabilité intellectuelle" varient de manière indépendante suivant les individus (A. Mosso, 1894).

<sup>54</sup>. On peut aussi évoquer les expériences menées, entre 1924 et 1927, à la Western Electric par Elton Mayo (1946) et l'école dite "des relations humaines" (Philippe Bernoux, 1985).

siècle, va conduire à un véritable hymne pour le sommeil et le repos, et va contribuer à l'émergence et à l'extension du temps libre.

Pour conclure sur ce point, on peut dire que la révolution industrielle tient, dans l'histoire, une place paradoxale et ambivalente. En effet, dans un premier temps, elle réduit au maximum le temps non-contraint des travailleurs pour dans, un deuxième temps, rétrocéder à l'individu une certaine possibilité de gérer librement un temps qui devient personnel et qui se constitue comme une nouvelle catégorie.

## Conclusion du chapitre I

Dans ce chapitre, nous avons cherché à montrer que l'apparition du temps libre et du tourisme étaient liées à la mise en place d'un nouvel ordre social structuré autour du travail. La perte du garant divin a eu pour conséquence de voir surgir la figure de l'individu libéral que l'on peut définir comme étant un individu travailleur qui cherche à la fois à aménager le monde dans lequel il vit et à améliorer son propre sort (H. Defalvard, 1995). Ce nouvel ordre social, que l'on peut qualifier d'ordre économique, a inventé le tourisme et les pratiques modernes qui lui sont associées. Si la laïcisation des modes de vie et des structures mentales a entraîné l'apparition d'une nouvelle sensibilité à l'égard des paysages et plus généralement de l'espace, elle a aussi eu pour conséquence de dégager progressivement l'enveloppe théologique qui recouvrait le rapport au temps. À cet égard, nous avons repéré que la mise au travail des individus s'était accompagnée d'un double processus qui allait voir émerger à la fois la figure du loisir et la figure des loisirs. Ces deux catégories diffèrent tant par leur substance que par les acteurs concernés. L'ancienne classe belliqueuse de la société a cherché à structurer ses pratiques et son mode de vie autour du loisir. Elle constitue alors la classe des gens de loisirs. Les travailleurs, après une période où le temps non contraint se réduisait à une somme de "temps dérobés" sur le lieu de travail (Anne Marie Thiesse, 1995), se sont vus reconnaître le droit de disposer d'un temps libre. Ce temps libre, selon le dictionnaire Littré (1869) est "*un temps qui reste disponible après les occupations*". Temps pour les loisirs et temps centré sur le loisir ne renvoient pas au même contenu, aux mêmes usages, mais sont tous les deux les produits directs ou indirects de ce nouvel espace temps caractéristique de la modernité.

Ce chapitre visait à essayer de comprendre les raisons pour lesquelles on peut repérer une simultanéité historique entre l'apparition de la société industrielle articulée autour du sens du travail et l'émergence, avec une ampleur sans précédent, du sens du voyage. Bien loin d'être un accident de l'histoire, on peut dire que cette simultanéité forme un "*tout*" au sens de Marcel Mauss (1968), c'est à dire une intrication harmonieuse de différentes dimensions.

Réfléchir sur les causes de l'invention du tourisme est une étape essentielle à la fois pour ancrer historiquement cette réalité caractéristique de notre modernité et pour mieux comprendre les pratiques actuelles et leurs évolutions. Si l'apparition du tourisme s'est effectuée à une période particulière de l'histoire, le tourisme a lui même sa propre dimension historique, son propre développement et ses propres acteurs. Cette histoire s'articule autour d'une multitude d'éléments qui tous ont contribué, à leur mesure, à structurer la réalité touristique.

L'avènement du phénomène touristique va se nourrir des progrès mis à sa disposition par la société industrielle. Son histoire est faite de diverses pratiques, d'une utilisation progressive de différents types de supports, de la conquête sociale du temps, de la transformation des modes de déplacements, des modes de vie et de l'extension des populations concernées par l'univers des vacances. S'interroger sur les principales formes historiques prises par le "tourisme moderne"<sup>55</sup> constitue dans notre démarche générale, une étape primordiale si l'on souhaite rendre compte de la structuration actuelle du secteur touristique et si l'on souhaite comprendre la transformation des principes de justification sur lesquels se fonde le temps des vacances.

---

<sup>55</sup>. On qualifiera de "tourisme moderne" l'ensemble des pratiques touristiques qui sont apparues au moment où se met en place le nouvel ordre social décrit plus haut afin de le distinguer des "pratiques anciennes" qui n'étaient que des épiphénomènes dilués dans la "totalité sociale".

## Chapitre II : Généalogie des pratiques touristiques modernes : de la figure du voyageur à celle du touriste<sup>1</sup>

L'avènement de nouvelles références temporelles consécutivement à la mise au travail de la société a donné naissance à un temps de non-travail, à un espace à combler. Cette nouvelle découpe, caractéristique de la modernité, est à l'origine d'un temps disponible qui va progressivement se charger d'un contenu spécifique. S'interroger sur les raisons pour lesquelles le déplacement à des fins ludiques est apparu à un moment précis de l'histoire n'épuise en aucun cas la problématique de l'invention du tourisme. Réfléchir aux différentes formes qu'ont pu prendre les usages du temps libre voués à la mobilité est, dans ce cadre, une démarche complémentaire et, comme nous allons le constater, riche d'enseignements. Ce sera l'objet de ce chapitre que d'essayer de rendre compte, sans prétendre à l'exhaustivité, de l'évolution des principaux modes d'utilisation du temps libre fondés sur le déplacement associé à la figure du divertissement. L'histoire de "la mise en vacances" des individus est faite de continuités et de discontinuités. Pour clarifier l'exposé, deux axes de réflexions, qui s'articulent autour du type d'acteurs concernés, seront privilégiés. Il nous semble en effet pertinent de scinder cette histoire en envisageant la démocratisation d'une pratique longtemps réservée à l'élite comme un moment de rupture, comme une mutation qui va faire du tourisme à la fois un phénomène

---

<sup>1</sup>. Il nous semble qu'envisager le passage de la figure du voyageur à celle du touriste est éclairant à plusieurs égards. Les pratiques, l'esprit dans lequel les déplacements sont faits, les motivations ne sont pas du même ordre. En ce sens, la thèse de Jean-Didier Urbain (1991, p. 24) qui consiste à dire que "*la différence entre le voyageur (...) et le touriste n'est plus de nature : elle est de degré*", bien qu'intéressante pour cerner et comprendre la construction sociale des pratiques touristiques, ne nous semble pas pertinente sous cet angle.

qui touche la société dans sa globalité, et un secteur d'activité économique important. Dans une première étape, l'analyse du tourisme aristocratique nous permettra d'envisager les conditions qui ont permis de bousculer les valeurs et les références et de préparer les usages qui structureront les pratiques touristiques actuelles. Dans une seconde étape, envisager les conditions qui ont participé à l'éclosion d'une pratique massive du tourisme permettra d'esquisser les contours des grandes caractéristiques qui fondent les vacances. Prendre en compte celles-ci sera utile pour réfléchir, dans la troisième partie de la thèse, à la mise en place d'un cadre théorique des pratiques touristiques.

Pour conclure ce chapitre, nous passerons en revue les différentes approches qui tentent de rendre compte de la croissance des "besoins en tourisme" et de la demande. Plus qu'opposées, ces approches, en privilégiant un ancrage particulier, fournissent des explications qui offrent des éclairages partiels mais qui peuvent être envisagées de façon complémentaire.

## Section I : De la mobilité élitaire aux vacances pour tous : une histoire de l'émergence de la "moralité du divertissement"

Le Royaume-Uni, comme nous l'avons indiqué dans le chapitre précédent, constitue le lieu d'émergence du "tourisme moderne" et des différentes formes qu'il a pu prendre. Si dans une première étape de leur développement, les pratiques touristiques sont soumises aux principes de justification et à l'impératif de la moralité, progressivement elles vont se dégager de la gangue morale qui les supportait pour ne se fonder que sur elles-mêmes. La justification par l'hédonisme, c'est à dire la recherche du plaisir personnel, deviendra le principe de légitimité de ces pratiques. Envisager les conditions et les conséquences du basculement des valeurs sur lesquelles se fondait le voyage de l'élite constituera le premier point qui sera développé. Si par certains cotés, ce renversement de référent préfigure les évolutions qui vont animer le tourisme de masse, par d'autres cotés, la démocratisation de la pratique touristique introduit un changement significatif dont il conviendra d'appréhender toute l'originalité.

Depuis la fin du Moyen-Age, on cherche à fonder théoriquement un nouvel ordre social autour du travail. A la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, les transformations profondes du monde consécutives à l'industrialisation des nations, l'extension et le renouvellement de l'état des savoirs, l'exercice concret du travail dans les manufactures, vont conduire à glorifier la figure du travail. Hegel, puis Marx, sont les témoins de la transformation de cette représentation. Dans leurs écrits, ils vont pousser jusqu'au paroxysme le culte de la valeur travail en expliquant que le travail est l'essence de l'homme et que c'est par le travail que l'homme va se révéler à lui même<sup>2</sup>. Ce contexte intellectuel particulier et la

---

<sup>2</sup>. La philosophie de Hegel est celle qui permet le mieux de comprendre l'extension de la valeur travail qui se produit au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle. "*Le concept de travail est, avec Hegel, considérablement enrichi et transformé puisqu'il désigne désormais l'activité spirituelle elle-même, l'essence de l'histoire de l'humanité, qui est activité créatrice et expression de soi*" (D. Méda, 1995, p. 99). La position de Karl Marx sur le travail est plus complexe. En 1875, dans "*la critique du programme de Gotha*" (qui ne sera publiée qu'en 1891), il écrit que "*l'économie vraie, l'épargne, consiste à économiser du temps de travail. (...) Economie de temps de travail, signifie augmentation des loisirs pour le plein épanouissement de l'individu*" (p. 110). Préalablement, dans "*l'idéologie allemande*" (1845-46), Marx avait expliqué que le travail, dans une économie d'abondance, n'est plus aliénation mais épanouissement (L. Dumont, 1977). Travail et loisir relèvent d'une essence identique. Pour éclairer, cette confusion, on peut s'appuyer sur la thèse que défend Hannah Arendt dans "*Conditions de l'homme moderne*" (1983), à savoir que la pensée moderne a eu tendance à recouvrir et à confondre sous un même concept des réalités qui n'étaient ni conçues ni

prégnance croissante de la raison pratique ont structuré les mentalités. Ils ont participé à l'élaboration des nouvelles représentations du contenu de l'existence. Les nouveaux modes de vie seront soumis à l'impératif de l'activité et favoriseront le mépris pour l'oisiveté et le désœuvrement. La vie sans le travail devient inconcevable. C'est pourtant dans ce cadre mental et historique particulier que va émerger la figure du déplacement à des fins d'agrément. On comprend alors aisément que pour que cette émergence ait pu se faire, il a fallu, dans un premier temps, que ces pratiques s'appuient sur des "principes nobles". C'est une époque où l'image du plaisir n'est pas encore socialement acceptée, les normes de bienséance structurent les pratiques et la morale imprime encore les consciences<sup>3</sup>. Pour que la figure du plaisir ait pu émerger, pour qu'ait pu s'opérer un basculement des principes de justification, les premières pérégrinations modernes ont dû mettre en avant les raisons louables pour lesquelles les déplacements s'effectuaient. Ce sont des motifs à caractère culturel et éducatif qui sont avancés pour lancer la pratique du "grand Tour". Par contre pour légitimer la villégiature au bord de mer, la pratique du bain et le séjour dans les stations thermales, on invoque plutôt des arguments d'ordre médical et thérapeutique. Si dans un premier temps, la quête du plaisir, sans être totalement absente des motivations, est cachée et non avouée, progressivement, elle se révèle et les pratiques touristiques prennent une orientation fondamentalement hédoniste.

## I. 1 Le "grand Tour" ou la codification du déplacement

Utiliser le temps disponible à se déplacer de ville en ville est une pratique que les

---

nommées, dans les sociétés antérieures, à travers une seule notion. Elle se fonde dans la présentation de son analyse sur les distinctions opérées par la pensée grecque entre le travail, l'oeuvre et l'activité. Chacune de ces catégories, régies par des principes et une essence particulière, ne renvoie pas à des contenus similaires et la représentation qu'en a le corps social diffère largement. Si l'oeuvre est source d'épanouissement, le travail est, quant à lui, assimilable au labeur et à la peine.

<sup>3</sup>. Comme le fait remarquer Jean Starobinski (1964, p. 53), "*Le XVIII<sup>ème</sup> siècle découvre toutes les interrogations que suscite le plaisir, et c'est comme s'il inventait le plaisir. Il en fait un objet de réflexion sérieuse autant que d'expérience légère, il l'isole, il lui confère une évidence inaccoutumée. (...) Le plaisir venait en second lieu; il va obtenir la préséance; il n'a plus à être justifié, c'est lui qui justifie tout*". Pour autant, si le XVIII<sup>ème</sup> siècle pense le plaisir, il le vit peu. L'homme reste hanté par les valeurs de l'au-delà et ce n'est que progressivement que le plaisir va se vivre comme un but louable de l'existence, c'est à dire comme un principe qui n'est pas incompatible avec l'effort et le travail. Le plaisir va devenir "*la donnée fondamentale à partir de laquelle se construit une nouvelle conception de la vie sociale*" (J. Starobinski, 1964, p.54). Il est possible de rapprocher "l'esprit du XVIII<sup>ème</sup>" de l'émergence de la pensée utilitariste qui cherche à construire une économie politique sur la base du calcul des plaisirs et des peines (Jeremy Bentham).

anglais ont inventé au XVIII<sup>ème</sup> siècle. Si dans un premier temps, cette pratique est le fait d'étudiants qui cherchent à courir le monde pour mieux le comprendre, dans un deuxième temps, elle deviendra un mode d'occupation du temps d'une aristocratie internationale en quête de sens. À un objectif culturel visant à la construction harmonieuse de la personne se substituent des motivations où le plaisir et la fièvre de la mobilité deviennent les figures centrales. C'est l'univers du jeu et la jouissance improductive du temps qui structurent le déplacement. Le regard touristique s'est transformé et l'alliance plaisir/mobilité apparaît.

#### A) Voyager pour apprendre

La Renaissance a réactivé le goût d'apprendre et la lecture des ouvrages des auteurs anciens constitue l'assise du système éducatif en Angleterre comme en France. La connaissance des langues anciennes est perçue comme le bagage indispensable à la formation du "bon goût" et à la participation au sein des querelles esthétiques dans les différents salons et académies<sup>4</sup>.

Dès la fin du XVII<sup>ème</sup> siècle se répand la mode du "grand Tour"<sup>5</sup>. Il s'agit pour un jeune aristocrate anglais d'effectuer un voyage sur le continent accompagné d'un précepteur<sup>6</sup>. En règle générale, le périple dure de six mois à deux ans et doit conduire le jeune homme en France, en Italie, aux Pays-Bas et dans les provinces rhénanes. L'objectif de ce déplacement est de faire de l'enfant, à la fin des études secondaires, un homme du monde capable de discuter sur les curiosités du globe et de la nature. Le voyage cherche à éveiller en lui la connaissance et l'esprit d'aventure dont il aura besoin,

---

4. C'est à cette époque que l'on pratique avec vigueur les fouilles d'Herculanum en Italie (1747) et que l'on assiste à l'emprise du goût pour l'antiquité sur la culture française.

5. L'expression "Grand Tour" qui a fait fortune en Angleterre et en France au XVIII<sup>ème</sup> siècle trouve son origine dans la préface de l'ouvrage de l'anglais Richard Lassels "Voyage of Italy" publié en 1670 (M. Dachary, 1990).

6. Pour exemple, on peut se souvenir que le duc de Townshend demande en 1764 à Adam Smith d'accompagner son fils pour effectuer un "grand Tour" afin que ce dernier acquière cette touche de raffinement si appréciée en Europe à cette époque. Smith reçoit une pension de trois cents livres jusqu'à la fin de ses jours. Le tuteur et le jeune noble partent pour la France en 1764, résident à Toulouse, dans le sud de la France, à Genève et à Paris où ils vont fréquenter les cercles Physiocratiques animés par François Quesnay. En 1766, le "grand Tour" connut une fin tragique lorsque le frère du jeune duc qui les avait rejoints fut assassiné dans les rues de Paris. Ces anecdotes sont rapportées par Robert L. Heilbroner (1971).

par exemple, pour une future carrière diplomatique. John Locke, dès la fin du XVII<sup>ème</sup> siècle, énumère les principaux mérites du Tour et le recommande dans la formation du "*complete gentleman*" (M. Boyer, 1996, p. 28).

Le déplacement se prépare quelques mois auparavant par une réflexion sur l'itinéraire à prendre et sur l'ensemble de l'équipement à prévoir. Le mode de déplacement est particulièrement compliqué et de ce fait onéreux. On ne se rend que sur les lieux mentionnés par les textes prestigieux (par exemple sur les champs de batailles romains) et l'on ignore complètement les endroits non retenus par la tradition<sup>7</sup>. Le parcours se fait donc d'un point à un autre, ce qui inaugure la mode du circuit qui consiste à se déplacer d'une curiosité à une autre sans se préoccuper de l'espace qui les sépare. C'est un voyage où la satisfaction naît de la vérification, de l'accord entre la représentation que l'on a eu d'un site par le biais de la lecture et le contact direct avec les éléments. Dans un premier temps, la figure du plaisir comme motivation au déplacement, bien que présente<sup>8</sup> à l'origine, était niée ou maintenue dans le silence. Peu à peu, elle est ouvertement affichée par les acteurs qui y participent et devient elle-même la raison première qui incite à la mobilité.

## B) Le plaisir et l'ostentation comme buts avoués du voyage

Progressivement, la pratique du "grand Tour" se répand et se transforme. Elle s'étend à d'autres segments que celui des étudiants aisés. Quelques riches particuliers du Continent et d'Angleterre se portent en Italie et en Suisse. Le voyage qui se voulait être un support à l'éveil et à la connaissance devient un signe de distinction, un privilège du monde élégant et un mode d'occupation du temps pour la classe des rentiers. Cette classe représente "la bonne société" et va imposer et diffuser un modèle du savoir-vivre et du

---

<sup>7</sup>. Certains ouvrages ont été écrits spécialement pour aider les voyageurs à effectuer sans difficultés leur "grand Tour". On peut signaler à ce propos le livre de Nugent et Dutens, deux anglais d'origine française, qui s'intitule "*The Grand Tour*" (il aura un grand succès au XVIII<sup>ème</sup> siècle) ou encore l'ouvrage d'Andrews, "*The gentleman's guide in his hour*". Pour une présentation approfondie du "grand Tour", on pourra se reporter à Luis Lavour (1990).

<sup>8</sup>. En effet, le "grand Tour" a pris parfois, pour certains étudiants, une tournure non-éducative et a consisté surtout en l'apprentissage de pratiques réprouvées par la bienséance. À ce propos, Alexander Pope note que "*le jeune anglais, dans son "grand Tour", a tout vu et rien compris, a ramassé tous les vices de la terre chrétienne, a perdu sa langue et n'en a pas appris d'autres*" (cité par M. Boyer, 1996, p. 28).

savoir-voyager au reste de la société. Comme le note, non sans ironie, dans son journal de voyage le français Dupaty en 1785, "*Courir les lieux sur terre et sur mer, prendre le punch et le thé dans les auberges, mal parler de toutes les autres nations, s'enorgueillir sans cesse de la leur, voilà ce que la foule des anglais appelle voyager. Le livre de poste est le seul dans lequel ils s'instruisent.*" (cité par G. Wackermann, 1988, p. 32).

Les plaisirs liés au voyage en viennent à constituer le seul but de l'existence de cette classe centrée autour du loisir<sup>9</sup>. "Partir sans cesse et n'importe où" devient sa règle et son mode de vie. Les touristes rentiers se déplacent, en paradant, d'une station à l'autre et donnent l'impression de ne pouvoir rester en place. Au Royaume Uni, l'Empire et un niveau de développement économique important allaient multiplier les possibilités d'évasion pour occuper les aristocrates confrontés au déclin de leurs fonctions. Si le "grand Tour" était resté confiné, jusqu'au début du XX<sup>ème</sup> siècle, à l'Europe, "*les aristocrates avaient maintenant le sentiment qu'ils devaient accomplir le tour du monde (...) À l'apogée de la magnificence de l'Empire des Indes, vers 1900, la chasse, ritualisée, devint partie intégrante de l'itinéraire des aristocrates*" (R. Porter, 1995, p. 50).

Le symbole de la frivolité des loisirs aristocratiques et la forme suprême de la consommation improductive et ostentatoire sont cristallisés dans la figure de la croisière. À la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, le paquebot devient le support d'un mode de vie festif et oisif d'où émerge "*une économie inédite de l'ennui et de la distraction*" (A. Corbin, 1995, p. 63). C'est là que s'inventent les usages du temps qui seront repris plus tard par les entrepreneurs de loisirs.

Jusque 1930, la clientèle qui va voyager pour l'agrément est issue du groupe social des rentiers. Le bourgeois du XIX<sup>ème</sup> siècle qui s'enrichit dans les affaires se déplace peu pour le plaisir et lorsqu'il le fait, il est l'objet de la raillerie<sup>10</sup> comme s'il cherchait à accéder à des pratiques qui lui sont étrangères voire interdites par le corps social. Marc Boyer (1980, p. 55) a dépouillé des "listes d'étrangers" qui séjournent dans diverses stations de la côte d'Azur ou dans les villes d'eau. "*À 80% et même à 85%, les séjournants sont portés comme rentiers ou propriétaires; ils sont d'âge très divers et n'indiquent jamais d'activité professionnelle. Un dixième indique un état : clergymen, hommes de loi, officiers ce qui les rattache à la société ancienne, la société d'ordres*". Après la deuxième guerre mondiale, la classe de loisir se fissure, les codes et les rites qu'elle avait su créer disparaissent progressivement et participent, tout en se transformant,

---

<sup>9</sup>. Pour ce qui concerne la grande période du voyage aristocratique, ou pourra se reporter à l'ouvrage, fourmillant d'anecdotes, d'Alexis Gregory, "L'âge d'or du voyage 1880-1939" (1990).

<sup>10</sup>. On pense bien sûr à la figure emblématique de Monsieur Perrichon mise en scène par Eugène Labiche (1860).

à l'élaboration du contenu et de la substance des vacances. Au temps du loisir cultivé réservé aux élites et conçu comme un mode de vie se substitue le temps des loisirs appréhendé comme un temps social qui se définit en opposition et en complémentarité avec le temps consacré au travail.

La pratique du "grand Tour" et les évolutions qu'elle a connues dans les principes de justification affichés préfigurent, par certains aspects, la naissance du tourisme au sens moderne. Cette étape permet d'éclairer partiellement la mutation du voyageur en touriste. Si les formes prises par le déplacement ont constitué un lieu d'élaboration de la pratique touristique, elles n'ont pas été les seules. L'évolution du rapport à l'eau et au corps, la transformation des représentations de l'espace marin vont participer d'une autre manière, à donner une substance et à structurer le temps des vacances. Par certains côtés, le schéma général de la modification des principes de légitimité sur lesquels se fondent ces pratiques, va se reproduire. La bienséance et la moralité vont venir, dans un premier temps, imprimer leurs marques au séjour sanitaire pour dans un second moment, s'esquiver pour laisser se profiler le plaisir, la détente et la liberté. Toutefois, cette similitude ne doit pas faire illusion. Par d'autres aspects, cette histoire de l'invention de la baignade, de la plage et du séjour balnéaire, reflète une singularité dont il convient de rendre compte.

## I. 2 La renaissance de la station balnéaire et de la station thermale

C'est aussi au XVIII<sup>ème</sup> siècle, et cela n'est pas pour nous surprendre, qu'émerge la conscience du rivage et plus généralement un rapport nouveau à l'eau. Cette apparition se déroule parallèlement, et souvent de manière enchevêtrée, à la pratique du "grand Tour". Initialement, l'argument médical et les nouvelles propriétés thérapeutiques que l'on associe à l'eau ont conduit et incité les hommes à se rendre au bord de la mer ou dans les villes thermales. Rapidement, à l'époque où l'absence de pression temporelle et où la lutte contre l'ennui constituent le souci premier d'une classe de la société, la villégiature maritime va se transformer en un espace de détente et d'ostentation. Bien que toujours mises en avant, les vertus sanitaires ne sont progressivement plus convoquées comme seuls principes justifiant le déplacement. L'émergence de l'individualisme et le bouleversement des valeurs et des références anciennes vont participer à l'élaboration d'une moralité du plaisir et d'une éthique des loisirs. C'est cette éthique qui structurera le temps des vacances quand les conditions économiques et sociales permettront de rendre

possible l'accès aux plaisirs élitaires pour la société entière.

#### A) Voyager pour se soigner

Si les romains fréquentaient avec plaisir et assiduité les thermes (M. Dacharry, 1991), à partir du Haut Moyen-Age cette forme de détente et de distraction va disparaître et la phobie de l'eau va s'installer dans les esprits<sup>11</sup>. C'est le discours tenu par les médecins et les hygiénistes qui va réactiver et légitimer cette pratique du bain, considérée alors comme immorale et réservée aux vulgaires. Pour comprendre ce basculement de perception, il faut à la fois invoquer l'empreinte de la nouvelle représentation de la nature liée au développement de la théologie naturelle à la fin du XVII<sup>ème</sup> siècle et la prégnance du modèle antique sur les esprits éclairés. La référence au thermalisme antique a favorisé l'expansion et le succès de la mode du bain thérapeutique (J. Urry, 1990).

En 1701-1702, John Floyer<sup>12</sup> publie "L'histoire du bain froid". Il s'appuie sur des références d'auteurs antiques comme Sénèque et Pline l'Ancien mais aussi Hippocrate et Galien pour expliquer et justifier la prise de bains froids. Pour Floyer, l'eau froide corrige les travers et atténue l'ardeur des passions. C'est donc pour des raisons morales qu'il convient avant tout de s'immerger dans l'eau. Cet ouvrage constitue l'une des premières réflexions sur le bain à cette époque. Il inaugure toute une série d'écrits à caractère plus ou moins scientifique qui vont être publiés au milieu du siècle. On découvre alors les vertus de l'eau de mer (toujours en s'appuyant sur des exemples pris dans la littérature latine comme Oribase).

En 1748, le docteur Richard Frewin parvient à guérir un de ses patients en le plongeant dans l'eau de mer à Southampton. Il conforte alors les travaux<sup>13</sup> que le docteur Russell publie en 1750 sur les nombreuses expériences qu'il a menées depuis vingt ans. Russell est largement influencé par la théologie naturelle et est persuadé que dans la nature le Créateur a placé des moyens afin que l'homme puisse lutter contre la corruption et la

---

<sup>11</sup>. Cette appréhension du rivage et des flots va être résumée par l'historien Jules Michelet dans son ouvrage, "La mer" (1860) : *"le Moyen Age avait horreur et le dégoût de la mer, "royaume du prince des vents", on le nommait aussi le diable"* (J. Michelet, 1983).

<sup>12</sup>. Cette histoire est racontée avec de nombreux détails dans le "territoire du vide" d'Alain Corbin (1988).

<sup>13</sup>. Le titre de son ouvrage, publié à Oxford en 1750, est : "A dissertation concerning the use of sea water in diseases of the glands".

putréfaction. L'eau de mer purge les matelots et tonifie. Il recommande alors à ses patients *"de se baigner une fois chaque jour et d'absorber une demi-pinte d'eau de mer le matin et un verre à la sortie du bain"*<sup>14</sup> (A. Corbin, 1988, p. 82).

En fait, le message que diffuse le docteur Russell est rapidement entendu<sup>15</sup>. Il se constitue une immense clientèle et Brighton, son lieu de résidence, devient une station à la mode. Les familles de la haute noblesse suivent l'ensemble des conseils prodigués par le docteur. C'est donc au milieu du XVIII<sup>ème</sup> siècle que la mode du bain de mer et du séjour au bord du littoral se développe en puisant ses racines dans le modèle antique et en s'inscrivant dans un projet thérapeutique. Jean-Didier Urbain (1994) confirme cette emprise de la science sur l'usage vacancier du littoral en écrivant que : *"la colonisation balnéaire du rivage se réalise à l'origine dans le cadre d'une conformité quasi-totale des pratiques de plage aux préceptes de l'empire médical-bains de mer, d'algues ou de varech, mais aussi bains de sable, d'air ou de vent, de soleil ou de lumière compris"* (p. 108-109). On vient aussi sur les bords de l'Océan pour y soigner l'étiolation ou le surmenage. L'ouvrage médical a alors une fonction particulière qui consiste à apporter des arguments (qualité et température de l'eau, qualité de l'air...) pour fonder et assurer le succès d'une station balnéaire à tel endroit plutôt qu'à tel autre.

La station thermale fait sa réapparition à la même époque<sup>16</sup> et va drainer de nombreux individus plus attirés par le plaisir retrouvé du contact avec l'eau que par la volonté de suivre la trace des grands voyageurs. Bath, dans le sud de l'Angleterre, en est le symbole. Si depuis l'Antiquité romaine, les hommes y venaient prendre les eaux, au XVIII<sup>ème</sup> siècle, la station devient l'objet d'une mode sans précédent. La science a participé au lancement et à la montée "du désir du rivage". Elle a apporté "la bonne conscience" qui faisait défaut jusqu'ici pour que l'homme découvre les plaisirs du bain et les dimensions qui lui sont associées. La pacification du rapport qu'entretient l'homme

---

<sup>14</sup>. Il s'appuie sur une citation d'Euripide tirée de L'Iphigénie en Tauride, "la mer lave et nettoie toute souillure humaine". Ses mots figurent en exergue de son ouvrage et il les fera graver sur sa tombe (A. Corbin, 1988, p. 82).

<sup>15</sup>. D'autres ouvrages paraissent à la même époque pour nuancer le caractère normatif des propos du docteur Russell mais jamais pour les infirmer. Par exemple, en 1766 le docteur Maret remporte le premier prix d'un concours lancé à l'Académie de Bordeaux grâce à un livre qui s'intitule : "Mémoire sur la manière d'agir des bains d'eau douce, et d'eau de mer et leur usage".

<sup>16</sup>. Différents ouvrages traitent du réapprentissage du contact avec l'eau qui s'opère au XVIII<sup>ème</sup> siècle dans les pratiques de la vie courante. On pourra se reporter en particulier aux livres de Georges Vigarello "Le propre et le sale" (1985), et d'Alain Corbin "Le miasme et la jonquille" (1982). Comme le précise G. Vigarello (1985, p. 245), *"La propreté aurait une utilité physique précise : elle accroît les ressources organiques. Ces théorisations de la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle inaugurent un mode d'explication : la propreté se légitime par la science"*.

vis à vis de l'eau a eu pour conséquence de faire émerger des pratiques et une économie fondées sur le plaisir.

## B) Le basculement du thérapeutique vers l'hédonisme

Le succès de la réouverture des stations thermales et le désir croissant de fréquenter les villes du littoral s'expliquent partiellement par la redécouverte des vertus de l'eau. En fait, c'est aussi parce que se construit l'image d'un individu autonome, à la recherche de son bien-être et de son bonheur terrestre, que la figure du plaisir associé au bain se trouve être légitimée. En ce sens, on peut dire que le bord de mer et la station thermale ont constitué l'un des supports qui ont favorisé l'invention et l'épanouissement de l'esprit du plaisir.

À Bath, à Spa et à Baden-Baden, si on fréquente dès le début de XVIII<sup>ème</sup> des centres consacrés aux bienfaits de l'eau, on y vient aussi pour s'y montrer et pour s'y amuser. Contrairement aux pratiques anciennes, dans les stations thermales du siècle des Lumières, c'est le plaisir, le jeu et l'agrément qui rythment le quotidien et qui règnent sans partage dans un décor qui cherche à imiter l'antique. Les vertus intrinsèques des eaux ne sont souvent que le prétexte à un étalement du plaisir. Aux soins du corps, on cherche à associer, par le divertissement, les soins de l'âme. Diderot (cité par Marc Boyer, 1980, p. 53) s'exprime ainsi pour nous communiquer sa fascination : *"un lieu dont le charme pût attirer même dans la santé. C'est ainsi que les anglais l'ont pratiqué à Bath où les hommes vont se distraire de la maussaderie de leurs femmes et les femmes de la maussaderie de leurs maris et où, tout en buvant les eaux on rit, on cause, on danse et on arrange d'autres amusements plus doux"*.

De même, l'histoire de l'occupation du littoral peut se lire comme celle d'un basculement de pratiques motivées par des raisons médicales à des pratiques mues par la recherche de l'hédonisme et de la sensualité. L'une des dimensions prises par l'émergence de l'individualisme réside, en particulier, dans la découverte et l'exhibition de son corps.

Initialement, comme nous l'avons vu, le bain est une méthode préventive ou curative. L'homme, pour son bien, doit combattre la répulsion qu'il éprouve pour l'eau au nom de la science et pour sa santé. *"Le bain est alors aux antipodes du plaisir"* (J-D. Urbain, 1994, p. 111). Au cours de la pratique du bain dictée par la médecine, l'homme va apprendre à devenir autonome et à transgresser la règle médicale en recherchant les sensations physiques agréables. Au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle, le bain va devenir

baignade<sup>17</sup>. Un monde se transforme. Alors que jusqu'ici les médecins n'avaient cessé de mettre en avant les bienfaits du bain froid, on se met à inventer "*l'eau chaude*" (A. Rauch, 1995, p. 88) et à lui trouver des mérites encore plus grands. La pratique de la nage permet à la fois de vaincre la peur de l'eau et d'y associer un intérêt ludique. La découverte du soleil et du sable chaud constituant un support plus adapté pour penser et exhiber son corps participent de l'émergence du plaisir<sup>18</sup>. A. Rauch (1995, p. 89) souligne que "*la découverte du bien-être dans la chaleur estivale marque assurément plus d'une rupture : à l'immersion médicalement réglée succède la nonchalance des corps immergés et baignés de lumière*".

Le littoral, conquis en majorité dans un premier temps par "la classe de loisir", deviendra tout comme le voyage ou la station thermale un théâtre où il faut se montrer et dépenser sans compter. Les rituels de la mondanité s'y déploient et le rivage devient terrain de loisirs. Les villes du bord de mer reproduisent les distractions, l'architecture et le rythme quotidien des villes d'eau (R. Porter, 1995). Le détour par la médecine a sans doute constitué une étape nécessaire dans le processus de pacification et d'occupation du rivage.

Comme pour le voyage qui voit progressivement son contenu se transformer et se charger de dimensions ludiques, la pratique du bain évolue et devient objet de jouissance. Le trait commun à ces deux évolutions est l'orientation hédoniste qu'elles prennent. La figure du plaisir, attachée à la naissance de l'individu, émerge et se manifeste sous différents aspects. Pour certains, le contenu du tourisme va résider dans les divertissements organisés au bord du littoral et dans les plaisirs éphémères que procure la nature. Pour d'autres, la substance du temps vacant doit être un moment de régénération spirituelle et culturelle et doit donc emprunter le chemin hédonique de la curiosité et de l'éveil.

Cet historique, rapide et par conséquent réducteur, des premières formes de déplacements modernes motivés par l'agrément nous a permis de montrer que les origines de ces pratiques étaient parfois lointaines et complexes et que tous ces déplacements à caractère ludique étaient inscrits socialement et historiquement. Cette histoire n'est pas

---

<sup>17</sup>. C'est à Brighton que la plage fut pour la première fois conçue et imaginée pour servir de support à l'épanouissement du plaisir (J. Urry, 1991).

<sup>18</sup>. Ce n'est que le 2 août 1931 que les "*hôteliers réunis de la Côte d'Azur décident de garder leurs établissements ouverts l'été*" (M. Dacharry, 1990, p. 233).

continue, certaines pratiques apparaissent puis disparaissent pour réapparaître sous une autre forme. Notre objectif a été de montrer que les principes qui légitiment et lancent telle ou telle pratique s'appuient sur des éléments qui, au départ, peuvent lui être étrangers. Ce qui structure l'avènement du tourisme dans notre société s'articule autour de la montée progressive de la figure de l'individu et de la légitimation de la valeur hédonique<sup>19</sup>. D'abord relégué à l'arrière-plan, le plaisir émerge jusqu'à devenir le moyen, accepté et convoité socialement, d'occuper le temps disponible. C'est une conséquence du "désenchantement du monde" (Max Weber) et du basculement vers la modernité. C'est pour cette raison que nous partageons la pensée de M. Boyer (1972, p. 133-134) lorsqu'il écrit que *"l'apparition du tourisme est un aspect de la naissance du monde nouveau qui ne se caractérise pas, dès l'origine, par le caractère industriel, ou la technique, mais par des sentiments et des modes d'être nouveaux"*. En essayant d'appréhender les formes initiales prises par le déplacement touristique, nous avons essayé de cerner les contours et la substance des vacances. C'est pendant le siècle des Lumières que naissent (ou renaissent) les principales formes du tourisme (le circuit touristique, le tourisme thermal, la villégiature à la campagne, le séjour balnéaire, ...). En ce sens, on peut qualifier ce siècle de "laboratoire des nouveaux usages du temps".

Toutefois, si c'est au XVIII<sup>ème</sup> siècle que l'on invente le tourisme moderne, car c'est durant ce siècle que s'enracinent les désirs de disponibilité et de distraction, le XX<sup>ème</sup> siècle, en démocratisant des activités qui jusqu'ici avaient été réservées à une minorité, va introduire une rupture dans cette histoire. Au temps de l'élite faisait place celui des masses. La démocratisation des activités touristiques va bouleverser l'organisation de l'univers vacancier. Elle articule d'autres dimensions, en particulier un lien étroit avec le travail, et ne peut donc se résumer à l'extension pour de larges couches de la société de l'accès aux produits touristiques<sup>20</sup>. Le processus de massification a obligé à réfléchir à la mise en place d'approches de type industriel des loisirs. Tout se passe comme si une classe de la société (la classe de loisir) avait construit un modèle d'occupation du temps qui allait servir de référent à la société entière. Cependant, si cette classe avait axé son existence autour de la figure du loisir, le travailleur devra, quant à lui, développer, en

---

<sup>19</sup>. Robert Beck, dans un remarquable travail sur "L'histoire du dimanche de 1700 à nos jours" (1997), analyse et montre la progressive laïcisation du temps dominical qui s'est produit dans les sociétés développées depuis trois siècles. Le recul de la pratique religieuse (fortement structurée par le clergé post-tridentin jusqu'au milieu du XVIII<sup>ème</sup> siècle) a bouleversé les pratiques dominicales. Le dimanche est devenu un support du temps libre, du plaisir et de la fête.

<sup>20</sup>. Réfléchir sur la nature économique et le contenu du processus de massification des activités touristiques fera l'objet du chapitre V.

puisant dans les usages inventés par l'aristocratie, une pratique touristique originale et adaptée en établissant un équilibre entre le travail et le temps libre. Cet ancrage autour du travail allait modifier, en partie, la pratique des vacances. C'est, comme nous l'avons indiqué précédemment, le travail qui a façonné les contours contemporains du tourisme. Envisager cette révolution du temps libre est indispensable à la fois pour saisir les évolutions et les contenus des pratiques touristiques et pour comprendre les logiques sous-jacentes à la structuration du secteur.

## Section II : Du temps de l'élite à celui des masses, la démocratisation du voyage

La libération progressive de périodes de temps au sein de la journée de travail ou dans la semaine a permis au travailleur de connaître, dès le XIX<sup>ème</sup> siècle, les joies de la récupération des forces de travail et de vivre les premières expériences du loisir<sup>21</sup>. L'extension de cette disponibilité temporelle au delà de la journée et de la semaine va, à un moment particulier de l'histoire, être utilisée pour prendre des vacances. Plusieurs raisons complémentaires et significatives expliquent, en partie, l'avènement du tourisme comme un phénomène touchant la société dans sa globalité. La maîtrise de l'espace par la technique et l'augmentation relative des niveaux de vie vont permettre la démocratisation d'une pratique réservée jusqu'ici à l'élite. Toutefois, pour que cette "aventure du XX<sup>ème</sup> siècle" (J-L. Michaud, 1990) ait pu voir le jour, il restait aussi à rompre le lien rigide que les hommes entretenaient avec le travail et à instaurer une conception des vacances comme lieux d'épanouissement et de détente. Dans cette optique, comme l'indique Alain Corbin (1995, p. 16), *"produire du temps n'équivaut pas à en libérer l'usage"*. Il ajoute, pour aller dans ce sens, que l'essentiel n'est peut-être pas tant que *"le travail occupe moins de temps, mais qu'il occupe moins les esprits"*<sup>22</sup>. Dans ce contexte particulier, on comprend bien qu'au XX<sup>ème</sup> siècle, l'acte de voyager et la réalité du voyage vont progressivement

---

21. C'est au XIX<sup>ème</sup> siècle qu'apparaissent, de manière significative au sein de la classe des travailleurs urbains, des comportements de consommation de loisirs. C'est une époque où se met en place une organisation industrielle et commerciale du divertissement. Auparavant, le temps libre des travailleurs était laissé à leur bon vouloir (Julia Csergo, 1995). Le cabaret et la fête populaire étaient alors le support du sentiment d'identité collective et de la culture traditionnelle. Investi par la marchandise et le commerce de loisir (apparition au XIX<sup>ème</sup> siècle du café concert, du théâtre populaire, du PMU, ou encore du spectacle de sport), le temps libre de la classe urbaine se transforme. Le regard porté sur la consommation de loisir s'est modifié, on est prêt à effectuer une dépense pour y accéder. J. Csergo (1995, p. 147) montre que *"vers 1880, même si le pouvoir d'achat populaire reste peu élevé, sa progression se lit, à Paris surtout, à travers l'accès général à ces dépenses autres qu'indispensables"*. Pour le cas du Royaume Uni, John Urry (1991) insiste sur les relations que l'on peut déceler entre le développement des formes de loisirs populaires et les transformations économiques, démographiques et spatiales des villes au XIX<sup>ème</sup> siècle.

22. Cette position est aussi celle que défend André Gorz (1988) lorsqu'il explique que l'épanouissement de l'individu passe, selon lui, par un abandon relatif de la valeur travail. Il écrit que *"les travailleurs ne découvriront les limites de la rationalité économique que si leur vie n'est pas entièrement occupée et leur esprit préoccupé par le travail; si, en d'autres termes un espace suffisamment ample de temps libre s'ouvre à eux pour qu'ils puissent découvrir une sphère de valeurs non quantifiables, celles du "temps de vivre", de la souveraineté existentielle"* (p. 148).

se transformer et prendre des contenus nouveaux. Si les pratiques des aristocrates vont marquer les esprits et donner naissance à un imaginaire de l'évasion par le voyage, la machine et le chronomètre vont également, mais de manière différente, modeler les usages du temps de la classe des travailleurs. Repérer les conditions qui ont rendu possible le processus de démocratisation et définir les contenus pris par la substance des vacances seront les étapes qui structureront notre réflexion.

Jusqu'au milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, voyager était un acte qui dépendait d'une initiative individuelle et peu de commodités étaient prévues pour faciliter la pérégrination du voyageur. C'était une véritable aventure qui devait être préparée minutieusement, de manière artisanale. Les infrastructures<sup>23</sup> étaient inexistantes (les routes n'étaient pas encore goudronnées) et comme le signale Théophile Gautier lorsqu'il se rend en Espagne en 1843, il fallait souvent accepter, à l'auberge, de partager son lit avec d'autres (1981). Le littoral était, jusqu'ici, le lieu de vie du pêcheur et n'avait donc reçu, à cet égard, aucun aménagement pour y recevoir des visiteurs<sup>24</sup>. L'univers des voyages et des vacances va se trouver bouleverser par les acquis de la révolution industrielle. Différents facteurs vont se combiner pour impulser une dynamique du progrès et de diffusion de ce progrès. La plus grande facilité, tant technique que financière, pour se déplacer dans l'espace, l'augmentation du pouvoir d'achat des travailleurs, et le déclin historique de la prégnance du travail sur les temps sociaux sont parmi les principaux éléments sans lesquels la conquête des vacances eut été une épreuve particulièrement difficile. Ces différentes dimensions, bien qu'entretenant des liens entre-elles, seront envisagées successivement.

## II. 1 La révolution des transports comme condition de l'organisation commerciale du voyage

Si le manque d'infrastructures et l'absence de moyens de transport rapides n'ont pas

---

<sup>23</sup>. A ce propos, Fernand Braudel écrit dans "Civilisation matérielle, Économie et Capitalisme, XV<sup>ème</sup>-XVIII<sup>ème</sup>" (1979) que "*Jusqu'au XVIII<sup>ème</sup> siècle, voyager n'est finalement agréable que dans les pays où villes et villages sont rapprochés*". (1971).

<sup>24</sup>. Rappelons d'ailleurs que jusque là, le littoral n'avait fait l'objet d'aucune convoitise particulière.

été au cours de l'histoire un obstacle à la mobilité des hommes<sup>25</sup>, ils ne l'ont pas facilitée. Le voyage était dangereux, fatigant, cher et lent. Les transformations qui apparaissent à partir du XVIII<sup>ème</sup> siècle tant au niveau du réseau routier qu'au niveau des véhicules de transport vont bouleverser la société et le rapport à l'espace. Jusqu'ici les communications se faisaient à une vitesse qui, à peu de choses près, était identique à celle existante à l'époque de Jules César. Les nouvelles méthodes de fabrication que l'on inaugure en Angleterre et en France reposent sur la rationalisation des tâches. L'obtention de gains de productivité a pour conséquence l'augmentation du nombre de produits créés. Chercher à élargir les marchés et chercher à réduire les coûts de transports allait stimuler la recherche d'innovations dans les moyens de communications. Les progrès apparaissent d'abord par la rénovation et l'adaptation des moyens traditionnels. Des compagnies puissantes de diligences s'ouvrent et parviennent à diminuer le temps passé dans les transports. Jean-Pierre Rioux (1971, p. 72) note à ce titre qu'"avec des relais sûrs et rapides, un confort honnête, la compagnie Laffite en France relie en 55 heures Paris à Lyon en 1848 contre 100 en 1815". Néanmoins, ces déplacements demeurent coûteux et souvent incertains. Pour répondre aux exigences de vitesse et à l'intensité croissante de la circulation, on essaye de réfléchir à la mise en place de techniques pouvant accroître le trafic<sup>26</sup>. C'est surtout avec les travaux sur le revêtement des chaussées des ingénieurs civils McAdam et Telford que les déplacements par le réseau routier sont grandement améliorés<sup>27</sup> (P. Mantoux, 1973).

La mise au point de la locomotive à vapeur par Stephenson en 1825, puis les innovations qui lui sont apportées par la suite, vont révolutionner les moyens de transports et plus généralement le regard que l'homme porte sur l'espace et la distance<sup>28</sup>.

---

<sup>25</sup>. Jacques Le Goff dans son ouvrage "Marchands et banquiers du Moyen Âge" (1986) énumère les difficultés que devaient affronter les marchands itinérants. À l'état catastrophique des routes s'ajoutaient l'insécurité, la lourdeur et la lenteur du chariot et les taxes nombreuses des seigneurs et des villes qui trouvaient des ressources dans le vol ou la confiscation des chargements du marchand.

<sup>26</sup>. C'est en ce sens qu'il faut interpréter la mise en place du roulage accéléré, c'est à dire d'un voyage fractionné en plusieurs étapes permettant de changer de chevaux voire de diligences (F. Trystram, 1996).

<sup>27</sup>. S'il est vrai qu'il a fallu attendre le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle pour que les techniques de fabrication des routes évoluent (on introduit le système de McAdam à Paris en 1849), on ne peut nier que le pouvoir politique s'est préoccupé de la question de la maîtrise de l'espace bien avant. Comme l'indique Florence Trystram (1996), la dimension stratégique et économique des routes n'échappe nullement aux différents ministres français. En 1669, Colbert crée le corps des commissaires pour les ponts et chaussées. Plus tard, au XVIII<sup>ème</sup> siècle, Philibert Orry aura pour volonté de régulariser la corvée royale dans le but de rénover et d'étendre le réseau routier.

<sup>28</sup>. L'implantation du train va s'effectuer rapidement et dans de nombreux pays. "Une fièvre ferroviaire s'empare de l'Europe et, dans la plus totale anarchie, des sociétés se constituent qui construisent des

Les progrès sont rapides et dès 1850, certaines machines à vapeur peuvent atteindre des moyennes de 60 km/h (J-P. Rioux, 1971). Si à l'origine le chemin de fer avait surtout été conçu pour transporter des marchandises, rapidement, il devient un instrument du voyage. Plus fondamentalement, le train s'associe au voyage et en constitue une partie intégrante. Le déplacement perd les allures d'expédition qu'il avait jusqu'ici. R. Porter (1995, p. 27) va même jusqu'à écrire que le chemin de fer "*fut à l'origine de l'idée selon laquelle les vacances en tant qu'institution sociale impliquaient de partir pour un long voyage*".

Dans un premier temps, seule la classe des rentiers voyageurs va bénéficier directement du développement du réseau des chemins de fer. Toutefois, le train, en permettant le transport de milliers de personnes à des tarifs raisonnables, allait rendre le voyage accessible au plus grand nombre. L'esprit d'entreprise et le sens des affaires allaient faciliter l'organisation des déplacements en nombre par le train<sup>29</sup>. En 1841, l'entrepreneur Thomas Cook<sup>30</sup> (1820-1890) réfléchit à la possibilité d'introduire un "*système d'achat de billets de train groupés donnant lieu à des réductions favorisant le transport des petits commerçants*" (G. Wackermann, 1988, p. 47). Il organise un premier voyage en réservant un train spécial qui acheminera un groupe de personnes vers un congrès anti-alcoolique (John Urry, 1991). Au départ, comme nous l'avons déjà observé à d'autres reprises, ce sont des arguments d'ordre moral qui fondent et légitiment le déplacement. Ce n'est que progressivement que la cause de la tempérance s'esquivera dans l'organisation de l'entreprise "Cook" pour laisser place à des excursions motivées par l'esprit de la découverte et de la détente. C'est en 1844 qu'est organisé le premier déplacement de groupe fondé sur l'agrément. Le "package" inclut un guide qui renseigne

---

*tronçons sans plan d'ensemble, dans toute l'Angleterre et en Écosse : 800 km en 1840; dès 1835, la Belgique, avec des techniques anglaises, lance la ligne Bruxelles-Malines ; la même année en Allemagne, celle de Nuremberg-Fürth ; aux États-Unis, en Russie les premiers travaux démarrent, en France, Rothschild, et Laffitte financent une ligne publicitaire Paris-Saint-Germain en 1837"* (J-P. Rioux, 1971, p. 75).

<sup>29</sup>. C'est en 1841 que le train arrive à Brighton. Il révolutionne la fréquentation du lieu. En 1850, on dénombre 7 300 voyageurs venus par le train dans la ville. En 1862, on en compte 132 000. Dans l'intervalle, le temps du trajet et le prix du billet se sont fortement réduits ce qui peut expliquer, en partie, l'augmentation importante du nombre de visiteurs (R. Porter, 1995).

<sup>30</sup>. Si Thomas Cook est, dans la littérature sur le tourisme (J-D Urbain, 1991 ; G Wackerman, 1988 ; J-M. Dewailly et E. Flament, 1993 ; ...) toujours retenu comme l'archétype de l'organisateur des voyages, il n'est pourtant pas un cas isolé. Comme le souligne R. Porter (1995, p. 29), "*les possibilités de voyages en groupe, à tarif réduit, furent exploitées par les clubs ouvriers, en particulier dans les régions industrielles du Nord*". S'organisent des voyages à bon marché dès 1838 pour se rendre à des ventes de charité. De même sur le continent, des hommes entreprenants cherchent à bénéficier des perspectives de profit offertes par le voyage à tarif réduit. Par exemple, en France, à la même époque, Henri Gaze qui prend le nom "d'agent de tourisme" développe les voyages organisés.

sur les magasins et les sites historiques dignes d'intérêts (J. Urry, 1991). En 1851, Thomas Cook crée sa propre société (Thomas Cook and Son) et douze ans plus tard, il organise le premier voyage de groupe vers la Suisse pour lequel il envisage une formule "forfait individuel" qui comprend le transport, la restauration et l'hébergement<sup>31</sup>. L'originalité de la méthode de Cook consiste à répondre au mieux aux exigences et aux besoins de la clientèle. Il était un partisan convaincu de l'utilité sociale du voyage et percevait la libre circulation des personnes comme un instrument pour assurer la paix internationale. La modicité du prix, condition première de la démocratisation du tourisme, constituait pour Cook un objectif. Il permit ainsi aux membres de la classe moyenne, malgré leurs ressources limitées, d'accéder à un privilège de riche, ou tout au moins d'en avoir l'illusion.

C'est également le développement du chemin de fer qui est à l'origine, en partie, des premières formes de mobilité pour le loisir des classes ouvrières. Blackpool, petit village du littoral anglais, apparaît dès le début du XIX<sup>ème</sup> siècle comme la destination prisée par les ouvriers pauvres des villes industrielles du Lancashire (J. Urry, 1990). Consécutivement à l'arrivée du chemin de fer en 1846, ce village va connaître une popularité considérable<sup>32</sup> et incarnera "*le mieux les plaisirs du bord de mer*" (R. Porter, 1995, p. 40).

La plus grande maîtrise de l'espace permise par le développement des chemins de fer a été un élément décisif pour faciliter non seulement les voyages de la classe des rentiers mais aussi pour autoriser la masse des travailleurs à s'octroyer un temps fondé sur le tourisme. Le progrès technique a participé, dans une certaine mesure, au processus de démocratisation des vacances. Toutefois, on ne peut réduire les obstacles qui empêchaient l'élargissement de l'accès à cette pratique à des problèmes d'ordre purement technique.

L'industrialisation des sociétés s'est faite au prix de la place occupée par le travail dans la distribution des temps sociaux. Cette extension du temps consacré à la tâche contrainte s'est révélée être un véritable frein à l'émergence du tourisme. La disparition du temps

---

<sup>31</sup>. En 1864, plus d'un million de voyageurs ont fait appel à l'entreprise Cook (J. Urry, 1991). Pour rendre compte du développement spectaculaire et rapide de cette forme d'organisation des voyages, on peut se baser sur la progression du nombre de voyageurs qui ont eu recours aux services de Cook pour l'exposition universelle de 1867 et pour celle de 1878 (toutes les deux ayant eu lieu à Paris). En 1867, 20 000 voyageurs ont transité par son entreprise. En 1878, grâce à 324 trains spéciaux, il conduit jusqu'à Paris, tout en fournissant des visites de la capitale et en proposant toute une gamme de services, 75 000 personnes (R. Porter, 1995).

<sup>32</sup>. On estime à 7 millions par an le nombre de visiteurs ayant passé au moins une nuit à Blackpool à la fin des années 30 (J. Urry, 1991).

libre ou sa réduction à un temps utilisé à la re-création des forces de travail a eu pour conséquence à la fois de désapprendre le travailleur à "*produire son propre temps*" (A. Corbin, 1995, p. 15) et d'inciter à la formulation de revendications pour un temps disponible. La structuration du temps par le travail, en proposant un nouveau découpage de la journée et plus généralement de la vie, a contribué à forger une conception du temps libre qui se devait de ne pas être occupé par un espace vide. Au productivisme qui allait s'imposer dans le monde du travail allait correspondre un remplissage du temps hors travail<sup>33</sup>. C'est la figure du loisir en général et du tourisme en particulier qui allait se charger de lutter contre la peur du vide en générant de nouveaux sens et de nouveaux désirs. À l'accélération des rythmes et au raccourcissement des distances consécutives aux progrès techniques devaient s'ajouter pour permettre la démocratisation de la pratique touristique la conquête sociale du temps libre et l'invasion de ce dernier par l'éthique des loisirs.

## II. 2 L'appropriation sociale du temps et l'apprentissage du voyage

Étendre les pratiques touristiques à l'ensemble des individus de la société a exigé un relâchement relatif de la contrainte qu'exerçait le travail sur les modes de vie. Si la loi a pu favoriser la conquête du droit aux vacances dans la plupart des sociétés développées, elle n'a modifié que très lentement les habitudes prises par les travailleurs. En effet, l'avènement du temps libre dans l'équilibre des temps sociaux, en bouleversant le rapport qu'entretenait le travailleur avec le temps, a suscité l'apparition d'interrogations concernant les modes d'utilisation de cet espace de liberté. Chaque nation a considéré cette question différemment et s'est chargée d'apporter des réponses qui s'accordaient avec les idéologies en présence. L'histoire de la démocratisation des loisirs et du tourisme recouvre donc deux réalités qui s'articulent. La lutte sociale pour obtenir une pause et une décompression dans les cycles de vie scandés par le travail a contraint à réfléchir à l'invention des usages que l'on allait faire du temps. Ces deux dimensions seront donc saisies parallèlement dans le cadre de notre étude.

---

<sup>33</sup>. À l'époque médiévale, le temps de la non-activité était un "temps mort", un temps de récupération, un temps consacré aux rites religieux. Avec l'industrialisation des sociétés, le rapport au temps se modifie et donne naissance à un temps libre que l'on souhaite occuper. C'est après la seconde guerre mondiale que le désir de bénéficier d'un "temps pour soi" (A. Corbin, 1995), c'est à dire d'une séquence temporelle qui puisse être utilisée comme un support à l'épanouissement et à la détente, se fait sentir au niveau des attentes individuelles.

## A) Libérer le temps par la loi

Le Royaume-Uni, pays inaugurateur de l'industrialisation, fait figure de nation pionnière pour les questions relatives à la diminution du temps de travail. À l'intérieur des usines et des administrations<sup>34</sup>, la montée des contraintes de rentabilité a exigé à la fois une intensification plus poussée des tâches et une interiorisation des horaires. La réduction drastique des plages d'oisiveté supprime la disponibilité et toute forme de pratique récréative pour le travailleur. Face à cette dérive qui condamne les ouvriers et les employés à vivre pour un travail abrutissant, des revendications pour exiger davantage de temps libre voient le jour.

C'est en 1870 que John Lubbock fait adopter par le parlement anglais une loi, "la Bank holiday", qui accorde une journée légale de congé (un lundi du mois d'août) à tous les travailleurs de la nation.

Parallèlement, des entrepreneurs, conscients du poids croissant des charges de travail, se mettent à réduire la durée de la semaine de travail. Si au sortir de la première guerre mondiale, le travail occupe encore neuf heures de la journée d'un travailleur anglais, il n'en occupera plus que huit après la deuxième guerre mondiale (J. Rigaudiat, 1996).

De même en France, dès le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, la réduction de la durée légale du travail est un sujet qui anime les politiciens. Le droit au repos et aux loisirs ne sera obtenu qu'au prix de longues luttes sociales<sup>35</sup>. L'influence d'une partie du patronat qui s'aperçoit, comme nous l'avons précisé précédemment (chapitre I), de l'efficacité productive de la pause et des moments de repos ne fut pas sans jouer un rôle dans cette libération du temps. Ce n'est qu'en 1912 (loi du 4 juillet) que la journée de dix heures

---

<sup>34</sup>. Pour exemple, on peut s'appuyer sur l'évolution du nombre de jours fériés octroyés aux salariés de la Banque d'Angleterre. Au XVIII<sup>ème</sup> siècle, on leur accorde 47 jours par an. En 1808, ce nombre diminue pour atteindre 44 jours. En 1830, 18 jours et en 1834, il n'y a plus que quatre jours non travaillés dans l'année (exemple rapporté par R. Porter, 1995).

<sup>35</sup>. Avant 1848, aucune loi de portée générale n'a été proposée en France pour limiter le temps de travail. Quelques mesures partielles sont intervenues par exemple en 1814 (loi du 18 novembre) pour imposer le respect du dimanche aux entreprises, ou encore en 1841 (loi Guizot du 22 mars) pour réglementer le travail des enfants dans les manufactures. Un débat s'engage après la révolution de 1848 et aboutit au décret de Louis Blanc (2 mars 1849) qui fait porter la journée de travail à un maximum de dix heures pour Paris et de douze heures pour la province. Même si quelques temps après l'Assemblée constituante abroge ce décret, la nécessité de diminuer le temps de travail par la réglementation a été démontrée et n'attend que le moment propice pour s'imposer.

pour tous fut finalement votée (jusqu'alors des aménagements avaient été trouvés en modulant le temps de travail selon le sexe, l'âge, ou le secteur d'activité). Le temps de travail se réduisait par une limitation du nombre d'heures de travail à effectuer durant la journée. Avec l'extension des méthodes de production fondées sur une organisation tayloriste, le non-travail prenait surtout la forme d'un temps de décompression et d'un temps consacré à la récupération de la force physique. Toutefois, l'apparition de séquences de temps libre dans la journée de travail fut l'occasion pour le travailleur de connaître des premiers moments de loisirs utilisés à la recherche de l'épanouissement personnel<sup>36</sup>.

C'est entre les deux guerres mondiales, dans la plupart des pays industrialisés, qu'émerge une volonté collective d'obtenir une réduction du temps de travail sous la forme d'une libération de plages de temps de plus en plus longues. Pour la première fois, avec la législation sur les congés payés, une réalité nouvelle se fait jour, celle de l'existence de plusieurs journées consécutives de non-travail. "Des blocs de temps libre" (J. Dumazedier, 1990) se libéraient. Derrière cette conquête sociale du temps, se profile l'aspiration à un nouveau mode de vie centré sur les loisirs et le tourisme. Cette libération significative de temps s'est faite progressivement suivant les branches d'activité dès le XIX<sup>ème</sup> siècle. Entre le premier et le second Empire, les officiers dans l'armée pouvaient bénéficier d'une permission d'absence et les hommes de troupe de trente jours de permission à partir de 1862. De même, certains fonctionnaires (employés du métropolitain, employés des compagnies ferroviaires,...) et certains travailleurs ayant un emploi de services dans le secteur privé (banques, compagnies d'assurance, employés de grands magasins) ont la possibilité de bénéficier de deux semaines de congés sans retenue de traitement (J-C. Richez et L. Strauss, 1995).

La restauration du congé dominical en 1906 pour tous les travailleurs suscita un mouvement de revendications, sans précédent, pour la semaine anglaise<sup>37</sup> (introduite en 1912 dans les établissements étatiques) et pour l'obtention de congés payés (R. Beck,

---

<sup>36</sup>. On peut évoquer la place croissante que vont prendre, à partir de la seconde moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle, les activités liées au jardinage (création des jardins ouvriers), au bricolage et à la pêche dans le temps libre de la classe ouvrière. La présentation à la sixième Conférence internationale du travail qui se tient à Genève en 1924 du "Rapport sur l'utilisation des loisirs ouvriers" est révélatrice de l'état d'esprit de cette époque. De nombreux représentants de gouvernements souhaitent faire de l'embellissement du foyer ouvrier une priorité. "*La tâche de l'homme d'un "milieu vraiment ouvrier" est de créer, de décorer, d'omer en évitant le luxe*" (Rapporté par A. Corbin, 1995; p. 361). Pour une étude plus approfondie de cette question on pourra consulter J. Dumazedier (1962) et surtout Marie-Françoise Lanfant (1972).

<sup>37</sup>. La semaine anglaise se définit par le fait que le samedi après-midi est libre. C'est une première étape qui préfigure l'apparition du week end.

1997). Cette pratique était déjà apparue en 1900 dans certains secteurs. La généralisation par la loi de ce temps libre ne s'effectuera qu'en 1936<sup>38</sup> après la victoire du Front Populaire. Bien que la loi du 20 juin 1936 sur les congés payés fasse figure de symbole dans la mémoire collective, il convient de ne pas surestimer le caractère pionnier de ce "moment fort" des luttes sociales du monde ouvrier. En effet, la France, à cet égard, donne plutôt l'image d'une nation retardataire si on compare sa situation, en matière législative, à celle de nombreux pays<sup>39</sup>. De plus, cette loi, loin d'introduire une révolution dans les pratiques de congés, vient surtout constater un état de fait. Elle cherche à légaliser le droit aux vacances et à l'étendre aux salariés travaillant dans des secteurs d'activité qui jusqu'ici n'en avaient pas bénéficié. Son caractère symbolique provient du fait que la France, en adoptant cette loi, devient le seul pays, avec le Mexique en 1931, à avoir voté à l'unanimité une mesure qui touche l'intégralité des travailleurs. Si 80 à 90% des travailleurs anglais ou allemands bénéficient de congés payés avant la deuxième guerre mondiale, il faudra pourtant attendre le retour de la paix en Europe pour que ces pays légifèrent et que la loi se saisisse du droit au repos (J-C. Richez et L. Strauss, 1995). Accorder un temps libéré des contraintes du travail par le biais de la loi ne constitue pas un guide pour savoir comment utiliser au mieux ce temps. La question de

---

<sup>38</sup>. Sans détailler les différentes étapes du long parcours législatif qui aboutira à la promulgation de la loi réglementant les congés payés en France, rappelons brièvement, compte-tenu de la portée symbolique de l'évènement, les principales phases. En 1913, une première proposition de loi (la loi Bureau-Godard) visant à concéder des congés payés est rejetée. En 1925 (loi Durafour), 1929 et 1931, des discussions ont eu lieu autour de projets de loi mais sans jamais aboutir. En 1932, était déposé un projet de loi qui visait à réduire la semaine de travail à quarante heures. Il sera rejeté. Repris dans le programme du Front Populaire en 1936, il sera complété par une loi qui instaure des congés payés de douze jours ouvrables. On cherche aussi à développer le tourisme populaire en créant les "billets Lagrange", à savoir des billets de train donnant une réduction de 40 à 60 % afin de permettre le départ en vacances des travailleurs de situation modeste.

<sup>39</sup>. Sans vouloir être exhaustif sur la position des différentes nations à propos du droit aux congés payés, on peut quand même l'illustrer par quelques exemples. Ces exemples cherchent à insister à la fois sur la tendance de fond qui a gagné l'ensemble des pays industrialisés et sur le retard législatif pris par la France. En 1908, 66% des employés du secteur privé allemand bénéficient de congés payés. À la même date, cette situation caractérise aussi l'Autriche-Hongrie, la Norvège et la Suisse. Dans cette histoire du droit au repos, l'Autriche fait figure de modèle. En effet, la loi du 19 juillet 1919 permet aux employés de bénéficier de deux à cinq semaines de congés payés et aux ouvriers d'une semaine de congés payés après un an d'occupation du poste et de deux semaines à partir de cinq années d'ancienneté. Dans les années vingt, on va jusqu'à accorder ce droit au repos aux salariés agricoles et aux gens de maison. Cette législation sera reprise avant les années trente par la Finlande, l'Italie, la Tchécoslovaquie, la Pologne, l'Union Soviétique et certains cantons suisses. Parallèlement, un système de conventions collectives négociées par branche garantit aux travailleurs des congés payés en Allemagne, au Royaume-Uni, au Danemark, en Suède et même dans l'Union sud-africaine. En 1936, l'Irlande, la Belgique, la Bulgarie et la Venezuela adoptent une loi réglementant les congés payés (J-C. Richez et L. Strauss, 1995). Toutefois, il est vrai que si réfléchir, entre les deux guerres, à la libération d'un "bloc de temps libre" est dans l'air du temps, certains pays sont étrangers à cette préoccupation. On peut citer le cas du Japon qui jusqu'en 1939 ne dispose pas dans sa langue d'un concept permettant de nommer cette réalité (M. Boyer, 1996).

l'occupation du temps des individus va se poser avec acuité, en prenant des contours différents, dans l'ensemble des pays industrialisés. C'est une époque où l'ouvrier est perçu comme ayant une nature vicieuse qui le conduit fatalement à fréquenter les cabarets ou les lieux de débauches<sup>40</sup>. C'est donc un devoir pour la nation et les classes supérieures de la société de penser et d'organiser le temps libéré des travailleurs.

## B) La question du contenu du temps libre

Les transformations profondes qu'ont connu les sociétés occidentales à partir du XVIII<sup>ème</sup> siècle ont eu tendance à faire du temps de travail productif la référence essentielle, la norme autour de laquelle s'articulaient les modes de vie et d'existence des individus. Le temps libre était défini par défaut et consistait en une séquence de temps qui restait, une fois écoulé le temps consacré au travail. Quant au contenu du temps disponible, ses contours étaient en grande partie déterminés par la pratique du travail et les valeurs qu'elle véhiculait. En ce sens, la libération d'un bloc de temps disponible doit être envisagée comme une innovation sociale, comme une révolution à laquelle les acteurs n'étaient pas toujours préparés. Penser le temps hors-travail suggère la définition d'un nouveau rapport au temps et l'intériorisation de valeurs et de nouveaux modes de comportements. Il est, à cet égard, significatif de constater que l'attitude des travailleurs face à ce nouvel usage du temps qui s'impose à eux est, dans un premier temps, chargée d'embarras et de malaises. L'oisiveté, dans la hiérarchie des valeurs qui est véhiculée par la morale religieuse comme par la morale laïque, est méprisée et demeure la mère de tous les vices. De même, l'Église, attachée à la doctrine des péchés capitaux, poursuit sa condamnation de la paresse. On comprend que dans un tel univers mental, baigné par la culture du travail, l'émergence et l'apprentissage d'une liberté nouvelle ne se soient pas déroulés sans difficultés<sup>41</sup>. L'avènement du déclin historique du travail dans une société

---

<sup>40</sup>. Le rapport du docteur Villermé sur la situation des classes pauvres de 1840 (Michel Ragon, 1986) avait pourtant insisté pour montrer que l'alcoolisme n'était en aucun cas une fatalité biologique à la différence de ce que véhiculera la littérature naturaliste de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle (Emile Zola).

<sup>41</sup>. À cet égard, l'étude de l'Insee (1995) sur les vacances des français est symptomatique et tend à montrer que la culture du départ en vacances n'a pas imprimé son sceau sur toutes les couches de la population française. Si en 1994, 42% des français n'ont pas pris de vacances durant l'année, 13% ne l'ont pas fait non pas pour des raisons économiques mais par choix personnels. Comme le souligne André Rauch, *"Partir en vacances suppose l'acquisition d'un savoir-faire. Il ne suffit pas d'avoir de l'argent et du temps, encore faut-il être familiarisé. Pour certains, tout ce qui est inhabituel est problématique : loin de leur*

structurée autour de lui a donné naissance à des interrogations, émanant de la classe ouvrière comme de la classe supérieure, sur les moyens de remplir le temps libre "qui s'écoule dans la passivité, se perd dans l'inexistence, (d'un) temps lourd chargé d'ennui, (d'un) temps à tuer" (W. Grossin, 1974 p. 381). Si des peurs surgissent dans les classes populaires consécutivement à l'apparition de ces congés payés, des interrogations relatives au contenu à donner au temps "creux"<sup>42</sup> et des craintes sur la possible mauvaise utilisation du temps libéré émergent du reste de la société.

Concernant les départs en vacances, la France dispose d'un certain retard par rapport à la Grande-Bretagne<sup>43</sup>. Les premiers congés payés, loin de correspondre à la légende véhiculée par le Front Populaire, ne sont pas synonyme d'un départ massif de la classe ouvrière pour occuper le temps des vacances<sup>44</sup>. Ce n'est que progressivement que, pour une majorité d'individus, vacances et mobilité vont devenir des réalités qui se recouvrent. Le temps des congés introduit une rupture par rapport au déroulement de la journée de travail car les contraintes horaires sont relâchées et la pression exercée par le patron disparaît. Toutefois, la plupart du temps, le travailleur pense son mode d'occupation du temps des congés à l'image de celui du temps libre ordinaire. Il remplit cette liberté nouvelle d'activités qu'il a l'habitude de pratiquer durant l'année. Le bricolage, la pêche, le jardinage et la discussion au café constituent les principaux moments qui scandent le quotidien de l'ouvrier en congé<sup>45</sup>. La curiosité de l'ailleurs, la visite des châteaux et des

---

*maison, les vacances n'en sont pas*" (Le Monde, 13-14 Août 1995).

42. Paul Morand (1996) s'exprime ainsi en 1937 : "Il existe une technique du congé, mais nul ne nous l'a enseignée; nous avons appris de nos parents à mesurer ce que l'oisiveté nous fait perdre, non ce qu'elle nous fait gagner. (...) La plupart des hommes restent inertes devant le trou noir des vacances. (...) Le travail cessant, il va falloir maintenant que nous apprenions à nous reposer" (p 12, 13, 14). Il ajoute que les vacances ne se réduisent pas à une disponibilité temporelle et qu'elles exigent un état d'esprit particulier. Il écrit, pour aller dans ce sens, que "Pour se divertir en commun, il faut y être déterminé par des raisons intérieures : décider dans l'abstrait qu'on donnera des fêtes, c'est un point de vue de comité d'initiative, une invention de ville d'eaux, c'est de la propagande touristique, c'est une intention politique, c'est tout ce qu'on voudra, mais ça n'est pas pour cela qu'un individu, et à plus forte raison un peuple s'amuse : il lui faut d'abord cet excès d'activité inutile, cette dilatation gratuite de l'être qu'est la joie" (p. 18).

43. On peut se fonder sur le succès de la ville de Blackpool dont nous avons parlé précédemment mais aussi sur l'invention par Billy Butlin en 1937 du camp de vacances commercial (Luis Fernandez Fuster, 1991 ; J. Urry, 1991). C'est une nouvelle forme de loisirs démocratiques qui aura en France après la seconde guerre mondiale un grand succès avec le Club Méditerranée.

44. On estime à 600 000 le nombre de billets "congés payés" de la SNCF délivrés en 1936, à 2 millions en 1948, et à plus de 4 millions en 1949 (J-C. Richez et L. Strauss, 1995).

45. Comme le remarque Joffre Dumazedier, l'allongement du temps libre entraîne "chez les travailleurs et particulièrement les ouvriers, une situation et des attitudes d'artisan et de paysan qui les centrent de plus en plus sur un travail qui n'est pas le travail professionnel. Il suscite un Homo faber de type nouveau, beaucoup plus indépendant que l'autre à l'égard du processus collectif de production, de plus en plus réduit

musées ne participent pas encore de l'horizon culturel des travailleurs<sup>46</sup>.

Parallèlement à cette difficulté que ressent la classe ouvrière à penser le temps-hors travail, les gouvernements et certaines institutions (comme le BIT) expriment la volonté d'encadrer le temps libéré en incitant les travailleurs à la mobilité. À la reconnaissance générale de la nécessité d'octroyer un temps libre aux travailleurs, se mêle la peur de les laisser livrés à eux-mêmes. Les contraintes de productivité et la rationalisation des processus de production ont transformé le contenu du travail. Le caractère répétitif des tâches aurait eu pour conséquence, en remplaçant le savoir professionnel du métier par des cadences monotones, de faire naître des comportements passifs. Cette passivité, rejaillissant sur l'organisation des loisirs, rend délicate la naissance de pratiques de mobilité autonomes. À cette époque, la classe dominante de la société voit comme un devoir moral de réfléchir à l'organisation et à l'occupation du temps libéré des classes les plus défavorisées. L'image d'une culture prolétarienne malsaine et dégradante, où l'alcool et les mauvaises moeurs sont dominants, tend à susciter une attitude paternaliste chez les élites. L'idée que le travailleur ne sait pas utiliser "correctement" le temps qui lui est octroyé est répandue et partagée par de nombreuses nations à cette époque. Les Etats démocratiques comme les Etats totalitaires expriment à ce propos une volonté commune, celle de discipliner le temps libre et de l'utiliser pour éduquer le peuple.

Dès 1925, l'Italie en instituant le "*l'Opera Nazionale Dopolavoro*" (l'Organisation Nationale de l'Après-Travail) cherche à encadrer et à réglementer l'activité des classes populaires. Les vacances des travailleurs sont pensées par le pouvoir politique en place. Le long de la côte Adriatique sont aménagés des centres de loisirs collectifs. Mussolini affiche clairement le contenu idéologique en précisant qu'il faut "*Promouvoir la création, la coordination et le continuel développement de toutes les institutions aptes à élever physiquement, intellectuellement et moralement toutes les classes laborieuses, intellectuelles ou manuelles, en mettant à profit leurs heures de liberté*" (cité par André Rauch, 1996, p. 108).

C'est en suivant le modèle italien que se met en place, à partir de 1933, en Allemagne le "*Kraft durch Freude*" (la Force Par la Joie). Ce système, auquel tout allemand se doit d'adhérer, cherche à organiser jusque dans les moindres détails le congé et le déplacement

---

à un moyen de gagner sa vie , à un gagne-pain, à un gagne-loisir" (rapporté par A. Corbin, 1995).

<sup>46</sup>. L'ouvrage de François Bloch Lainé publié en 1936 est intitulé "L'emploi des loisirs ouvriers et l'éducation populaire". Le fait que ce livre ne traite pratiquement pas de la question des congés payés est révélateur à la fois de l'absence de réalité de la pratique touristique ouvrière et du retard de la réflexion engagée à cette époque sur cette question. Il convient de rappeler que le programme du Front Populaire est avant tout axé sur des revendications salariales et sur la réduction du temps de travail sur l'année. Aucune analyse des vacances n'y est présentée (M. Boyer, 1996).

des travailleurs. À ce sujet, Hitler s'exprime ainsi "*je veux qu'un congé suffisant soit accordé au travailleur allemand et que tout soit fait pour que ce congé, de même que les autres temps de loisirs, soit pour lui une vraie détente. Je le souhaite parce que je veux un peuple au nerfs solides; car ce n'est qu'avec un peuple maître de ses nerfs que l'on peut vraiment faire de la grande politique*" (rapporté par J-C. Richez et L. Strauss, 1995, p. 388). Cette institution, à partir de 1934, en rendant financièrement accessible le voyage, réussit à envoyer un nombre croissant d'ouvriers dans les stations bourgeoises des Alpes ou en croisière (Angleterre, Norvège, ...) <sup>47</sup>. Ces voyages de groupes encadrés cherchaient à promouvoir le sens de la communauté et à nourrir la dimension patriotique. Le système nazi, par la préparation minutieuse dont les voyages faisaient l'objet et par la volonté de contrôle absolu du temps des vacanciers, constitue, à cet égard, "*la forme la plus aboutie du temps discipliné*" (cité par A. Corbin, 1995, p.374).

Sans approcher le caractère excessif des mesures envisagées par les régimes fascistes de l'entre-deux guerres, les démocraties occidentales souhaitent elles aussi prendre en main l'occupation du temps libéré des travailleurs. La fascination qu'exerçait l'exemple allemand, en particulier en France ou en Grande-Bretagne à cette époque, ne sera cependant pas suivie et l'interventionnisme prendra des formes différentes. C'est par le biais du tourisme social que ces pays vont essayer de faciliter les départs des travailleurs et des jeunes. Les différentes formules qui vont se développer à partir de cette époque comme les Auberges de jeunesse (1929), le scoutisme, les camps de vacances ou encore les centres de tourisme populaire, en incitant à une forte vie communautaire (avec un règlement) et à un retour à la nature, cherchent à maintenir un projet éducatif et à encadrer les activités. De nombreux organismes (des syndicats, des associations, les comités d'entreprises après 1945) en jouant sur les prix, vont familiariser les salariés à la pratique des vacances. La volonté de dicter et d'imposer des normes d'utilisation du temps, bien que sous-jacente, demeure présente. Elle disparaîtra progressivement quand la pédagogie du temps libre commencera à conquérir les esprits.

Les régimes totalitaires et les démocraties occidentales ont ainsi déployé, à partir des années 30, un arsenal de mesures plus ou moins dirigistes pour discipliner le temps libre et pour organiser les loisirs des travailleurs. Toutefois, l'invention des nouveaux usages

---

<sup>47</sup>. On peut mesurer la popularité de cette organisation par l'augmentation du nombre des bénéficiaires. Si en 1934, 2 millions d'allemands voyagent avec cette institution, ils sont plus de 3 millions en 1935 et plus de 8 millions en 1937 (chiffres rapportés par J-C. Richez et L. Strauss, 1995). Le succès est expliqué surtout par les bas prix qui étaient proposés. Aussi spectaculaires soient ces chiffres, il convient de préciser qu'ils sont inférieurs aux objectifs arrêtés par le pouvoir allemand (14 millions).

du temps allait aussi exiger une modification profonde de la structure des revenus des ménages. Remplir le temps de déplacements et de pratiques de loisirs, c'est à dire de consommations perçues comme improductives par le corps social, supposait qu'au préalable la majorité des individus puissent répondre aux besoins les plus essentiels de l'existence. En ce sens, la démocratisation du tourisme est aussi une caractéristique de la modernité puisque, c'est à partir du moment où les contraintes de la rareté ont été réduites ou levées qu'il a été possible de faire accéder à des pratiques élitaires des couches plus importantes de population. C'est la mise en place d'une organisation du travail plus efficiente et le déploiement plus important de la force de rationalisation du capitalisme, qui ont préparé les conditions pour que puisse sauter ce dernier frein qui empêchait l'extension d'un loisir réservé jusqu'alors à une minorité privilégiée. Si les barrières mentales pour forger un nouveau mode d'appropriation du temps et si les progrès des techniques permettaient plus facilement d'abolir les contraintes de l'espace, fallait-il encore, pour que le rêve devienne accessible, que les niveaux de vie, et non plus seulement le genre de vie, de la classe des salariés progressent suffisamment. La troisième et dernière étape de l'analyse de la démocratisation de la pratique des vacances consiste à envisager cette dimension.

### II. 3 La démocratisation du tourisme, une dimension et un produit caractéristiques de "l'ère de l'opulence"<sup>48</sup>

Grâce aux données budgétaires recueillies par le pasteur anglais David Davies à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, on sait que plus de 70 % du budget d'un ménage, à cette époque, était consacré en moyenne aux dépenses de nourritures<sup>49</sup> (G. Stigler, 1954). Le niveau de

---

48. L'expression "l'ère de l'opulence" correspond à la traduction du titre de l'ouvrage de J. K. Galbraith "The affluent Society" (1959). Elle cherche à rendre compte de la transformation radicale qu'ont connue l'ensemble des pays capitalistes après-guerre. Cette exceptionnelle prospérité est caractérisée par des taux de croissance qui atteignent 5,6 % par an en moyenne pour la production industrielle et 7,3 % pour les échanges commerciaux (Michel Beaud, 1981). D'autres auteurs ont essayé de rendre compte de cette entrée dans la société de l'abondance. On peut penser en particulier à l'ouvrage de Colin Clark "Les conditions du progrès économique" (1960) ou aux ouvrages de Jean Fourastié "Les trente Glorieuses" (1979) ou "Le grand espoir du XX<sup>ème</sup> siècle" (1952).

49. L'industrialisation capitaliste au XIX<sup>ème</sup> siècle s'est déroulée dans des conditions d'exploitation extrême de la masse ouvrière. L'ouvrage de Friedrich Engels (1845) sur la situation de la classe laborieuse en Angleterre décrit les conditions de vie misérables des travailleurs. D'autres témoignages insistent aussi sur la misère ouvrière. C'est le cas du rapport du docteur Guépin (1825) qui écrit de l'ouvrier : "vivre,

développement atteint par les pays occidentaux au cours du XX<sup>ème</sup> siècle, en élevant le revenu réel par habitant à un niveau jamais atteint jusqu'avant, a bouleversé les rapports des individus aux besoins les plus élémentaires (W. Rostow, 1963). Pour le cas de la France, Robert Rochefort (1995, p. 44) souligne qu'*"entre 1950 et 1968, le niveau de vie des familles françaises a été multiplié par deux. C'est à dire qu'en termes réels, hors inflation, elles disposent d'un pouvoir d'achat deux fois plus élevé, qu'elles consomment en volume approximativement deux fois plus. Cette progression est considérable, d'autant plus qu'elle est inédite"*. Cette distribution de pouvoir d'achat a transformé les structures de consommation et les comportements des acheteurs.

Le passage d'une situation caractérisée par un état de pénurie à une situation caractérisée par une relative abondance pour la majorité de la population est l'un des traits les plus originaux qui marque l'évolution des économies occidentales à cette époque. Le progrès matériel partagé a permis de s'affranchir des contraintes et de vaincre le problème de la satisfaction des besoins élémentaires en évacuant le problème de la faim et des épidémies. Jean Fourastié dans son ouvrage "les trente glorieuses" (1979) nous signale que parallèlement à l'évolution des pouvoirs d'achat durant cette période d'après-guerre, on constate, pour le cas français, une forte réduction de l'inégalité. Il fait remarquer que *"s'est manifesté un glissement vers le haut de la répartition hiérarchique des salariés : les cadres gagnent de moins en moins par rapport au revenu national moyen par tête, mais ils sont de plus en plus nombreux"* (p. 163-164). Pour d'assez nombreuses fonctions de consommation, un rapprochement dans la nature des produits consommés et dans les habitudes de consommation a pu être repéré tout au moins dans les pays développés durant cette période (André Babeau, 1991).

Cette dynamique introduite dans l'évolution des pouvoirs d'achat était une condition nécessaire pour autoriser l'accès des couches les plus défavorisées au monde de la mobilité ludique. En effet, l'avènement des congés payés ne constituait pas un gage de solvabilité. Pour être candidat au départ, la classe ouvrière dispose encore à cette époque de moyens insuffisants. Dans les années 30, consécutivement à la crise de 1929, la montée du chômage contraint la classe ouvrière à desépargner pour faire face aux achats de nécessité et la montée de l'inflation a pour conséquence de faire fondre les économies (J-C. Richez et L. Strauss, 1990). En 1951, dans une enquête effectuée par l'INSEE dans dix-huit grandes villes de France, on constate que le principal obstacle qui contraint

---

*pour lui, c'est de ne pas mourir. Au-delà du morceau de pain qui doit nourrir lui et sa famille, au-delà de la bouteille de vin qui doit lui ôter un instant la conscience de ses douleurs, il ne prétend à rien, il n'espère rien".* (cité par M. Beaud p. 136, 1981).

les salariés à ne pas partir durant leur période de congés payés réside dans un manque de moyens financiers. Les dépenses occasionnées par le voyage se révèlent être trop lourdes pour la plupart des budgets ouvriers<sup>50</sup>. De plus, à partir des années 50, émerge la volonté chez les ouvriers d'aménager leur logement ce qui entraîne des arbitrages au niveau des dépenses effectuées (J. Fourastié, 1979). Dans cette optique, l'achat du réfrigérateur passe, dans la plupart des cas, avant le départ en vacances (A. Rauch, 1996). Si un déplacement significatif de touristes a précédé la seconde guerre mondiale<sup>51</sup> et la forte croissance économique qui lui succèdera, il faudra attendre cependant 1974 pour qu'une majorité de salariés français accède au déplacement pour l'agrément<sup>52</sup>.

La progression des niveaux de vie des ménages, surtout à partir des années 50, va modifier de manière significative les possibilités de l'accès au tourisme des couches les plus défavorisées pour deux raisons complémentaires. À la généralisation de la possession d'une voiture s'ajoute la mise en place d'une économie industrielle des loisirs et du tourisme. Ces deux éléments vont entraîner et parachever le processus de démocratisation qui était en cours.

Comme l'ont montré les théoriciens de l'école de la régulation<sup>53</sup> (Michel Aglietta et Anton Brender, 1984) sur lesquels nous reviendrons dans la troisième partie de cette thèse, après la seconde guerre mondiale s'est instauré un "compromis fordiste", à l'origine d'une croissance forte et continue. Le fordisme, que l'on peut définir comme un approfondissement du taylorisme, est un mode de production de produits standardisés. Il articule un mode d'organisation du travail fondé sur une forte parcellisation des tâches et

---

<sup>50</sup>. J-C. Richez et L. Strauss (1995) montrent que les prix des déplacements touristiques sont prohibitifs pour le monde ouvrier. En 1938, le coût d'une semaine en pension complète dans les Vosges pour une famille de quatre personnes (deux adultes et deux enfants) s'élevait à 630 francs. Sachant qu'un ouvrier qualifié de la métallurgie strasbourgeoise touchait, à la même époque un salaire qui s'élevait en moyenne à 280 francs par semaine et qu'un manoeuvre du textile de la vallée de la Bruche ne touchait pas plus de 160 francs par semaine, on comprend que partir fait encore partie d'un rêve pour la plupart des membres de la classe ouvrière à moins d'économiser fortement.

<sup>51</sup>. On estime entre six et huit millions le nombre de français ayant accédé au tourisme en 1938, soit environ 15 à 20% de la population (Pierre Py, 1992).

<sup>52</sup>. Avoir à l'esprit quelques taux de départs (c'est à dire le nombre d'individus qui ont quitté leur lieu habituel de domicile pour plus d'une journée et pour des raisons non-professionnelles rapporté à la population totale) de différents pays permet de positionner les États et de voir à partir de quelle époque s'amorce le tourisme de masse. En 1961 avec un taux de départ de 37,5 %, la France devançait l'Allemagne qui n'enregistrait que 31 % (en 1959) et l'Italie 13 % (1959). Par contre, les Pays-Bas avec 45 % (1961), la Belgique 48 % (1961), la Grande-Bretagne 58 % (1961) et surtout la Suède qui comptabilisait 72 % (1961) ont une avance significative par rapport à la France (J-C Richez et L. Strauss, 1995).

<sup>53</sup>. Cette approche théorique sera mobilisée à nouveau dans le chapitre V pour envisager la construction d'un cadre analytique susceptible de rendre compte des transformations des pratiques touristiques.

un nouveau mode de formation et d'utilisation du revenu des salariés. Ce nouveau rapport salarial assurait le maintien d'un équilibre entre le développement d'une production de masse et l'avènement d'une consommation de masse<sup>54</sup>. C'est durant cette étape que l'on assiste à la progression des taux d'équipement en biens durables, à l'extension du salariat et à la généralisation des activités de loisirs (M. Aglietta et A. Brender, 1984).

La possession d'une voiture dans les ménages va à la fois faciliter et inciter au déplacement (J. Urry, 1990). Le recours au train comme moyen de transport pour se rendre sur le lieu des vacances amorce, à partir des années 50, un déclin au profit de la voiture<sup>55</sup>. Progressivement, le déplacement estival prend l'allure d'une grande transhumance saisonnière en automobile. Les vacances se structurent en un fait de société.

Parallèlement à l'importance que va jouer l'automobile dans le caractère massif que prend le tourisme, la tendance à l'élévation générale des niveaux de vie va, d'une autre manière, modifier les usages du temps libre. À partir des années 50, la place qu'occupe la marchandise comme support à la détente dans le budget des ménages est sans précédent dans l'histoire<sup>56</sup>. La naissance d'une industrie du divertissement et des loisirs, en rendant accessible la consommation d'objets industriels standard ou l'achat de prestations de services, va bouleverser les structures de consommation et les modes d'occupation du temps libre. Le processus qui s'est déroulé dans le domaine des loisirs en général et du tourisme en particulier peut être analysé comme une phase d'extension des rapports

---

<sup>54</sup>. Comme l'indique R. Rochefort (1995), "*le point d'équilibre s'obtient lorsque le gain de pouvoir d'achat est suffisant pour alimenter la demande solvable en biens de consommation et lorsque le profit l'est également pour assurer l'investissement*" (p. 64).

<sup>55</sup>. Joffre Dumazedier constate qu'entre 1951 et 1957 les déplacements par le train diminuent de 60 % à 47 % alors que l'automobile est plus prisée (on passe de 24 % à 41 %). Par la suite, le recours au train ne fait que reculer en termes relatifs au profit de l'utilisation de la voiture (A. Rauch, 1996).

<sup>56</sup>. Par exemple, pour le cas de la France, on constate que la part des dépenses consacrées aux achats de culture et de loisirs (l'un des huit postes retenus dans la décomposition de l'INSEE) occupe une place de plus en plus prépondérante dans le budget des ménages. Mesuré en volume par tête, le taux de croissance annuel du poste "culture-loisirs" (tel qu'il est défini par la comptabilité nationale) est de 5,5 % entre 1963 et 1973 alors que sur la même période le taux de croissance de la consommation totale n'est que de 4,3 %. De même entre 1973 et 1979, les dépenses consacrées à la culture et aux loisirs ont augmenté en volume de 6,1 % pendant que le taux de croissance de la consommation totale s'élevait à 3,05 % (N. Herpin et D. Verger, 1988). Cette tendance d'une croissance beaucoup plus rapide à long terme de la part consacrée aux dépenses de loisirs au sein de la consommation totale est un des traits marquants de l'évolution de la consommation dans nos sociétés contemporaines. Certains auteurs se sont penchés sur les transformations du système social et ont perçu le rôle et la place croissante que tenaient et qu'allaient tenir les loisirs dans la structuration de la société. À cet égard, ils préfèrent qualifier la société de "société post-industrielle". Ce type de position se trouve au coeur des ouvrages de David Riesman (1958), Daniel Bell (1973) ou plus récemment du philosophe Gilles Lipovetsky (1983).

marchands pour des activités qui jusqu'ici y avaient échappés. Fabriquer dans le cadre d'une organisation productive des produits touristiques et réfléchir à la mise en place d'approches industrielles des loisirs a eu pour conséquence d'introduire une rupture dans l'histoire de l'évolution des formes du tourisme. L'entrée dans "l'ère de l'opulence" s'est traduite par la mise sur le marché de produits venant combler et utiliser le temps libéré. La pratique touristique est devenue un fait de consommation. Marc Boyer (1980) précise qu'avec cette émergence du produit touristique dans la consommation, l'évolution du tourisme n'est plus essentiellement guidée par l'imitation des modèles aristocratiques mais répond à d'autres logiques plus complexes. Cette transformation en marchandise<sup>57</sup> d'une activité libre de l'homme correspond au ressort final de l'activité économique dans une société capitaliste, à savoir chercher à répondre aux différents besoins ou désirs de la population.

Pour conclure sur ce point, on peut dire que la démocratisation du tourisme qui s'est produite après la deuxième guerre mondiale, ne peut se réduire à une simple extension quantitative d'une pratique réservée jusqu'alors à l'élite. L'inscription du temps libre des individus dans un rapport étroit avec le travail a eu en particulier pour conséquence de redéfinir les modalités d'utilisation du temps vacant et les usages qu'il fallait lui donner. De ce fait, cette conquête sociale du tourisme doit être appréhendée plutôt comme une rupture qui a profondément bouleversé l'univers des vacances tant dans les usages que dans les représentations que les acteurs ont pu en avoir. Ce processus a été rendu possible par la conjonction de plusieurs facteurs qui tous, ont contribué à faire du tourisme un fait de société. L'extension du temps libéré au cours de la semaine puis au cours de l'année, l'avènement des loisirs et le déclin progressif de la valeur travail se sont conjugués à la révolution technique des transports et à l'explosion des gains de productivité qui autorisait la progression des niveaux de vie. La classe de loisir décrite par Veblen a forgé dans une première étape des modèles d'utilisation du temps qui ont contribué à définir les contours

---

<sup>57</sup>. Cette idée qu'avec le système de production capitaliste le marché envahit toutes les relations sociales et transforme en marchandise des activités qui n'avaient pas, par essence, de raisons de l'être n'est pas neuve et a suscité de nombreuses critiques surtout de la part des auteurs d'obédience marxiste. Karl Marx lui-même soulignait déjà dans le Capital (1985) que "*le monde moderne se présente comme une immense accumulation de marchandises*" (p. 41). Cette approche se retrouve au coeur de l'analyse développée par Karl Polanyi dans "la grande transformation" (1983). Ce dernier explique les dangers qui peuvent découler de l'extension irréfléchie de la logique marchande pour des réalités qui exigeraient d'autres types de régulation. La transformation de la substance naturelle et humaine de la société en marchandises est un facteur qui entraîne la destruction du corps social. C'est aussi une thèse défendue par André Gorz (1988) qui précise que "*le temps consacré à la musique, à l'amour, à l'éducation, à l'échange d'idées, au réconfort d'un malade, à la création, etc., est le temps de la vie elle-même, il n'a pas de prix auquel il puisse être vendu ou acheté*".(p. 282).

qu'allaient prendre les pratiques touristiques. La disparition de cette classe, loin d'entraîner la mort de l'agrément associé à la mobilité, a impulsé un mouvement massif, multiforme et sans précédent, de départ en vacances. En ce sens, le XX<sup>ème</sup> siècle a érigé en phénomène de société une réalité qui, dans les siècles passés, était marginale aussi bien quantitativement que dans l'attention qu'on lui accordait<sup>58</sup>.

Face à l'ampleur avec laquelle le tourisme s'est répandu dans l'ensemble des couches de la société et face à l'extension significative de la demande de loisirs, le besoin de comprendre l'émergence de cette figure nouvelle s'est fait sentir. Plusieurs auteurs, appartenant à des champs de recherches différents, ont développé des analyses susceptibles d'éclairer les raisons qui fondent cette migration temporaire. Notre objectif, dans la dernière partie de ce chapitre, n'est pas de passer en revue l'ensemble des travaux qui ont eu pour fonction d'apporter des éléments pouvant expliquer l'apparition massive du tourisme. Cette démarche serait à la fois fastidieuse et d'un intérêt limité. Notre projet est plutôt d'effectuer un examen critique des principales thèses que l'on peut rencontrer dans la littérature théorique. Cet inventaire des arguments récurrents aura pour mérite à la fois de balayer et de repérer les grandes approches qui ont investi ce domaine de recherche et de montrer parallèlement que le tourisme est un objet d'investigation complexe qui articule différentes dimensions. Ces approches ne sont pas forcément antinomiques et il convient, plutôt que de les envisager comme opposées, de les considérer comme autant d'éclairages partiels et complémentaires.

---

<sup>58</sup>. Le tourisme, en tant qu'objet de réflexions et de recherches systématiques, est apparu au XX<sup>ème</sup> siècle au moment où il commence à toucher la société dans sa globalité. Concernant les voyages et les déplacements motivés par l'agrément des autres époques, les seuls recours pour tenter d'en rendre compte se trouvent, pour l'essentiel, dans les belles-lettres.

### Section III : Les différents types d'explications à la croissance de la demande touristique

Si disposer de temps libre et de ressources sont des conditions indispensables pour prétendre devenir un candidat au voyage, elles ne sont pas pour autant suffisantes. D'autres scénarios concernant l'utilisation que feraient les individus des plages de temps libéré avaient d'ailleurs été envisagés par certains intellectuels au siècle précédent. Au XIX<sup>ème</sup> siècle, le sociologue Frédéric Le Play (1806-1882) avançait l'idée que la libération du temps allait constituer un formidable moyen pour renforcer la spiritualité des travailleurs. Les pratiques culturelles, contrariées par la suppression du repos dominical, devaient sensiblement s'accroître par l'apparition d'un temps non-contraint. Frédéric Engels (1820-1895), économiste et compagnon de Marx, envisageait pour sa part que le travailleur utiliserait vraisemblablement son temps libre pour chercher à améliorer son sort. L'activisme politique occuperait le temps non-aliéné. Si ces hypothèses pour un homme du siècle passé étaient loin d'être infondées, il pourrait aujourd'hui paraître naïf de soutenir de tels propos<sup>59</sup> et d'écarter l'idée d'un individu animé par "la civilisation des loisirs" (J. Dumazedier, 1962). Le temps libre, contrairement à ce qui avait pu être prévu, a été investi massivement dans des pratiques de loisirs et de tourisme. Robert Rochefort (1995) va jusqu'à expliquer que le poste de consommation "loisirs et vacances" est aujourd'hui "*un poste à fort sentiment de restriction*<sup>60</sup> (...) *doublé d'un désir de consommation plus important encore*" (p. 235). Ceci revient à dire que l'occupation du temps disponible par des pratiques touristiques ou des loisirs n'est en aucun cas un moment passager ou transitoire qui laissera place dans un avenir proche à un retour significatif et massif des pratiques religieuses ou politiques. Il semble bien, au contraire, que la prégnance des loisirs et du tourisme dans les modes de vie est une tendance de fond

---

<sup>59</sup>. On peut vérifier la tendance générale à l'effondrement de la pratique religieuse dans les sociétés occidentales (Luc Ferry, 1996). Aujourd'hui, en France, si 82 % de la population se déclarent de religion catholique, moins de 10 % assistent de manière régulière à la messe dominicale (Eric Maigret, 1990). De même, on peut constater en étudiant des enquêtes de budgets-temps que les pratiques de l'engagement politique au sens large en France n'occupent jamais plus de 5% du temps libre (Joffre Dumazedier, 1990).

<sup>60</sup>. Il définit le sentiment de restriction comme étant un état caractérisé par une insatisfaction ou une privation. Le CREDOC en France tente d'évaluer ces restrictions. Selon lui, le marché des loisirs et des vacances est un marché particulièrement porteur puisqu'aucune lassitude n'apparaît lorsque le consommateur achète ce type de produit (R. Rochefort, 1995).

qui s'installe durablement<sup>61</sup>.

Différents auteurs appartenant au champ des sciences sociales ont essayé d'élaborer des schémas explicatifs capables de rendre compte de l'avènement, significatif et global, de la figure du loisir au sein de la société. Cette figure prendra comme forme principale, la pratique touristique. Passer en revue les arguments développés par ces auteurs est une étape importante et nécessaire pour approcher les différentes dimensions constitutives de la pratique touristique. Avant d'aborder les thèses relevant du courant marxiste et celles qui cherchent à lier l'émergence du tourisme à la logique de la distinction, nous présenterons les analyses que proposent les économistes. Ces derniers fondent principalement leur explication du poids croissant des consommations à caractère touristique dans les budgets des ménages en mobilisant la loi des dépenses formulée par le statisticien allemand Engel.

### III. 1 L'approche technico-économique de la croissance des besoins et de la demande touristique

La plupart des travaux<sup>62</sup> à caractère économique qui cherchent à expliquer l'émergence significative, dans les modes de vie des individus et dans la structure des budgets, de la consommation de biens ou services touristiques, s'appuient généralement sur la loi économique de la transformation des dépenses qualifiée de "loi d'Engel". Cette loi n'est en aucune façon un outil d'analyse spécifique à la consommation touristique. Elle constitue plutôt une explication globale de la tertiarisation croissante de la demande finale des ménages. Précisons les termes de cette loi et comment elle peut devenir le support d'une explication de la "touristification" des sociétés modernes.

Le statisticien allemand Ernst Engel (1821-1896) fait remarquer dans ses travaux parus

---

<sup>61</sup>. C'est le cas en particulier des analyses de Daniel Bell (1973), Joffre Dumazedier (1962), Jacques Attali (1990), Georges Cazes (1989), etc. La plupart des auteurs qui écrivent sur le tourisme défendent cette position. Toutefois, certains auteurs (une minorité) proposent des approches originales en se fondant sur l'idée d'une disparition à terme des loisirs et du tourisme ou tout au moins de la réduction de leur importance dans les aspirations et attentes des individus. Jean Fourastié (1979) écrit par exemple qu' "*au jour, sans doute prochain, où le travail sera rationné, le besoin de loisirs fera place au besoin de travail*" (p. 123).

<sup>62</sup>. Les analyses dans le domaine du tourisme faisant référence à cette loi sont nombreuses. On peut citer par exemple les études de K. Krapf (1964), de P. Py (1986) ou encore de J. Stafford (1996). C'est aussi cet outil d'analyse qui est au coeur de l'ouvrage de Daniel Bell (1973) pour expliquer la tertiarisation des sociétés occidentales.

en 1857<sup>63</sup> qu'il était possible de faire apparaître une liaison entre les dépenses consacrées à la nourriture et le revenu d'un individu (Nicolas Herpin et Daniel Verger, 1988). Il en tire une loi<sup>64</sup> (la loi n°1) qui s'énonce ainsi : "*la proportion des dépenses de nourriture diminue quand le revenu augmente*"<sup>65</sup>. En 1875, Carroll Wright, responsable des statistiques sur le travail aux États-Unis, reprend les travaux d'Engel et établit trois autres lois sur l'évolution des dépenses des ménages qu'il nomme aussi lois d'Engel par référence aux travaux du théoricien allemand. La troisième loi (loi n°4) qu'il tire est une régularité d'un autre type qui établit que "*lorsque le revenu s'accroît, le pourcentage des dépenses diverses s'accroît*"<sup>66</sup>. Il entendait par "dépenses diverses", l'ensemble des achats consacrés à l'outillage, à l'éducation, à la santé et aux services domestiques, il y ajoutait les frais fiscaux (N. Herpin et D. Verger, 1988). Wright oublie d'intégrer dans ce poste de consommation les dépenses occasionnées par les déplacements motivés par l'agrément ou plus généralement par les activités de loisir. Des constats statistiques d'Engel et de Wright, on a obtenu une loi globale quant à l'évolution de la structure des dépenses des ménages. Il est possible de la formuler en ces termes : "*Avec des revenus croissants, la part relative des dépenses pour les besoins vitaux dans les dépenses totales d'une unité de consommation diminue, alors que celle consacrée aux besoins non-vitaux augmente*" (K. Krapf, 1964, p. 13). Ce constat statistique transformé en loi économique sera repris par la théorie économique standard pour servir de fondement à l'analyse de la demande et à la classification des biens (G. Abraham-Frois, 1988).

Ainsi, cette loi, qui d'ailleurs entre en accord avec la théorie des motivations du consommateur développée par Maslow<sup>67</sup>, permet d'expliquer les raisons pour lesquelles

---

<sup>63</sup>. Son ouvrage majeur s'intitule; "les conditions de la production et de la consommation du royaume de Saxe".

<sup>64</sup>. Cette loi avait été obtenue en s'appuyant sur des données statistiques.

<sup>65</sup>. À cet égard, David Ricardo (1772-1823) écrivait déjà dans ses "Principes d'économie politique et de l'impôt" (1992) que "*Le progrès de la société s'accompagnant toujours d'une baisse de la valeur des marchandises manufacturées et d'une hausse de la valeur des produits bruts, il se creuse, à la longue, un tel écart entre les valeurs relatives de ces deux types de biens qu'un travailleur d'un pays riche peut largement satisfaire tous ses autres besoins en ne sacrifiant qu'une faible quantité de nourriture*" (p. 118). C'est, en quelque sorte, une préfiguration de la loi d'Engel.

<sup>66</sup>. En langage moderne, on parlerait de poste de consommation pour lesquels les biens ont une élasticité revenu supérieure à un, c'est à dire que leur consommation croît plus vite que le revenu.

<sup>67</sup>. La théorie des motivations du consommateur de A. H. Maslow est une théorie à caractère psychologique qui a été développée au milieu des années 40. A. H. Maslow proposait de distinguer cinq niveaux successifs et hiérarchisés de besoins qui régissent le comportement de l'homme (besoins physiologiques, besoin de sécurité, besoin d'appartenance, besoin d'estime, besoin de s'accomplir). L'idée qui est au centre de cette théorie consiste à dire qu'il n'est possible de satisfaire un besoin qu'à partir du

l'augmentation des revenus réels s'est traduite par une augmentation sensible de la part du revenu consacrée aux dépenses de loisir et de tourisme dans les sociétés occidentales. Pour le cas de la France, Jean Fourastié (1979) rend compte de ce changement majeur intervenu dans la structure de la consommation des ménages<sup>68</sup> en écrivant qu' "*Aujourd'hui, éclatent partout les signes d'une véritable explosion des budgets de loisirs. Chaque année, les vacances jettent sur les routes des masses d'hommes et de femmes quatre fois plus nombreuses que ne le fit la mobilisation générale du mois d'août 1914*" (p. 118). Sans être l'unique cause de l'extension du nombre de candidats à la migration touristique, la loi d'Engel fournit un cadre d'explication intéressant. Ce serait l'élévation générale des niveaux de vie consécutive à la forte croissance économique des sociétés occidentales qui aurait permis la satisfaction d'un besoin auquel les hommes, pour des raisons essentiellement économiques, avaient jusque-là accepté de renoncer. Toutefois, l'examen de cette loi suscite quelques remarques.

— Tout d'abord, elle n'établit qu'une relation fonctionnelle et mécanique entre la variation du revenu et des quantités de biens ou services consommés. Rien n'indique a priori que l'augmentation des revenus va se traduire automatiquement par l'augmentation des dépenses au profit du poste loisirs et tourisme. D'autres types de dépenses peuvent être effectués et le canal de l'épargne peut être emprunté<sup>69</sup> par le consommateur. De plus, si véritablement, la consommation de biens dits supérieurs, c'est à dire ceux dont la consommation augmente relativement plus vite que le revenu, dépend essentiellement de la contrainte financière des individus comme tend à l'énoncer cette loi, une diminution du revenu devrait avoir pour conséquence la diminution des achats de ce type de biens. Pourtant, au regard de certaines données concernant les pratiques touristiques, il semble bien que ce ne soit pas le cas. André Rauch (1996, p. 192) fait en effet remarquer pour le

---

moment où le besoin qui le précède immédiatement a été satisfait (R. Rochefort, 1995, P. Bernoux, 1985). Cette approche s'articule correctement avec la loi d'Engel et pourrait servir d'explication à l'importante croissance des dépenses touristiques constatées. Une fois les besoins physiologiques satisfaits, si les revenus poursuivent leur croissance, on peut envisager de les utiliser par exemple pour satisfaire des besoins d'accomplissement. Les loisirs et le tourisme prennent dans ce cadre toute leur place.

<sup>68</sup>. La croissance des dépenses de loisirs à cette époque n'est que l'un des éléments qui participe à la tertiarisation de la demande finale.

<sup>69</sup>. La science économique dispose, à cet égard, d'une autre loi théorique sur la consommation, appelée loi psychologique fondamentale de Keynes (1969). Sans forcément entrer en contradiction avec la loi d'Engel, la loi de Keynes expose l'idée selon laquelle les hommes sont disposés, en général, à accroître leur consommation lorsque leurs revenus augmentent mais ils le font dans une proportion moindre que celle de l'accroissement de leur revenu. Par conséquent, l'augmentation des niveaux de vie peut ne pas signifier l'augmentation des dépenses pour des biens dits supérieurs.

cas de la France que "*les difficultés économiques n'ont qu'une incidence relative sur la décision des Français de prendre des vacances*". En fait, ces derniers bouleversent complètement la structure de leurs achats<sup>70</sup> et se mettent "*à réduire leurs dépenses d'habillement, d'équipement électroménager, d'alimentation, mais ils ne s'en prennent pas à leur budget-loisir*" (p. 192). Par conséquent, si cette loi apporte un élément d'explication sur la déformation de la structure des dépenses, elle ne rend pas compte de manière satisfaisante du processus d'émergence des produits à caractère touristique ou de loisir.

— Pour aller plus loin mais en restant dans le même ordre d'idée, on peut ajouter que cette loi présente une portée explicative relativement faible car elle constate un état de fait, à savoir l'augmentation de la part des produits de luxe ou biens supérieurs dans le budget des ménages, sans finalement fournir d'explications approfondies sur les causes du comportement du consommateur. L'approche économique traditionnelle, que nous envisagerons dans le chapitre suivant, en postulant l'unité de la nature humaine et des besoins qui lui sont associés, se prive de la possibilité d'aborder de manière non réductrice la formation des choix et l'évolution des modes de consommation. En réduisant le consommateur à un homo-oeconomicus qui fixe ses choix, entre des biens ou des services marchands plus ou moins rares, en fonction de leurs prix et de sa "carte de préférence", l'approche économique évacue toute idée de stratégie de consommation. Les apports de la nouvelle théorie économique du consommateur développée par Kelvin J. Lancaster (1966) ou Gary Becker (1965) ainsi que les travaux menés par certains sociologues (Pierre Bourdieu, 1969, 1979), en introduisant d'autres dimensions que le prix ou le revenu dans l'analyse de la consommation, vont renouveler et enrichir l'approche de la consommation de biens à caractère culturel (Xavier Dupuis et François Rouet, 1986). Toutefois, multiplier les déterminants de la demande afin d'élaborer un cadre explicatif plus pertinent ne permet pas (ou mal) de comprendre la croissance significative des pratiques touristiques d'après-guerre. L'analyse économique

---

<sup>70</sup> La théorie économique a essayé de rendre compte de cet état de faits. La théorie de l'effet de cliquet de J. Duesenberry (1949) cherche à montrer que la consommation dépend du revenu de la période mais aussi du revenu le plus élevé qui ait été atteint dans le passé. Ainsi, le fait d'avoir bénéficié d'un revenu plus élevé à un moment donné modifie définitivement les habitudes de consommation. Ce sont également les habitudes qui sont au coeur de la théorie formulée en 1952 par T.-W. Brown (G. Abraham-Frois, 1995). Dans sa théorie des phénomènes d'inertie dans la consommation, il explique que la consommation d'une période *t* dépend de la consommation de la période antérieure. Par la mise en évidence de l'existence d'un "effet mémoire", ces auteurs démontrent la présence d'une irréversibilité relative dans les modes de consommation.

traditionnelle<sup>71</sup>, en négligeant l'inscription de cette réalité qu'est l'avènement du tourisme dans des cadres temporels et socio-historiques particuliers, se révèle par conséquent d'un apport limité.

— De plus, en approfondissant l'analyse de la loi d'Engel, on se rend compte que le type de consommation effectué va se modifier au bénéfice de biens ou services qui répondent à des besoins secondaires ou tertiaires si et seulement si le revenu croît. Or la croissance des revenus est imputable aux gains de productivité obtenus (Jean Fourastié, 1979, Michel Aglietta et Anton Brender, 1984). Le lien que l'on peut établir entre la croissance de la productivité des facteurs et la déformation de la structure des dépenses peut donner naissance à une lecture originale et enrichie de cette loi. Le progrès technique et organisationnel aurait pour conséquence, par la rationalisation des modes de production des biens et services qu'il génère, à la fois de libérer du temps et de faire émerger une nouvelle classe de consommateurs potentiels. Cette approche qui relie et fait découler la consommation de biens et services futiles du processus d'accumulation est déjà présente dans le pamphlet de Paul Lafargue, "Le droit à la paresse" (1994). En effet, ce dernier écrit : "*En présence de cette double folie des travailleurs, de se tuer au surtravail et de végéter dans l'abstinence, le grand problème de la production capitaliste n'est plus de trouver des producteurs et de décupler leurs forces mais de découvrir des consommateurs, d'explicitier leurs appétits et de créer des besoins factices*"<sup>72</sup> (p. 39). Lafargue prend conscience que le loisir va devenir un support qui pourra être une source de profits, un espace que va conquérir la logique marchande. Considérer l'émergence du fait touristique sous cet angle revient à envisager la consommation de produits touristiques comme déterminée par la seule sphère technico-économique. Cette consommation apparaît comme une variable de second plan dont on ne cherche pas véritablement à cerner les différentes dimensions qui peuvent la constituer. Finalement, le développement des dépenses de loisirs et de tourisme au sein des sociétés occidentales s'expliquent, dans cette optique, par des arguments essentiellement d'ordre économique.

Aussi éclairante soit cette approche, elle semble réductrice et provocante par le fait de

---

<sup>71</sup>. D'autres courants de l'analyse économique, comme l'école de la régulation en France (R. Boyer, 1986), ont développé des approches qui privilégient une lecture de l'économie qui insiste sur un repositionnement des variables économiques dans des cadres historiques et sociaux précis. Ces analyses seront mobilisées dans la dernière partie de la thèse.

<sup>72</sup>. Par certains côtés, les positions défendues par Paul Lafargue sur l'importance que revêt la consommation pour assurer la pérennité du système préfigurent les développements théoriques que tiendra Keynes dans la théorie générale (1969).

ne retenir que des considérations liées à la progression des niveaux de vie. D'autres courants de pensées ont cherché à privilégier d'autres types d'explication. C'est le cas, en particulier, des travaux qui insistent sur le fait que le tourisme et les loisirs sont l'un des principaux facteurs de désaliénation du monde moderne. Appartenant au courant d'analyse marxiste, ces recherches proposent un éclairage original. Nous nous contenterons d'en présenter les axes essentiels.

### III.2 L'approche marxiste de la croissance des besoins et de la demande de tourisme

Selon le courant de pensée marxiste, le système de production capitaliste inflige à l'individu, dans le cadre de l'organisation du travail, des cadences répétitives et peu épanouissantes (les modes de production tayloriste et fordiste). En outre, il réclame un mode de vie fondé sur l'accélération des rythmes de vie et sur l'éclatement des réseaux sociaux traditionnels. En ce sens, l'apparition du tourisme et des loisirs au sein de la civilisation moderne, c'est à dire l'apparition d'un temps profondément improductif à certaines périodes de la semaine, de l'année ou de la vie, peut être appréhendée comme un ressourcement nécessaire, comme un temps de récupération que le système productif doit octroyer à l'individu pour que ce dernier se régénère et pour qu'il se délivre de la fatigue et des nuisances croissantes apportées par la société industrielle. L'augmentation du temps libéré et le type d'utilisation qui en est fait participent, dans cette optique, à la reconstitution de la force de travail. C'est en quelque sorte un coût que le système capitaliste doit supporter.

Plusieurs auteurs sociologues ou économistes développent ce point de vue. Parmi eux, Jost Krippendorf (1985, 1987), économiste à l'université de Berne, fait figure de référence dans le domaine. Sa position est directement inspirée de la grille marxiste d'analyse des sociétés. Il reprend la théorie qui présente le fonctionnement d'une société comme l'articulation d'une infrastructure économique et d'une superstructure constituée par "*les formes juridiques, politiques, religieuses, artistiques ou philosophiques*" (Jean Boncoeur et Hervé Thouement, 1989, p.169). Dans cette optique, il analyse le tourisme comme l'un des éléments de la superstructure du mode de production capitaliste. Précisons sa pensée.

J. Krippendorf estime tout d'abord que "*De nos jours, le besoin de voyager est surtout*

*créé par la société et marqué par le quotidien. Les gens partent parce qu'ils ne se sentent plus à l'aise là où ils sont : là où ils travaillent et là où ils habitent. Ils éprouvent un besoin urgent de se défaire temporairement du fardeau des conditions habituelles de travail, d'habitat et de loisirs, afin d'être en état de reprendre par la suite. De plus en plus, le travail est mécanisé, fonctionnalisé et déterminé en dehors de leur volonté. Ils ressentent dans leur être la monotonie du quotidien, la rationalité froide des usines, des bureaux, des immeubles d'habitation et de l'infrastructure routière, l'appauvrissement des rapports humains, le refoulement des sentiments, la dégradation de la nature et la perte du naturel. Pour un grand nombre de personnes, ces réalités constituent les grands déficits du quotidien, où l'existence semble réduite à sa plus simple expression. Elles engendrent le stress, l'épuisement physique et psychique, le vide intérieur et l'ennui. Pour trouver une compensation, à tout ce qui manque dans notre quotidien, à ce que nous avons perdu ou à ce qui a disparu, nous partons, nous voulons nous affranchir de la dépendance sociale, nous déconnecter et refaire le plein d'énergie, goûter notre indépendance et la libre disposition de notre être, nouer des contacts, trouver le repos, vivre la liberté et chercher un peu de bonheur. En fait, nous partons pour vivre, pour survivre. Ainsi, le grand exode des masses qui caractérise notre époque est la conséquence des conditions engendrées par le développement de notre société industrielle" (1987, p. 10-11).*

Les vacances semblent apporter tout ce qui fait défaut dans le temps hors vacances, elles sont source de désaliénation, elle permettent de reconstituer les forces physiques et mentales. Il précise que *"si le tourisme, complice de notre évasion, n'existait pas, il faudrait construire des cliniques et des sanatoriums où l'être humain se remettrait de la fatigue du quotidien. Il exerce un effet stabilisateur non seulement sur l'individu, mais aussi sur toute notre société et son économie"* (1987). En fait, ce déplacement ne serait que la conséquence d'un malaise profond ressenti par l'homme moderne. En cela, l'homme n'est pas né touriste, il le devient par la force des choses. Il nous explique que le grand exode des masses qui caractérise notre époque est la conséquence des conditions engendrées par le développement de nos sociétés industrielles.

Mais pour autant, selon J. Krippendorf (1987), cette libération du temps ne renvoie pas à la libération de l'homme puisque *"une industrie du divertissement et du plaisir en expansion permanente prend entièrement en charge notre besoin de loisirs et de vacances"* (p. 39). Cette industrie crée à la fois les satisfactions, les désirs et les souhaits. Finalement, la force du capitalisme parvient même à diriger nos séquences de temps libre et en faire des espaces de profitabilité. Le temps libre, tel qu'il se dessine dans notre

société, serait en fait une illusion. *"Tout le système s'organise en une sorte d'alternance que l'on pourrait appeler le cycle de reconstitution de l'être humain dans la société industrielle : nous partons pour recharger nos batteries, pour reconstituer nos forces physiques et mentales. Pendant notre escapade, nous consommons le climat, la nature et le paysage, et la culture et les êtres humains des régions visitées, que nous avons transmutés en "espaces thérapeutiques". Puis, nous retournons chez nous, plus ou moins en forme pour braver le quotidien pendant quelque temps, jusqu'à la prochaine fois"* (1985, p. 175). C'est à une *"humanisation"* du voyage que nous invite J. Krippendorf. Reprenant la position de K. Marx pour qui le loisir *"est une activité libre ayant sa fin en elle-même"* (M-F. Lanfant, 1972, p. 40), il veut transformer le temps libre en une libre manifestation de soi et non en un instrument à l'origine de nouvelles sources d'exploitation.

Pour résumer, on peut dire que la figure du loisir, historiquement et socialement déterminée, occupe dans le système productif capitaliste et dans ce cadre de pensée une double fonction.

— Elle assure la reconstitution de la force de travail. C'est un rôle compensateur.

— Elle peut être à l'origine de nouveaux besoins solvables. C'est un rôle de débouché.

Cette approche qui consiste à envisager le tourisme comme un régénérateur du corps social, comme un palliatif aux excès du capitalisme se retrouve, avec des positions plus tempérées, dans certains travaux de sociologues contemporains. On peut penser aux analyses sur le tourisme et les loisirs développées par Joffre Dumazedier (1962) ou aux travaux plus récents de Jean-Didier Urbain (1994). J. Dumazedier envisage le loisir comme une pratique ayant quatre grandes caractéristiques. Résultant d'un libre choix, le loisir n'est soumis à aucune fin lucrative, il se fonde sur la recherche du plaisir et surtout répond aux besoins de l'individu. Dans cette optique, le loisir apparaît à la suite d'un conflit entre les besoins personnels et les exigences sociales. Il vient apaiser, en quelque sorte, cette divergence. L'analyse que propose Urbain des mœurs et coutumes balnéaires s'inscrit également dans cette perspective. Il envisage la plage comme le support de la liberté, de la régénération, comme un univers hors du monde où *"les règles du jeu social se brouillent et paraissent s'abolir"* (1994, p. 40).

Bien qu'éclairante au regard de la position que nous avons défendue dans le premier chapitre, cette approche peut faire l'objet de certaines remarques. Comme nous l'avons indiqué dans le chapitre précédent, le tourisme moderne est une des caractéristiques de la mise en place des sociétés industrielles et urbaines, pour autant, il nous semble que réduire l'avènement du tourisme à un déterminisme aussi strict est une position excessive. J. Krippendorf n'analyse pas, par exemple, les conséquences et les enjeux de l'émergence d'une société de services sur les formes et le rôle joué par les pratiques touristiques. Exagérant le primat des rapports sociaux sur l'individu, il en fait un être totalement dirigé par la sphère productive et au service du capitalisme. Si au début de l'industrialisation, le temps libre prenait surtout la forme d'un temps nécessaire à la reconstitution de la force de travail, les travaux des historiens (A. Corbin, 1995) nous ont montré que progressivement sont apparus "des temps dérobés" qui se sont trouvés investis d'autonomie et de liberté. Ces temps ont été, dans bien des cas, au fondement de l'invention de certains usages de temps libre (la pêche, le bricolage, ...). De plus, J. Krippendorf ne semble pas avoir pris en considération les transformations des rapports que les individus entretiennent avec le temps et les aspirations croissantes pour un temps à soi et pour certaines formes d'autonomie. En effet, faire de la libération du temps la base d'un nouveau marché sur lequel il est possible de développer des activités est excessif. On peut rétorquer à cette analyse que s'il est possible de croire à une relative structuration de la consommation touristique par les acteurs de l'offre à certaines étapes du développement du tourisme de masse, il semble beaucoup plus problématique, au regard des faits, de pouvoir l'envisager au commencement de ce développement ou dans les pratiques contemporaines. En effet, si l'on observe la majeure partie du flux touristique d'après-guerre, on constate qu'il est constitué d'une part importante de touristes qui ont séjourné chez des amis ou des parents. En 1964, on en comptabilisait 45% (Joffre Dumazedier, 1992). Si la consommation touristique est composée pour l'essentiel de services non-marchands, il paraît difficile dans ces conditions d'expliquer les migrations d'après-guerre comme relevant essentiellement d'une stratégie industrielle. Finalement, il inscrit les vacances dans l'histoire de l'exploitation et de l'aliénation sans percevoir que les vacances disposent elles-mêmes d'une histoire. L'examen de la figure du temps libre nous renseigne pourtant sur l'émergence de formes de diversification et d'autonomisation des temps sociaux.

### III. 3 L'approche véblennienne de la croissance des besoins et de la demande de tourisme, la logique de la distinction

Déjà mobilisée dans le premier chapitre, l'approche développée par l'américain Thorstein Veblen dans "la théorie de la classe de loisir" (1970) apporte une analyse originale de la diffusion et de l'émergence, à travers les différentes classes de la société, d'un modèle de comportement de consommation. Son ouvrage est considéré généralement comme la première contribution théorique sur les loisirs. Le chapitre III de la thèse confirmera d'ailleurs la place qu'occupe la pensée de Veblen dans les théories économiques.

Veblen nous explique que la classe de loisir est perçue comme la classe supérieure de la société, celle qui est admirée, celle à laquelle chacun désirerait un jour appartenir. Les raisons sont à chercher dans les aspects les plus profonds de la nature humaine. La classe de loisir parce qu'elle a su conquérir la richesse par la force et en faire étalage, a obtenu de la communauté la dignité. En effet, selon T. Veblen, parvenir à atteindre un certain niveau conventionnel de richesses a pour conséquence de vous amener la considération des autres. Pour lui, un des traits forts qui régit tout type de société et qui stimule un certain nombre d'activités, c'est la volonté qu'ont les individus de rivaliser et de se comparer à autrui. Il résume cette idée en écrivant que "*toute classe est mue par l'envie et rivalise avec la classe qui lui est immédiatement supérieure dans l'échelle sociale, alors qu'elle ne songe guère à se comparer à ses inférieures, ni à celles qui la surpassent de très loin*" (1970, p. 69). C'est la classe de loisir qui sert de référent, son modèle de consommation composé de loisirs et de biens ostentatoires s'érige en norme. Il écrit que "*le critère du convenable en matière de consommation, et il vaut partout où joue quelque rivalité, nous est toujours proposé par ceux qui jouissent d'un peu plus de crédit que nous-mêmes.(...)* C'est à cette classe (celle de loisir) qu'il revient de déterminer, d'une façon générale, quel mode de vie la société doit tenir pour recevable ou générateur de considération" (1970, p. 69). S'instaure dans la société un processus d'imitation des pratiques et des dépenses de cette classe. On cherche, à condition que les ressources disponibles soient suffisantes, à copier les usages de la classe de loisir car ces usages sont considérés comme relevant de l'honorabilité.

On peut penser qu'un tel processus a joué un rôle, au moins partiel, dans la diffusion des pratiques touristiques au lendemain de la guerre. Singer les aristocrates et les suivre

dans leurs nombreuses pérégrinations a nécessairement participé de cette logique du mimétisme. Cette large diffusion du goût pour les vacances n'a pas entraîné un nivellement des modes de consommation. Bien au contraire, la survie et la raison d'être de la classe de loisir reposent sur une logique de la distinction. Cette logique constitue le plus infatigable des moteurs de la vie économique. Elle instaure une dynamique de la consommation. Un rattrapage des niveaux de vie et une démocratisation des pratiques aura pour conséquence de modifier le contenu des dépenses ostentatoires ou la manière dont elles seront consommées.

Certains travaux contemporains comme ceux de Jean Baudrillard (1970, p. 249) s'inscrivent dans l'approche développée par Veblen. Baudrillard perçoit le temps consacré aux activités de loisirs comme un temps créateur de valeur, "*une valeur de distinction, une valeur statutaire, une valeur de prestige*". À ce propos, il écrit : "*c'est donc dans la logique de la distinction et de la production de la valeur que le loisir se justifie en dernière instance*" (p. 250).

Au XX<sup>ème</sup> siècle, la pensée de Veblen fut l'objet de controverses<sup>73</sup>. Si nous pouvons admettre que, pour une part, la mécanique articulant logique d'imitation et logique de distinction est à l'origine de la diffusion des pratiques touristiques et des formes que celles-ci ont pu prendre, certaines hypothèses au coeur de la théorie de Veblen nous semblent contestables. Veblen, s'inspirant des idées de Darwin, fait du désir de surpasser son semblable une loi naturelle et universelle qui commanderait "*les comportements de tous les individus, quelle que soit leur appartenance sociale*" (M-F. Lanfant, 1972, p. 59). Cette explication de type psychologique, au regard de l'histoire et des différents éléments que nous avons exposés (loisirs contrôlés, incitations massives au départ, ...), paraît peu convaincante.

L'ensemble de ces trois éclairages théoriques sur l'extension des pratiques touristiques constituent des bribes d'explication. On perçoit que l'ensemble de ces éléments sont importants et structurent les pratiques mais aucune approche globale qui articulerait ces différents niveaux d'explication ne semble émerger. L'un des enjeux de cette thèse sera d'essayer, en privilégiant l'optique économique et en utilisant les outils propres à cette optique, de proposer la construction d'un cadre théorique permettant de comprendre l'économie des pratiques touristiques.

---

<sup>73</sup>. Critiquées par certains sociologues (J. Dumazedier et D. Reisman), les thèses de Veblen furent reprises par certains économistes comme J. Duesenberry et A. Modigliani ("demonstration effect").

## Conclusion du chapitre II

L'éclairage historique que nous avons présenté dans ce chapitre et plus généralement dans cette première partie de la thèse a permis plusieurs avancées significatives dans la compréhension de l'univers des pratiques touristiques. Non seulement, il a montré que les pratiques touristiques modernes ont précédé l'apparition d'un secteur d'activité mais aussi qu'elles ne prennent généralement sens qu'à partir du moment où l'on essaie de les rattacher au contexte économique, social et culturel qui les a vu naître. Les pratiques peuvent varier suivant le type de société, la période historique, l'appartenance à un groupe social donné et se construisent largement en relation avec des pratiques non touristiques. À cet égard, un changement important semble être apparu au XX<sup>ème</sup> siècle dans l'histoire du tourisme moderne, il se situe au niveau de l'extension à de larges couches de population d'un plaisir jusqu'ici réservé à l'élite.

Ce n'est, en effet, qu'après la seconde guerre mondiale que l'on assiste à la diffusion large et significative (tout au moins pour les pays industrialisés) du déplacement motivé par l'agrément. Si différents facteurs sont responsables de l'extension de cette pratique jusqu'ici réservée aux classes dominantes, il nous semble que l'ensemble des revendications sociales qui naissent au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle pour libérer du temps ont joué un rôle important dans ce processus. Contrairement au temps de repos, apparu suite à la réduction de la journée de travail, le désir d'obtenir une libération de plages de temps de plus en plus longues répond à d'autres types d'aspiration, à un nouveau mode de vie où le loisir et le déplacement pour l'agrément sont des éléments centraux. Le droit au repos (ou à la paresse) acquis, c'est le droit à l'agrément qui prend la forme d'une revendication sociale. Toutefois, pour permettre l'apparition du tourisme de masse, c'est à dire la démocratisation de l'accès à un privilège réservé jusqu'ici aux classes dominantes, la libération du temps ne suffisait pas, encore fallait-il que le plus grand nombre puisse accéder à certaines formes de plaisir qui jusqu'ici relevaient, pour l'essentiel, de l'histoire culturelle des élites. Si ce processus a pu marquer l'étape de massification touristique, il semble bien que derrière cette mécanique sociale se profilait aussi la montée progressive du désir d'un temps pour soi.

Les différentes approches, que nous avons développées dans la troisième partie de ce chapitre, plus qu'opposées sont complémentaires. Elles éclairent en mobilisant des

théories, chacune à leur manière et de façon partielle, le processus de diffusion et d'extension des pratiques touristiques qui s'est déroulé au XX<sup>ème</sup> siècle. Il est indéniable que ces différents éléments, à des degrés divers, ont dû jouer un rôle dans cette émergence du "fait touristique" au sein des modes de vie occidentaux. Mais aucune de ces explications ne cherche, en fait, à combiner les points de vue. En effet, aucune explication générale ne ressort de ces approches, comme si le phénomène touristique ne se laissait pas emprisonner dans des cadres analytiques monodisciplinaires. Nous verrons qu'appréhender le phénomène touristique et les pratiques qui lui sont associées en autant de points de vue différents, en ciblant à chaque fois une dimension explicative pertinente, est intéressant, mais constitue une démarche limitée, qui rend difficile la compréhension globale du phénomène. Pourtant, c'est l'exercice que nous allons tenter.

Dans un premier temps, nous allons interroger la théorie économique traditionnelle sur sa capacité à développer une approche de la consommation touristique. Bien que cet éclairage se révèle pertinent pour comprendre certains aspects du phénomène, certaines insuffisances théoriques vont nous obliger à adopter un cadre théorique différent pour rendre compte de façon plus satisfaisante de la dimension économique des pratiques associées à cet "objet" complexe. En ce sens, chercher à élaborer une approche théorique de l'économie des pratiques touristiques va venir confirmer, au moins partiellement, l'hypothèse méthodologique que nous faisons au début de cette thèse, qui consistait à percevoir le phénomène touristique comme un "*phénomène social total*" qui se construit et se reconstruit en fonction de compromis socio-économiques et institutionnels.

**Deuxième partie :**

**De l'analyse économique de la consommation touristique à  
l'analyse économique des pratiques touristiques**

René Teboul (1990, p. 506) écrit dans un article abordant la question du traitement des activités de loisirs par la théorie économique que "*L'analyse économique considère les loisirs comme des biens de consommation semblables aux autres biens de marché, ce qui veut dire qu'elle n'a pratiquement rien à dire en ce qui concerne l'offre de ces biens. On considère que l'appareil de production adapte ses capacités pour répondre à l'évolution de la demande des consommateurs*".

Si nous partageons, pour une grande part, la position de R. Teboul, il nous semble qu'elle est toutefois excessive. La théorie économique peut, à l'aide des outils dont elle dispose, élaborer un cadre d'analyse pertinent où c'est la variable prix qui assure la coordination des touristes sur le marché.

Néanmoins, il faut reconnaître, avec R. Teboul que malgré l'importance économique et la relative spécificité des activités de loisirs en général et des activités touristiques en particulier, l'analyse économique traditionnelle a, comme nous allons le voir, des difficultés à présenter une approche satisfaisante de la demande et des logiques en place dans ce secteur. L'une des raisons se situe, à notre avis, dans le projet formulé par cette approche de construire un modèle global d'explication. L'importance que peuvent prendre les déterminants sociaux ou psychologiques dans le fonctionnement de certains marchés n'est pas pris en considération par ce courant économique. Ceci limite la portée explicative quand ces dimensions constituent le coeur des phénomènes étudiés.

La nature d'une transaction est touristique à partir du moment où elle émane d'un touriste. C'est, en quelque sorte le consommateur qui imprime le caractère touristique au bien ou au service acheté. Pour réfléchir au marché touristique, il est donc préférable de privilégier une entrée par la demande. La théorie économique traditionnelle va traiter cette demande, sans la spécifier la plupart du temps, en l'intégrant à la théorie microéconomique du consommateur. Le chapitre III rend compte de quelques uns de ces travaux cherchant à intégrer la consommation touristique au sein du cadre d'analyse traditionnelle. Si certains de ces travaux essaient d'introduire des raffinements théoriques, les résultats obtenus ne sont guère convaincants. Il semble que ce soit le concept même de consommation qui constitue un obstacle théorique pour avancer dans la compréhension du mode de fonctionnement de ces marchés.

À cet égard, l'introduction de la notion de "pratique" se révèle plus adaptée à notre objet d'étude. Elle renvoie à la possibilité d'un arbitrage entre l'achat d'un produit touristique chez un intermédiaire et la volonté d'organiser soi-même son déplacement touristique. Cet arbitrage peut faire l'objet d'un éclairage par certains développements récents de la théorie économique. Le chapitre IV qui s'appuie sur la théorie des coûts de transaction a pour objectif d'élargir l'espace des choix du touriste aux modalités contractuelles elles-mêmes. Cette approche constitue une avancée significative dans la construction d'une analyse économique des pratiques touristiques. Pour autant, en négligeant de s'interroger sur la nature particulière de ces activités et à leur inscription dans une histoire et en demeurant à un niveau d'analyse trop général et statique, cette théorie parvient mal à appréhender la singularité attachée à ce marché et à la demande qui en émane.

### CHAPITRE III      **Le tourisme, objet d'étude de l'analyse économique standard**

Le tourisme est, comme nous l'avons qualifié dans un chapitre précédent, "*un phénomène social total*". Pour autant, le recours à la science économique dans la recherche sur le tourisme se présente comme une grille de lecture fondamentale et précieuse. L'analyse économique peut contribuer partiellement, en tant que domaine de recherche, à la compréhension de l'émergence des faits touristiques (cf. chapitre II), à leurs développements et à l'étude de leur structuration particulière. S'il est vrai que le tourisme ne se réduit pas à des aspects de rareté, de prix, de circulation et de production de biens et services, il n'en demeure pas moins que, pour reprendre le titre de l'ouvrage de Pierre Py (1996), "*Le tourisme est un phénomène économique*". En effet, c'est un secteur qui produit des biens et services faisant l'objet d'une offre de la part de certains acteurs de la vie économique et d'une demande qui émane des consommateurs (les touristes). L'analyse économique a pour objectif de s'interroger sur la manière dont s'effectuent cette production et les échanges correspondants.

Dans cette optique, nous questionnerons ces échanges en mobilisant la théorie économique "standard"<sup>1</sup> au sens d'Olivier Favereau (1989). Nous balayerons, à cet égard, certains travaux qu'il est possible de rattacher à ce courant de pensée. Cet examen nous permettra d'apprécier la pertinence et les limites de ces différents outils pour rendre compte du type d'échanges qui s'effectuent sur ce marché. Préalablement, nous nous interrogerons sur l'émergence et la constitution d'une réflexion économique à propos du tourisme.

---

<sup>1</sup>. Olivier Favereau (1989) entend par théorie économique standard (TS) "*tout ce qui en théorie économique s'appuie, pour sa validité formelle ou son interprétation analytique, sur la théorie de l'Équilibre Général ; par conséquent, si l'on suit la dénomination de Arrow, la TS n'est ni plus ni moins que le "modèle néoclassique", en tant qu'il repose sur ses deux "piliers" : — la rationalité des comportements individuels, réduite à l'optimisation — la coordination des comportements individuels, réduite au marché (p. 277)*".

## Section I : L'émergence d'une réflexion économique sur le tourisme

L'apparition de recherches à caractère économique ayant pour objet d'étude l'activité touristique est récente. Toutefois, on peut repérer dans l'histoire de la pensée des fragments de réflexion qui sont autant de jalons qui ont structuré la naissance d'une approche économique du tourisme. Se tourner vers les premiers économistes pour essayer d'y trouver quelques éléments d'analyse constitue la première étape de notre présentation. Dans un deuxième temps, nous passerons en revue les premiers travaux reconnus comme appartenant au champ de l'économie du tourisme pour en faire ressortir les principales caractéristiques.

### I. 1 La réflexion économique et le tourisme élitaire

À l'époque mercantiliste (XVI<sup>ème</sup>-XVIII<sup>ème</sup> siècle), c'est à dire au moment où se mettent en place les premières bribes de raisonnements économiques, la préoccupation majeure des différents auteurs concerne la circulation des marchandises et de la monnaie. La circulation des personnes et les effets qui en découlent ne font pas l'objet d'une attention particulière, à quelques exceptions près. Thomas Mun, homme d'affaires anglais et membre de la compagnie des Indes Orientales, écrit dans son livre "*Le Trésor de l'Angleterre par le commerce extérieur*", publié en 1664, qu' "*il y avait cependant des petites dépenses courantes qui semblaient insignifiantes aux officiers douaniers de Sa Majesté pour l'équilibre de la balance et qui devraient être prises en compte, à savoir les dépenses des voyageurs*" (cité par Kurt Krapf, 1964, p. 26). Il est ainsi l'un des premiers auteurs à faire remarquer l'influence des dépenses occasionnées par les voyages sur la balance des paiements. Toutefois, au XVIII<sup>ème</sup> siècle, la démonstration par Richard Cantillon (1680-1734) et par David Hume<sup>2</sup> (1711-1776) de l'existence d'un rééquilibrage automatique de la balance commerciale a eu pour conséquence de légitimer la libre circulation des marchandises comme la libre circulation des personnes.

---

<sup>2</sup>. On pourra en particulier se reporter à "*l'Essai sur l'argent*" publié en 1752 par David Hume (Edition de 1847) où il expose sa conception de l'équilibre des échanges. Utilisant la théorie quantitative de la monnaie contre les mercantilistes, il explique les raisons pour lesquelles l'abondance d'or et d'argent est indifférente à un État. En effet, l'abondance de monnaie entraîne une hausse des prix, un progrès des importations et une diminution des exportations. Inversement, un pays qui perd une partie de sa monnaie relance ses ventes à l'étranger consécutivement à la baisse du niveau des prix intérieurs. Ce type d'argument prend le contrepied de la pensée mercantiliste et tend à justifier d'un point de vue économique les déplacements de population.

Après les craintes des mercantilistes du siècle précédent, le libéralisme allait faire de la liberté et de la mobilité les principes de base de la croissance et de l'enrichissement.

Aux XVIII<sup>ème</sup> et XIX<sup>ème</sup> siècles, la science économique trouva peu d'intérêt à se pencher sur un épiphénomène<sup>3</sup> qui était difficilement assimilable à une production de richesse. Les économistes classiques, Adam Smith<sup>4</sup> (1723-1790) et David Ricardo (1772-1823), se sont peu préoccupés, dans leurs analyses des fondements de la richesse d'une société, des dépenses d'agrément<sup>5</sup>. Il leur était difficile d'intégrer ces activités dans la mesure où elles étaient considérées comme ludiques, improductives et marginales. De plus, ces activités étaient réservées à l'élite et à son bon plaisir et de ce fait ne retenaient pas l'attention de ces économistes dont le principal centre d'intérêt résidait dans la recherche des lois fondamentales qui gouvernent la sphère économique au sens strict.

Tout au plus, est-il possible de rattacher les préoccupations sur les déplacements à des fins récréatives aux débats concernant le problème du luxe qui ont avivé les esprits à partir du XVIII<sup>ème</sup> siècle (Simone Meyssonier, 1989). La controverse, connue sous le nom de "querelle du luxe", portait sur le fait de savoir si les dépenses somptuaires occasionnées par les voyages devaient être perçues comme une consommation improductive ou plutôt comme une source possible d'accroissement de la richesse des Nations<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup>. Comme il a été signalé dans la première partie, le tourisme est un phénomène relativement récent qui est apparu au moment où se mettait en place la "civilisation industrielle". S'il est possible d'écrire une pré-histoire des déplacements touristiques, on ne peut repérer l'extension de ce type de déplacements avant le début du XIX<sup>ème</sup> siècle.

<sup>4</sup>. Pourtant, Adam Smith fut précepteur d'un jeune aristocrate anglais et effectua, à cette occasion, un grand "Tour" à travers l'Europe. Cette expérience de plusieurs mois ne le conduisit pas pour autant à développer une réflexion économique sur le voyage. En effet, on n'en trouve aucune trace dans ses écrits (R. Heilbroner, 1971).

<sup>5</sup>. Plus généralement, les services étaient perçus comme improductifs par la tradition classique (J. Gadrey et J-C. Delaunay, 1987). À la différence des marchandises qui sont durables et tangibles, Adam Smith (1976) souligne que le produit des activités de service n'est ni durable ni tangible. De ce fait, il conviendrait de les exclure de la sphère productive. A fortiori, le tourisme, car non seulement il comprend des activités de services mais en plus celles-ci répondent à des fins perçues comme inutiles.

<sup>6</sup>. Cette controverse a connu plusieurs moments. Elle est l'expression d'un débat où s'affrontent la morale et la raison économique. En 1735, Jean-François Melon dans son "*Essai politique sur le commerce*" explique que "*loin d'amollir une nation, la production de luxe supprime l'oisiveté et l'ivrognerie, entretient l'activité si elle contribue à faire circuler le capital oisif*" (S. Meyssonier, 1989, p. 68). Le mercantiliste Boureau-Deslandes répond à Melon en soulignant que ce dernier a confondu abondance et luxe et que "*la raison suffit à condamner le luxe*". Son argumentation est essentiellement d'ordre moral. À la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, sous la plume de l'abbé Morelet (1727-1819) on verra resurgir cette querelle qui aura des prolongements jusqu'au milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle. Dans ses "*Principes d'Économie Politique*" de 1848, John Stuart Mill continue d'affirmer le caractère improductif du luxe et écrit à ce propos : "*En revanche, la consommation qui s'effectue à l'occasion de distraction ou par l'intermédiaire d'articles de luxe, que ce soit par des personnes oisives ou actives, doit être considérée comme improductive, car elle n'est ni un but, ni un stimulant de la production*" (p. 64).

L'une des questions qui est débattue dans cette querelle consiste à savoir si l'ensemble des frais attachés aux voyages peuvent être justifiés. Face aux arguments économiques de Jean-François Melon (1675-1738) qui s'appuie sur les écrits de Bernard de Mandeville (1670-1733), on trouve, dans une France où la classe moyenne vit modestement et où le peuple connaît encore la misère, des réponses d'ordre moral et religieux comme celle de Boureau-Deslandes (1690-1757). Ce dernier, très proche des mercantilistes, accuse le luxe de favoriser le désordre social, de détériorer la balance avec l'extérieur et de corrompre les bonnes moeurs. Cette controverse qui verra la victoire des défenseurs de la prodigalité et du luxe marque l'émergence de la catégorie économique face à la morale comme principe justifiant l'action (L. Dumont, 1977)<sup>7</sup>.

Si le débat relatif à la question du luxe qui se déroule en France au début du XVIII<sup>ème</sup> siècle ne renvoie pas directement à la question du poids et de l'influence du tourisme dans une économie, il y participe de manière indirecte. Les économistes libéraux vont chercher à montrer l'importance économique que revêt tout ce qui participe au plaisir, au confort de vivre et à la consommation du superflu. Le luxe et les dépenses somptuaires sont à la fois créateurs d'emplois, source d'exportations et moteur de la croissance. Cette croissance est d'autant plus forte que ces penseurs démontrent l'existence d'un effet multiplicateur. Ainsi Jean-François Melon explique à la comtesse de Verrue en 1736 qu'en utilisant son temps libre à dépenser, elle participe sans le savoir à la prospérité générale de la Nation (S. Meyssonier, 1989). Si la rareté relative des voyages à caractère récréatif à cette époque explique, en partie, l'absence d'une réflexion sur les impacts économiques du tourisme, on ne peut nier que les auteurs de cette querelle avaient à l'esprit que le loisir, et plus particulièrement les dépenses qui lui sont associées, peuvent devenir une source d'activité. D'ailleurs, la plupart de leurs arguments font écho aujourd'hui à ceux que l'on expose couramment pour présenter les vertus du développement touristique<sup>8</sup> (impacts sur l'emploi, sur la croissance, sur l'équilibre de la balance des paiements,...).

Ainsi, alors que la pratique touristique ne concerne encore qu'une minorité d'individus, certaines intuitions sur le rôle économique des dépenses attachées au loisir émergent. Toutefois, il faudra attendre l'avènement puis la généralisation de la croissance du temps libre (cf. première partie) pour que les économistes s'emparent pleinement de cette question.

---

7. Il est d'ailleurs curieux de voir resurgir parfois ce type de débat à propos du tourisme. Certains pays musulmans rejettent le tourisme car il amène un étalage de richesses. Cet étalage peut susciter des frustrations et entrer en contradiction avec les principes moraux qui règnent dans ces États.

8. Georges Cazes (1989) écrit par exemple qu'*"un nombre sans cesse croissant de pays, industriels ou développés ont ainsi découvert les possibilités et les perspectives de l'activité touristique : ils comptent désormais sur elle pour trouver des ressources supplémentaires, équilibrer leurs échanges extérieurs, créer des emplois, aménager leur territoire, valoriser leur "image" internationale..."* (p. 8).



## I. 2 Les balbutiements de la théorie économique du tourisme

Face à l'accroissement relativement important des voyages à caractère ludique au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'économie politique fut "*mise en demeure de ne plus pouvoir ignorer le tourisme*" (K. Krapf, 1964, p. 27).

Les premières recherches en économie du tourisme insistaient essentiellement sur le rôle stimulateur du tourisme étranger pour l'économie nationale<sup>9</sup>. À cet égard, elles poursuivaient les préoccupations des premiers économistes. On s'intéressait, pour l'essentiel, au chiffre d'affaires, au capital investi, au nombre d'hôtels ou de voies ferrées que l'on construisait. C'est à cette époque que l'on insiste, plus particulièrement, sur l'incidence du tourisme sur les mouvements internationaux de capitaux. La démonstration du bien-fondé de la libre circulation des marchandises par les libéraux anglais inscrit la deuxième moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle dans une ère de libre échange qui s'accompagne d'une libre circulation des voyageurs (Jean-Charles Asselain, 1985). Il n'est donc pas surprenant de voir dans un tel contexte surgir ce type d'interrogation.

Ceci explique, en partie, les raisons pour lesquelles l'économie du tourisme s'orienta, dès son apparition, vers une approche descriptive qui tendait à privilégier les aspects quantitatifs et institutionnels. Cette orientation n'est pas neutre et correspond à une représentation particulière (mais dominante) du tourisme, à savoir un stimulant pour l'économie locale. Dans la mesure où ce sont les régions et les localités d'accueil des touristes (surtout anglais) qui reçoivent les bénéfices laissés par cette activité, il n'est pas étonnant que les premiers auteurs qui aient cherché à développer une approche scientifique de cette réalité appartiennent aux nations particulièrement prisées à cette époque comme destinations touristiques. Jusqu'à la première guerre mondiale, l'attrance pour le sublime et la montagne (cf. chapitre II) ont tendance à faire naître des courants touristiques vers les Alpes suisses et autrichiennes. Ceci aura pour conséquence que les pionniers qui ont réfléchi aux bases de la théorie économique du tourisme sont principalement suisses et autrichiens<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>. C'est en Suisse que sont publiés les premiers documents officiels sur l'importance économique du tourisme. En 1896, Guyer Frenler fait paraître ses "Contributions à une statistique du tourisme" (R. Lanquar, 1987). La Suisse (et en particulier les travaux de l'école de Berne) demeurera par la suite un centre de réflexion important pour tout ce qui concerne le développement du tourisme.

<sup>10</sup>. Dans son "*Histoire générale du tourisme de masse*", Luis Fernandez Fuster (1991) indique qu'avant les années 20, on ne dénombre que très peu d'études à caractère scientifique sur le tourisme. Entre 1920 et 1950, il repère une vingtaine de publications et qualifie cette période de "*première génération de chercheurs*".

En 1905, l'autrichien Josef Stradner pose les bases d'une théorie économique du tourisme<sup>11</sup> plus scientifique. Il dépasse l'attitude courante qui consiste à répertorier les impacts sur la balance des paiements des déplacements touristiques. L'objectif de son approche consiste plutôt à construire une vue d'ensemble du tourisme en repérant les principaux acteurs qui participent à la production des différents éléments constitutifs d'une économie touristique. Sa construction se fonde sur des considérations purement matérielles et descriptives. Il recense, à cet effet, les différents équipements et aménagements qu'il qualifie de "touristiques" et insiste, plus particulièrement, sur le rôle de débouché que peut jouer le tourisme pour les secteurs de l'agriculture et des arts et métiers<sup>12</sup>. L'examen des pratiques des touristes et des motivations qui conditionnent leur consommation n'est pas envisagé dans son analyse. Il semble bien que le tourisme, pour Stradner, s'appréhende avant tout sous l'angle de la production des équipements, de leur rentabilité et de l'aménagement des territoires qu'il nécessite. S'il a réussi à présenter une première approche du tourisme sous la forme d'un système, le traitement de la consommation et des conditions dans lesquelles elle peut apparaître ont été délaissés. Intuitivement, il aborde le domaine touristique en se fondant sur les théories en vigueur à son époque, et plus précisément sur la loi des débouchés de Jean-Baptiste Say selon laquelle "*un produit créé offre, dès cet instant, un débouché à d'autres produits pour tout le montant de sa valeur*" (cité par J. Boncoeur et H. Thouement, 1989, p. 132). Ainsi, Stradner inaugure une tradition en économie du tourisme qui consistera à accorder une considération relativement faible à l'analyse de la consommation touristique. Nous pourrions nous interroger par la suite sur les raisons d'une telle mise à l'écart.

La conclusion à laquelle nous sommes parvenus en examinant l'ouvrage de l'économiste italien Michele Troisi paru en 1940 est similaire. Ce dernier, en s'appuyant sur les travaux d'Alfred Marschall et plus précisément sur sa théorie de la rente monopolistique, parvient à montrer que l'entrepreneur touristique, de par la nature de ce qu'il vend (c'est à dire des pôles d'attraction), dispose d'une situation de monopoleur ou de quasi-monopoleur. En effet, on ne peut accéder réellement sur la planète au cadre et

---

<sup>11</sup>. Stradner résumera l'ensemble de ses travaux dans son ouvrage de 1917 intitulé "*La percée du tourisme*". Préalablement, en 1911, le suisse Schullern zu Schrattenhofen avait cherché à rendre compte du tourisme comme une activité économique dont l'objectif était de fournir aux étrangers tout ce qui leur était nécessaire (R. Lanquar, 1983).

<sup>12</sup>. Cette représentation particulière du tourisme qui consiste à ne le considérer que comme un facteur favorable à la croissance économique se retrouve dans certains travaux publiés durant les années 30. On peut par exemple citer la thèse de M. Mouginet sur "*L'action collective en faveur du tourisme*" (1933). Dans ce travail de recherche, on peut lire à propos du tourisme que : "*C'est une industrie mère, une industrie clef. Son développement ne se présente pas comme un facteur isolé de la prospérité du pays, il se répercute sur toutes les branches de l'activité nationale dont il accroît le rendement*" (cité par R. Lanquar, 1987).

à l'atmosphère vénitiens qu'en se rendant à Venise. Les aspects économiques du tourisme sont ainsi envisagés dans le cadre de cette analyse comme l'obtention par le producteur d'une rente, d'une plus-value consécutive à l'exploitation de biens libres prisés (les avantages climatiques, le patrimoine naturel, ...) ou de ressources à caractère culturel. Il propose ainsi de considérer le tourisme comme un secteur d'activités particulier, au sens où il peut difficilement être analysé à l'aide des outils traditionnels de la théorie économique. L'optique par laquelle il cherche à appréhender les particularités de ce secteur réside, comme pour Stradner, dans l'importance accordée à la spécificité de la production touristique. À cet égard, la seule mention qu'il fait de l'acte de consommation touristique est de reconnaître que ce qu'il qualifie de "*rente touristique*" comprend "*d'autres éléments qui peuvent être de nature psychologique, comme par exemple la propension à dépenser plus d'argent dans une station climatique qu'ailleurs*" (cité par K. Krapf, 1964, p. 29). Ainsi, sans nier que la demande puisse agir et participer à la structuration de ce secteur pour un certain nombre de raisons, M. Troisi reconnaît implicitement que ces éléments se situent hors de son champ de recherche. En adoptant cette attitude, il se fait le continuateur de cette tradition qui consiste à privilégier l'optique de la production en délaissant, ou en traitant de manière marginale, l'analyse de la consommation<sup>13</sup>.

Après la seconde guerre mondiale (en 1949), à l'initiative de deux économistes suisses de l'université de Berne, Kurt Krapf<sup>14</sup> (1907-1963) et Walter Hunziker (1899-1974), se mettra en place une structure dont l'objet de recherche principal est constitué par le tourisme : "l'Association internationale des experts scientifiques du tourisme" dont le siège se situe à Berne. Il faut y voir non seulement la conséquence de l'accroissement significatif du nombre d'individus accédant à la pratique touristique, mais aussi le signe d'une reconnaissance sociale et institutionnelle croissante. Ce type d'expériences pouvait amener à penser qu'allaient émerger des constructions théoriques ayant pour objet principal d'étude, le tourisme. Pourtant, les orientations prises par ces recherches sur le poids et la dimension économique du tourisme se sont, pour l'essentiel, cantonnées à des approches privilégiant une démarche inductive. Deux types de travaux, qui entretiennent par ailleurs de fortes complémentarités, ont particulièrement été développés depuis l'avènement du tourisme de masse.

---

<sup>13</sup>. Toutefois, on ne peut nier que l'ouvrage de l'écosais F.W. Ogilvie (1933) soit une première tentative isolée pour fonder une théorie de la consommation touristique. Les différents éléments qu'il avance seront repris par K. Krapf (1964).

<sup>14</sup>. Kurt Krapf est avec Walter Hunziker celui qui a essayé de mettre en place une analyse théorique du tourisme. Docteur en économie, il a reçu les enseignements de Groosmann, Keynes, Weber et Sombart. En 1943, il fut choisi comme directeur de l'Institut de Recherches Touristiques de l'université de Berne. Peu après, il sera nommé professeur extraordinaire de Sciences Touristiques et crée, à cette occasion, "La Revue du Tourisme" (L. Fernandez Fuster, 1991).

— une approche descriptive qui cherche surtout, par l'intermédiaire de données et d'indicateurs statistiques (agrégats, ...), à appréhender au mieux l'importance et le poids économique du secteur touristique. Ces travaux se présentent sous la forme de compilations statistiques et servent à la politique prévisionnelle et à la planification générale que doivent mettre en place les pouvoirs publics. Ils portent principalement sur la connaissance de l'offre, de la demande et de l'état du marché. Ils peuvent être à l'origine de travaux à caractère prospectif.

— une approche à caractère opérationnel dont l'objet principal consiste à mesurer et à repérer les effets économiques, sociaux, et/ou environnementaux du développement d'un projet touristique. Ce type de travaux est surtout constitué d'études de terrain qui visent à discuter de la faisabilité de tel ou tel projet touristique ou de la rentabilité de certaines entreprises considérées comme touristiques (hôtels, restaurants, sites, ...). En ce sens, ils peuvent aussi avoir pour finalité d'analyser, voire de mesurer, les différents impacts sur un territoire des investissements touristiques<sup>15</sup> (par exemple, on peut s'interroger sur le nombre et le type d'emplois que va générer la construction d'un équipement structurant sur un espace donné).

Sans nier l'importance de ces deux approches, au demeurant intéressantes et nécessaires pour améliorer la connaissance du secteur et proposer des outils d'aide à la décision, il semble bien que l'économie du tourisme soit, en grande partie, réduite à cette problématique centrée sur l'opérationnalité des projets touristiques proposés et sur la mesure statistique du "fait" touristique. Comme le souligne Josette Mesplier-Pinet (1996) :

*"La réflexion en tourisme prend en compte, entre autres, des objectifs politiques, économiques et sociaux, tout en étant soumise à un contrôle par référence à des indicateurs mesurables. Obligations de résultats ? diront certains, exigences insoutenables ? diront d'autres. Quoiqu'il en soit, la réflexion est devenue indispensable, il n'est qu'à observer le foisonnement de Colloques, Congrès, Assises en tourisme. La démarche y est le plus souvent inductive : observations des faits afin de*

---

<sup>15</sup>. Ce type de travaux est surtout appréhendé à travers le multiplicateur touristique (René Baretje et Pierre Defert, 1972, Brian Archer et John E. Fletcher, 1988). L'idée générale développée en 1931 par Richard Kahn et reprise en 1936 par John Maynard Keynes, consiste à mesurer l'impact d'une dépense nouvelle sur le montant du revenu total d'un territoire sachant que certaines fuites sont possibles (l'épargne, l'importation,...). C'est en 1961 que le rapport de H. G. Clément adapte cette méthodologie au système touristique. Il se propose de suivre "la trace d'une dépense touristique initiale de 1 000 \$ à travers différents secteurs économiques intéressés directement ou indirectement par l'irradiation de cette masse monétaire" (R. Baretje et P. Defert, 1972, p. 214).

*... détecter leurs liens de causalité. À cause de cela, la réflexion touristique est devenue nécessaire mais est-elle suffisante ?" (p. 1).*

Pour conclure sur ce point, on peut souligner que le développement significatif d'une demande émanant de collectivités territoriales (départements, communes, conseils régionaux, ...) ou de professionnels du tourisme pour ce genre d'approches a eu pour conséquence de négliger les réflexions à caractère théorique, c'est à dire les travaux mobilisant plutôt une démarche déductive. Le succès remporté par le tourisme et les activités qui lui sont attachées au sein des politiques de développement économique en ont fait souvent un "*instrument privilégié de régulation des dysfonctionnements, notamment en matière de développement social*" (J. Mesplier-Pinet, 1996, p. 1). Toutefois, sans être abondante, cette réflexion théorique existe et éclaire le tourisme d'une manière singulière. Après nous être interrogés sur les raisons qui pourraient expliquer le relatif dédain théorique dont souffre ce domaine de recherche, ce dont témoigne le faible nombre de publications à caractère théorique concernant l'analyse du marché touristique ou plus généralement l'économie du tourisme, nous passerons en revue les principaux travaux que l'on peut rattacher au courant d'analyse économique standard. Cet examen sera l'occasion pour nous de constater que les efforts que ce courant de pensée déploie pour appréhender la nature de cet objet sont certes intéressants mais finalement n'apportent qu'un éclairage réducteur sur les logiques qui animent la consommation et le marché touristique.

## Section II : La constitution d'une analyse économique du marché touristique

Le secteur touristique, et plus généralement l'ensemble des activités à caractère ludique, sont de plus en plus retenus comme prioritaires dans les politiques de développement économique. Comme le souligne J. Mesplier-Pinet (1996), "*Fait de société, secteur économique, ordonnateur d'espace, révélateur et protecteur d'environnement, le tourisme est aussi utilisé comme recours ultime face au désarroi de la pensée*" (p. 1). Toutefois, la consultation des principaux travaux se réclamant de l'économie du tourisme a plutôt tendance à témoigner du faible intérêt que la science économique a pu porter, jusqu'à très récemment, à ce secteur particulier.

Comme nous allons le montrer, l'analyse économique a surtout jusqu'ici envisagé le tourisme au travers des apports et des retombées qu'il pouvait générer. Ni les conditions de son apparition (cf. chapitre II) et de sa structuration, ni la singularité de ses modes de production et de ses modes de consommation n'ont vraiment retenu l'attention des économistes. Cet accent porté principalement sur la dimension stratégique du tourisme peut, de prime abord, apparaître paradoxal au regard de la place que les vacances, et l'imaginaire qui leur est associé, prennent dans les budgets des ménages et dans les modes de vie des sociétés occidentales contemporaines<sup>16</sup> (cf. chapitre I). Pourtant, un certain nombre d'arguments peuvent être invoqués pour tenter d'expliquer cette situation curieuse où au poids économique du secteur correspond une construction de cadres théoriques peu développée<sup>17</sup>. Si certaines dimensions qui caractérisent le tourisme et les activités qui lui sont attachées peuvent venir éclairer les raisons de cette relative rareté des analyses économiques du tourisme, il semble bien que celle-ci s'explique, en grande partie, par les difficultés d'ordre conceptuel qui touchent ce domaine de recherche. Nous

---

<sup>16</sup>. Nous rappelons que, de plus en plus et majoritairement, les individus ont le souhait de devenir touristes (progression des taux de départ). Par exemple, si on retient le cas de la France, on constate que les indicateurs relatifs à l'évolution de la consommation touristique à francs constants sont à la hausse depuis 15 ans. Si en 1980, les français dépensaient 202,7 milliards de francs dans le secteur touristique (Agrégats T3, consommation touristique et para-touristique), ils en dépensent en 1995, 569,9 milliards (Compte du Tourisme, Direction du Tourisme, 1995). Nous ne nions pas, bien entendu, qu'une partie de la population, alors qu'elle dispose des moyens d'accéder à des pratiques touristiques, préfère rester à son domicile durant la période des vacances pour différents motifs (le repos, le jardinage, le souci de s'occuper de sa maison, ...). D'ailleurs, l'Insee, dans son enquête de juillet 1995 (Insee Première, n°396), souligne le fait que parmi les ménages français disposant de plus de 300 000 francs de revenu annuel, on compte 13 % de casaniers qui préfèrent passer leurs vacances à domicile.

<sup>17</sup>. Comme le font constater Paul Bodson et Jean Stafford (1988), "*Le tourisme mérite la considération en raison de son poids économique. Dans cette perspective, l'analyse économique devrait occuper une place de choix dans les recherches en tourisme*" (p. 3).

allons à présent envisager les différentes raisons qui pourraient expliquer cette faible contribution de l'analyse économique à la compréhension des phénomènes touristiques.

— Tout d'abord, cette situation pourrait résulter de la représentation "naturaliste" qui prévaut dans le domaine des vacances. Pour le dire autrement, partir pour se reposer et se divertir est perçu comme une activité libre de l'homme. Elle est intrinsèquement liée à celui qui décide de sa propre mobilité et s'appuie, pour l'essentiel, sur des biens libres, c'est à dire des biens produits en surabondance par la nature (mer, plage, montagne, ...). Cette perception a eu longtemps tendance à forger l'image d'un secteur fondé sur le laisser-faire et sur l'auto-organisation du touriste. Il semble qu'au moins partiellement la réflexion des économistes ait pu subir l'influence de ces aspects mythiques.

— Toutefois, d'autres raisons plus fondamentales paraissent avoir ralenti l'émergence d'une réflexion à caractère théorique sur le tourisme. Elles renvoient, en particulier, aux ambiguïtés inhérentes au secteur touristique. Les problèmes que l'on a exposés dans l'introduction pour tenter de mettre au point une définition satisfaisante du tourisme ont, en effet, pour principale conséquence, de rendre particulièrement complexe la délimitation d'un secteur qui engloberait l'ensemble des activités touristiques. L'une des difficultés majeures à laquelle il faut faire face lorsque l'on aborde le secteur touristique se situe dans le fait que le caractère touristique d'un bien ou d'un service dépend principalement de la qualité de celui qui les consomme (il doit être touriste) et du contexte dans lequel ils sont consommés. Pour clarifier cette idée, on peut ajouter qu'a priori, aucun bien ou service n'est exclu du secteur touristique dans la mesure où il peut répondre à la satisfaction du touriste. En effet, une firme automobile, le secteur immobilier et le secteur agro-alimentaire participent, bien qu'à des degrés divers, à l'activité touristique. Ainsi, le secteur touristique est comparable à une "petite économie" où interviennent plus ou moins tous les secteurs d'activités. Toutefois, à vouloir intégrer l'ensemble des branches participant à la production de la satisfaction du touriste, la question se pose alors de savoir si le tourisme peut être envisagé en tant que secteur d'activité indépendant. Dans le système de la comptabilité nationale, cette difficulté théorique est résolue par l'adoption de conventions qui sélectionnent certains biens ou services comme ayant un caractère plus ou moins touristique, c'est à dire fréquemment repérés dans les paniers de biens ou services du touriste. Différentes méthodes se sont succédées pour appréhender les activités touristiques. C'est par la méthode que l'on qualifie de "comptes satellites du tourisme"<sup>18</sup> que l'on tente d'évaluer

---

<sup>18</sup>. La méthode des comptes satellites du tourisme, élaborée en France en 1980 et affinée en 1986 (Rapport de la Commission des Comptes du Tourisme, 1991, Pierre Py, 1996), consiste, afin de décrire et de présenter le poids économique du secteur, à classer les biens et services consommés par les touristes en plusieurs catégories. Les critères de classement ont pour objectif de distinguer les activités qui relèvent

aujourd'hui la production nationale ou régionale de ce secteur. Les critères retenus pour construire cet outil méthodologique nous persuadent du caractère plutôt artificiel de ce découpage. Les règles conventionnelles (et donc soumises à une certaine dose d'arbitraire<sup>19</sup>) qui président à la définition des contours du secteur touristique, rendent le travail de l'économiste plus délicat<sup>20</sup> que pour appréhender d'autres secteurs d'activité. Cette incapacité à présenter de manière précise le champ retenu, la diversité des branches et des acteurs à envisager (hôtels, restaurants, cafés, agences de voyages, ...) complexifie la tâche de l'économiste.

— Une troisième raison semble résider dans la nature singulière du secteur auquel notre objet appartient. En effet, *"dans le langage schématique de Colin Clark<sup>21</sup> le tourisme relève du secteur tertiaire, celui des services. Même si le tourisme tire avantage de facteurs matériellement favorables, comme l'eau, la montagne, la forêt, il ne fait pas produire des biens, comme les agriculteurs, forestiers, pêcheurs du secteur primaire. Le tourisme, quoi qu'on ait dit, n'est pas non plus une industrie : même s'il*

---

directement du tourisme et celles qui entretiennent avec lui un lien plus ténu. Quatre agrégats sont ainsi définis :

— T0 : cet agrégat mesure la consommation auprès des activités touristiques marchandes (restaurants, cafés, services d'un intermédiaire touristique, loisirs touristiques, hébergements autre que les hébergements à caractère privatif).

— T1 : cet agrégat rassemble les activités comprises dans T0 et comprend en plus les consommations liées aux séjours (hébergements privés, alimentation hors cafés et restaurants, autres services locaux, achats de biens durables et semi-durables).

— T2 : cet agrégat cherche à refléter la consommation touristique intérieure. Il se calcule en ajoutant à T1 les dépenses consécutives au transport entre le domicile et le lieu de séjour, les achats préalables aux voyages, les dépenses de services non-marchands.

— T3 : cet agrégat a pour objectif de mesurer la consommation touristique et para-touristique. Il s'obtient en additionnant à T2 les dépenses de consommation des non-touristes auprès des activités caractéristiques du tourisme (excursionnistes et locaux), c'est à dire des activités dont le niveau de production est très largement lié au phénomène touristique.

Les comptes du tourisme retiennent l'agrégat T2 pour évaluer le niveau de consommation touristique.

<sup>19</sup>. Par exemple, le calcul de l'emploi touristique s'effectue par l'application d'un coefficient de pondération touristique au nombre d'emplois de chaque secteur d'activité, considéré par la "tradition" comme touristique. En France, c'est la COFIT (la Confédération Française des Industries Touristiques) qui définit la valeur de ces coefficients de pondération. Ainsi, 75 % des emplois des hôtels et restaurants sont considérés comme touristique. Ces coefficients sont respectivement de 100 % pour les Offices de tourisme et syndicats d'initiative, 33 % pour les cafés, 20 % pour les taxis, ... (INSEE, 1990). On comprend bien que ces conventions peuvent faire l'objet d'une révision à n'importe quel moment.

<sup>20</sup>. Adrian O. Bull (1996) précise que l'une des questions spécifiques qui rend le travail de l'économiste plus ardu est *"celle de la définition du secteur dans la mesure où toute analyse économique et toute initiative de politique économique doivent faire référence à des espaces préalablement définis de l'économie"* (p. 23).

<sup>21</sup>. Colin Clark, dans son ouvrage *The conditions of Economic Progress* (première édition en 1940, édition en français en 1957), établit un découpage sectoriel des activités (les activités primaires, les activités industrielles et les activités de services) en se fondant sur les différences de croissance de productivité et sur la déformation de la demande. À cet égard, ce serait la tertiarisation de la consommation finale des ménages qui expliquerait en partie la transformation des structures d'activité au profit des services (J-C. Delaunay et J. Gadrey, 1987).

*aménage un bien naturel (une plage, par exemple), il ne le transforme pas en un produit nouveau destiné à une consommation lointaine, comme le secteur secondaire*" (M. Boyer, 1972, p. 171). Les prestations touristiques sont donc des activités de services qui sont rendues à des agents économiques particuliers que l'on qualifie de "touriste". En fait, pour être plus juste, le produit touristique doit davantage être perçu comme un produit composite offrant une combinaison de biens matériels et de prestations immatérielles. Comme le précise Christine Richter (1988), il serait préférable de le classer "*parmi les services dits mixtes*". L'appartenance du tourisme au secteur tertiaire n'a pas été un facteur en faveur du développement d'une réflexion économique à caractère théorique. En effet, alors que depuis la seconde guerre mondiale, les économies des pays développés se sont progressivement transformées en société de services<sup>22</sup>, il semble bien que l'étude des mutations structurelles qui ont affecté la société industrielle ait été relativement délaissée par les économistes ou tout au moins que ces études aient fonctionné principalement "*sur le mode de la transposition des méthodes ayant fait leurs preuves dans l'industrie*" (J. Gadrey, 1996, p. 30).

Jean Stafford (1996) dont l'objectif est d'essayer de mettre en place une analyse microéconomique du tourisme en arrive, face aux difficultés qu'il y a à rendre compte du fonctionnement des activités de services, à expliquer qu'il est préférable de "*donner aux prestations touristiques un statut comparable à celui des biens industriels*" (p. 43).

Ainsi, la domination de la représentation industrielle du produit et des méthodes d'approche et d'analyse qui lui sont associées, a eu, en particulier, pour conséquence de limiter le développement de travaux capables de rendre compte de la spécificité des activités de service. Comme le précise Jean Gadrey (1996), "*c'est bien sur la base de concepts industriels de produit et de productivité que la tradition économique, dans ses variantes classiques, marxistes, néoclassiques, micro ou macroéconomique, construit ses modèles interprétatifs universels et les applique indifféremment à toutes les activités, incluant les services*" (p. 30-31). A cet égard, l'économie du tourisme n'a pas été épargnée par cette orientation épistémologique qui, comme nous allons l'exposer dans la suite de notre analyse, appréhende le tourisme comme "*un bien dont l'utilité marginale est faiblement décroissante*" (A. O. Bull, 1996, p. 23). Ainsi, dans un cadre de pensée dominé par la production industrielle classique ou fordiste, le fait que la consommation émanant des touristes soit principalement constituée d'activités de service s'est révélée être, au moins partiellement, un obstacle à l'émergence d'une réflexion théorique adaptée.

---

<sup>22</sup>. Le secteur tertiaire regroupe aujourd'hui dans la plupart des pays développés 60 % à plus de 70 % de la population active (Jean Gadrey, 1992)

— Enfin, ce faible développement de la recherche dans le domaine du tourisme pourrait s'expliquer par l'existence de sous-domaines de réflexions. En effet, et ceci est une conséquence directe du fait que les frontières du secteur sont relativement floues, il existe, au sein de la science économique et de la science de gestion, différents champs de recherches qui s'interrogent sur des objets particuliers. Parmi ceux-ci, on peut repérer des travaux portant sur l'économie des transports (Yves Tinard, 1992), sur l'économie et la gestion des activités rattachées à la restauration, sur l'économie des modes d'hébergement (Yves Tinard, 1992), ou encore sur l'économie de la culture (Françoise Benhamou, 1996), de l'animation et du patrimoine monumental (Xavier Greffe, 1990). L'étude des entreprises touristiques, de leurs organisations, de leurs performances, de leur structuration (hôtels, cafés, restaurants, agences de voyage, musées...) relève traditionnellement de l'économie industrielle (François Coulomb, 1994). La dimension "touristique", dans chacun de ces travaux, intervient mais de manière plus ou moins marginale. On fait alors l'hypothèse que l'ensemble de ces éléments de recherche qui porte sur un aspect ou sur un sous-produit touristique constitue le champ de l'économie touristique. En ce sens, on peut se demander ce qui légitime un discours général sur l'économie du tourisme et une autonomisation de ce champ de réflexion alors que chacun des sous-produits constitutifs de ce que nous qualifions un produit touristique (les composantes transport, hébergement, restauration et animation) fait déjà l'objet de nombreuses analyses par d'autres champs de recherche. En fait, réduire la réflexion sur le tourisme à une réflexion sur chacun des éléments qui le composent est une position méthodologique largement insuffisante. On pourrait résumer notre position par l'idée que "le tout n'est pas équivalent à la somme des parties". Si le secteur touristique entretient des rapports étroits avec les secteurs des transports, de la restauration, du logement et de la culture (animation), il ne se confond pourtant pas avec eux. La compréhension des pratiques touristiques et des marchés qui leurs sont associés réclame la construction de cadres de pensées originaux, c'est à dire capables de comprendre qu'il existe une différence de nature entre l'acte de consommation effectué dans le cadre de vie habituel et l'ensemble des biens ou services que le touriste achète durant son déplacement touristique. Pour le dire autrement, on parviendra à rendre compte, de manière plus pertinente, des mutations constatées sur le marché en réfléchissant au préalable à ce qui différencie la pratique touristique des autres pratiques, en s'interrogeant sur les motivations et le (ou les) type de rationalité qui animent les touristes et en spécifiant ce qui distingue le produit de ses composantes. Ce serait cette difficulté théorique qui pourrait expliquer, en partie, l'interrogation soulevée par Paul Bodson et Jean Stafford (1988, p. 3) et qui consiste à se demander si le tourisme constitue "*un domaine suffisamment original et consistant pour susciter des recherches et des théories économiques spécifiques*". De même, cette complexité des problèmes soulevés par le tourisme serait à l'origine du constat de Christine Richter (1988, p. 218)

qui fait remarquer que *"la science touristique reste encore trop souvent spécialisée, segmentée ou sectorielle"*<sup>23</sup>. C'est la raison pour laquelle, elle en appelle à la construction de méthodes d'approche *"qui donneraient une vision claire, interdisciplinaire et universelle des multiples aspects de l'industrie touristique"*. Par conséquent, et tel est l'objet de cette thèse, il ne nous semble pas souhaitable de renoncer à réfléchir à la mise en place d'une analyse économique générale du tourisme.

Ainsi, ce serait le caractère récent et massif du développement du tourisme, l'appartenance des activités touristiques au secteur tertiaire et les contours incertains de ce champ d'études qui expliqueraient, en grande partie<sup>24</sup>, que *"les contributions à la connaissance du tourisme élaborées dans une perspective économique sont relativement modestes et manquent le plus souvent de précision et de cadre théorique"* (Paul Bodson et Jean Stafford, 1988, p. 3).

Toutefois, en dépit de cette relative rareté des recherches économiques portant sur le tourisme, il est possible de repérer dans la littérature économique quelques travaux qui semblent se rattacher au courant le plus influent de l'analyse économique, la théorie néoclassique. Il nous semble essentiel de les exposer pour disposer de la représentation et du traitement de cette réalité par l'analyse économique. Ces travaux doivent constituer pour nous une première base de réflexion. Cette présentation sera suivie d'une réflexion sur les limites de cette approche. Trois types de travaux vont être examinés. Si le premier type correspond à une transposition du cadre néoclassique pur à l'objet de recherche qu'est le tourisme, les deux autres approches, sans pour autant rompre avec ce cadre, s'interrogent sur la possible intégration, à cette structure théorique, de certaines spécificités que présenterait le tourisme.

---

<sup>23</sup>. D'ailleurs, certains ouvrages ayant pour objet d'étude l'économie du tourisme en général en viennent vite à dériver vers un sous-champ de cette économie. C'est une attitude symptomatique qui est, selon nous, à relier aux incertitudes et aux difficultés conceptuelles de ce secteur. C'est le cas des ouvrages qui affichent comme programme de traiter de l'économie du tourisme et qui réduisent leur champ d'analyse à l'entreprise touristique qui fabrique et commercialise les produits (Yves Tinard, 1992). Toutes les pratiques touristiques individuelles, qu'elles soient marchandes ou non marchandes, sont alors évacuées du domaine d'étude.

<sup>24</sup>. Il existe d'autres éléments explicatifs de ce relatif dédain théorique dont est victime le tourisme. On peut penser par exemple que la dimension ludique qui lui est attachée aurait pour conséquence d'exercer un effet de séduction moindre que d'autres domaines de recherche. En effet, le tourisme n'a pas encore acquis le statut scientifique ou la reconnaissance sociale dont bénéficient l'industrie ou les services financiers. C'est l'interprétation qui était avancée par J.G. Boyd en 1972 dans un bulletin de l'O.M.T. (Cité par G. Cazes, 1989, p. 8-9), il écrit que *"malgré l'importance qu'il a acquis aujourd'hui, le tourisme n'est pas encore reconnu à sa juste valeur. Ce manque de considération dont il souffre vient sans doute de ce que l'on voit en lui un parvenu frivole qui s'installe en intrus dans le monde sérieux et grave du développement économique. Ce nouvel arrivé aux allures de vagabond semble mettre en cause l'estime que l'on a, dans les cercles économiques attirés, pour le thème d'une productivité laborieusement accrue au prix d'un apprentissage assidu"*.

## II. 1 Une analyse classique : Donald E. Lundberg, M. Krishnamoorthy et Mink H. Stavenga (1995)

Cette approche, développée par trois économistes américains<sup>25</sup>, s'inscrit dans le cadre de l'analyse standard de l'économie. Leur exposé consiste, après avoir défini l'économie, en s'appuyant sur les travaux de Lionel Robbins (1932), comme l'étude du comportement humain dans sa relation entre des fins illimitées et "*des moyens rares qui ont des usages alternatifs*", à présenter la loi de l'offre de produits ou prestations touristiques, la loi de la demande et la formation des prix sur le marché. Conscients de travailler sur une réalité spécifique, ils cherchent, dans une deuxième étape de leur réflexion à repérer les cas de figures où l'échange du produit touristique semble ne pas obéir aux lois que lui dicte le marché. Dans un premier temps, nous présenterons leur démarche pour ensuite en faire une analyse critique.

### A) L'approche traditionnelle du marché touristique

Pour faire face au problème de la rareté, les individus, unités de base de l'analyse micro-économique, sont contraints de faire des choix. Dans cette tradition de pensée, c'est le marché et plus précisément les règles de fonctionnement de ce marché qui vont aider les individus à effectuer ces choix de manière optimale. En ce sens, le marché est ici l'instrument qui permet de parvenir à la meilleure allocation des ressources possible dans une économie.

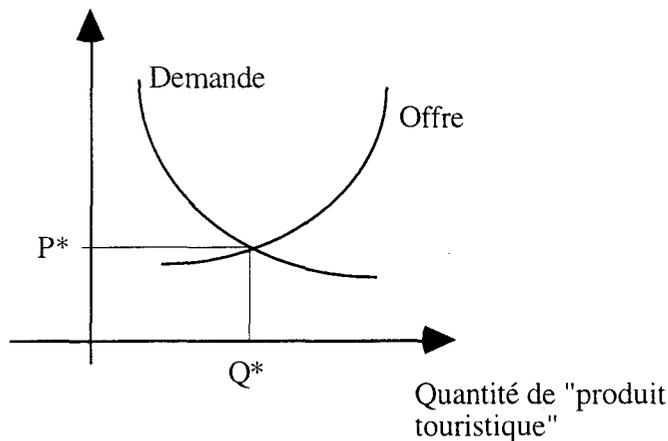
Le raisonnement s'appuie sur le postulat de l'individualisme méthodologique, c'est à dire que les individus sont caractérisés par des fonctions de comportements autonomes mais de même nature. En effet, que cet individu soit un consommateur de produit touristique ou un offreur, il va chercher dans les deux cas à maximiser son surplus. S'il est touriste, dans la limite de son budget, il va vouloir, en effectuant son achat, obtenir en retour le maximum de satisfaction possible et si c'est un producteur, il va chercher à maximiser son profit, en tenant compte des caractéristiques techniques de sa fonction de production et de l'état de la concurrence sur le marché.

---

<sup>25</sup>. Le même type d'approche, reposant sur les mêmes arguments, est présenté par Jean Stafford dans son ouvrage intitulé "Microéconomie du tourisme" (1996).

Dans cette approche, la satisfaction du touriste dépend essentiellement de la consommation de biens et services. La fonction de demande d'un bien ou d'un service est une fonction décroissante du prix de ce bien ou de ce service<sup>26</sup>. Inversement, la fonction d'offre de biens ou services est une fonction croissante du prix. Le marché est, dans ce cadre, le lieu de rencontre de ces deux courbes. C'est au point d'intersection de celles-ci que se déterminent simultanément le prix d'équilibre, la quantité demandée et la quantité offerte du bien ou service que l'on désirait échanger<sup>27</sup>. Ce point d'équilibre se présente comme la solution la plus efficace tant au niveau technique qu'au niveau de la répartition sociale (cf. Schéma n°1).

Schéma n°1 : l'équilibre sur le marché des produits touristiques  
 Prix du "produit touristique"



Dans leur analyse, les auteurs ne s'interrogent pas sur les raisons pour lesquelles un individu désire consommer, à un moment donné, un produit touristique. Cette position est en conformité avec l'analyse micro-économique du consommateur. En effet, dans cette tradition, l'économie ne se préoccupe ni des motivations profondes des individus, ni de la structuration particulière des goûts.

<sup>26</sup>. Cette idée que la quantité demandée d'une marchandise est fonction inverse de son prix est connue en économie sous le nom de "loi du débit" de Cournot. En 1838, Cournot fait remarquer, en se fondant sur des études empiriques, qu' "*une denrée est ordinairement d'autant plus demandée qu'elle est moins chère. Le débit ou la demande (...) croît en général quand le prix décroît*" (Cité par J. Boncoeur et H. Thouément, 1992, p. 34). Comme le précise Mark Blaug (1994, p. 141), "*la loi de demande à pente négative, comme le dénomme Samuelson, est, en fait, l'une des lois statistiques économiques les mieux établies*".

<sup>27</sup>. Il s'agit de la présentation classique de la théorie micro-économique du consommateur. Aucune spécification particulière n'est envisagée ici pour aborder la transaction touristique.

De plus, il n'y a pas de spécification particulière de ce qu'est un produit touristique. Les auteurs, sans le définir explicitement, qualifient de "produit" une ou plusieurs des composantes qui sont nécessaires à la réalisation du voyage. Une chambre d'hôtel, un circuit acheté dans une agence de voyage ou la location d'une voiture sur un lieu touristique sont, dans ce cadre, autant de "produits" touristiques. La coordination la plus efficace entre les offreurs et les demandeurs pour chacune de ces prestations sera celle qui s'établira sur le marché par l'intermédiaire du niveau des prix. C'est une optique qui privilégie une approche du produit comme relevant d'un assemblage de prestations que l'on combinera en fonction de son utilité et de sa contrainte de revenu.

## B) La relative spécification du marché touristique

Si pour de nombreux produits, la transaction s'effectue par un processus d'ajustement marchand, c'est à dire que "*le prix exprime la mesure des objets, en établissant une valeur d'échange*" (Pierre Yves Gomez, 1994, p. 56), les auteurs soulignent que pour le produit touristique cette représentation pose quelques difficultés. Nous envisagerons successivement les prolongements qu'ils proposent pour affiner le modèle du marché touristique tel que l'économie standard l'envisage.

### 1) Le produit touristique appréhendé comme un vecteur de caractéristiques

Conscients de la nature particulière des prestations qui vont faire l'objet d'un achat par le touriste, D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga<sup>28</sup> envisagent les apports de l'approche de Adrian O. Bull (1991). Ce dernier se fonde implicitement sur la théorie en termes de caractéristiques du produit de Kelvin Lancaster (1966).

L'approche Lancasterienne de la consommation consiste à supposer que, contrairement à la position défendue par la théorie néoclassique, les consommateurs n'évaluent pas les biens ou les services par leurs propriétés intrinsèques mais par les services (ou caractéristiques) qu'ils leur rendent. Lancaster conçoit ces "services" comme objectivement mesurables par tous les consommateurs. La demande de biens est ainsi dérivée de la demande de caractéristiques. Ainsi, par cette complexification du calcul du consommateur, il est possible d'intégrer des dimensions qualitatives (ce qui

---

<sup>28</sup>. Ils précisent en effet qu'il est particulièrement difficile de définir et de quantifier l'utilité d'un touriste.

dans le modèle de base de l'économie ne se faisait pas puisque le marché opérait la sélection qualitative) dans les choix de consommation. En ce sens, si les biens ou services se caractérisent par des fonctions, le consommateur va pouvoir attribuer à un bien ou un service ayant la même fonction "*une plus ou moins grande capacité à assurer celle-ci*" (Pierre Yves Gomez, 1994). Dans ce cadre, les touristes "*sont décrits comme maximisant, non pas une fonction d'utilité, mais une fonction transformée, qui décrit l'utilité tirée de la transformation d'un ensemble particulier de caractéristiques en un ensemble particulier de biens*" (M. Blaug, 1994, p. 150) ou de services. Cette théorie permet de concevoir que les goûts du consommateur restent inchangés alors que les demandes de produits sur le marché se modifient. Ainsi, le goût du voyage peut rester le même mais le type de formule retenue ("seat only", voyage à forfait, "fly and drive", ...) peut évoluer.

C'est pour mieux approcher le concept économique d'utilité, que l'on définit comme le bénéfice ou la satisfaction que le touriste retire de la consommation du bien ou du service touristique, qu'Adrian Bull (1991) reprend et adapte à son objet d'étude la théorie de la décision d'achat de Lancaster. Il expose une méthode fondée sur la décomposition du produit non plus comme un ensemble de composantes mais plutôt comme un ensemble de caractéristiques attachées au séjour touristique et jugées importantes par le touriste (comme le nombre d'heures de soleil, l'espace disponible sur la plage, ...). En ce sens, les fonctions attachées au produit sont des caractéristiques de qualité du produit et non des sous-produits eux-mêmes. S'il est possible de quantifier ces caractéristiques ou de leur affecter un coefficient de pondération, il est alors envisageable de déterminer quels types de caractéristiques et donc d'architecture de prestations sont capables de maximiser l'utilité du touriste<sup>29</sup>.

Cette maximisation va s'opérer en deux étapes :

— le touriste va d'abord réfléchir au niveau de qualité (c'est à dire aux services désirés) qu'il souhaite. Cet ajustement "*se pratique en relation avec "le portefeuille" de propriétés idéales des objets, communs à chacun. Il n'intervient pas dans le marché, mais avant lui*" (P. Y., Gomez, 1994, p. 58).

— Le niveau de qualité souhaitée étant retenue, les mécanismes de régulation par les prix vont pouvoir jouer.

---

<sup>29</sup>. Adrian Bull (1991) a établi, après une enquête auprès des touristes, une liste des caractéristiques principales que doit comporter un "bon" produit touristique : logements luxueux, qualité et diversité gastronomiques, qualité et diversité des prestations de services à caractère relationnel durant le voyage, fiabilité des transports, prestige du nom de l'organisme de voyage. Il omet de mentionner la caractéristique qualitative de coordination réussie entre les différentes composantes du produit.

Si, on perçoit bien l'intérêt que peut représenter l'analyse du produit touristique comme un vecteur de caractéristiques, nous reviendrons dans notre examen critique sur les limites de cette approche.

## 2) Les difficultés de la régulation marchande sur le marché des produits touristiques

Les auteurs soulignent de plus que pour quelques produits touristiques, comme par exemple une chambre d'hôtel, il est difficile de s'adapter rapidement à une augmentation ou à une diminution de la demande. Ceci peut avoir pour conséquence, à court terme, de déréguler le marché. En effet, construire un hôtel, c'est à dire augmenter l'offre de capacités, exige du temps et des financements. Ceci expliquerait, selon les auteurs, le décalage qui peut exister entre l'offre et la demande sur ce marché particulier (restaurants vides à certaines périodes, terrains de camping complets à d'autres)<sup>30</sup>. Plus le produit réclame des supports complexes à mettre en oeuvre ou des infrastructures coûteuses, plus la demande doit être anticipée. C'est pour cette raison encore, qu'ils soulignent que les services que l'on pourrait qualifier de services à forte dimension relationnelle (ils prennent l'exemple des prestations délivrées dans les agences de voyages), ne posent pas de difficultés particulières d'ajustement. Il nous semble que ces éléments d'analyse caractérisent, en fait, de nombreuses activités de service fondées sur l'offre de capacité.

De plus, les auteurs complètent leur analyse en expliquant que la relation entre l'offre et la demande est soumise à d'autres éléments que le prix. La publicité, les motivations humaines (ils parlent de complexité) et la représentation que les autres ont de notre consommation influencent fortement la demande. Par exemple, le déplacement au restaurant satisfait notre appétit pour la bonne chair mais peut répondre aussi à d'autres motivations comme notre désir de se restaurer dans une ambiance particulière. S'ils évoquent la possibilité que les éléments hors prix jouent un rôle dans la définition de la fonction de demande, ils ne cherchent pourtant pas à les intégrer.

---

<sup>30</sup>. Curieusement dans leur analyse, ce problème d'adaptabilité des structures d'offre à la demande n'est pas envisagé sous l'angle d'une réflexion sur les caractéristiques de la demande. En effet, la forte saisonnalité et le caractère volatile de la demande pourraient expliquer, dans une large mesure, l'absence d'un équilibre entre les quantités offertes et les quantités demandées.

### 3) Le produit touristique, "une bizarrerie de l'économie"

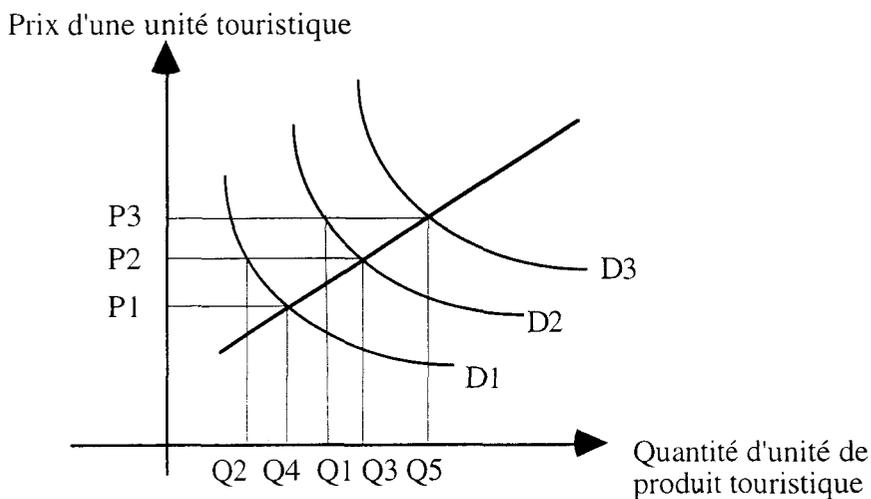
Dans le même ordre d'idée, D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga (1995) nous exposent ce qu'ils qualifient de "*bizarrerie de l'économie du tourisme*" (p. 34). Il s'agit de "l'effet Veblen" qui est un des éléments de la théorie de la classe de loisir que ce dernier a publié en 1899 (cf. chapitre II). Thorstein Veblen, à la fin du siècle dernier, expliquait que la consommation ostentatoire est une pratique qui consiste à acheter des biens ou services pour le prestige qu'ils apportent. De ce fait, contrairement à la loi du débit de Cournot qui postule que la quantité demandée d'un bien ou d'un service décroît au fur et à mesure que son prix augmente, l'effet Veblen cherche à montrer que pour certaines catégories de marchandises où la dimension symbolique est centrale, c'est le renchérissement de leur valeur qui stimule la quantité demandée. Ainsi, dans ce cadre, il est possible de comprendre pourquoi la démocratisation d'une destination ou d'un produit peut entraîner un relatif abandon de la fréquentation de cette destination ou de la consommation de ce produit par les classes les plus aisées. De même, cet "effet de snobisme" nous permet d'expliquer les raisons pour lesquelles, dans certaines situations, la demande varie dans le même sens que le prix. Dans le langage courant de la micro-économie, on parle de biens ou services ayant une élasticité-prix supérieure à l'unité. Ce sont donc les caractéristiques de ces produits ou les représentations qu'en a le corps social qui viendraient rendre "anormale" la pente de la courbe de demande. Appréhender la demande de produit touristique à l'aide de cet outil revient alors à considérer le produit touristique comme appartenant à la catégorie des produits de luxe.

Les trois économistes américains, pour expliquer les singularités du produit touristique, ont cherché à intégrer l'effet Veblen dans le cadre de l'analyse économique standard. Dans la mesure où cette démarche fera par la suite l'objet d'une analyse critique, nous nous proposons de détailler les principales étapes du raisonnement. Cette présentation aura pour intérêt de nous familiariser avec l'esprit qui anime ce type de travaux. Nous nous reporterons à la figure n°1.

Supposons que nous soyons au départ au niveau de prix  $P_1$  auquel correspond une quantité de bien achetée  $Q_1$ . Si les prix augmentent et passent au niveau  $P_2$ , les quantités demandées (on demeure sur la courbe de demande  $D_1$ ) devraient diminuer par exemple au niveau  $Q_2$ . Ceci ne se produira pas dans le cas d'une marchandise soumise à l'effet Veblen. En effet, l'augmentation du prix (le passage de  $P_1$  à  $P_2$ ) a eu pour conséquence de mettre en valeur les qualités de la marchandise offerte. Au lieu d'assister à une décroissance de la demande comme pour un bien ordinaire, de nouveaux consommateurs arrivent et provoquent un déplacement de la courbe de la demande vers

la droite (passage de D1 à D2). Si les prix continuent de croître (passage de P2 à P3), le déplacement de la courbe de demande vers la droite se poursuit (passage de D2 à D3). Nous obtenons une relation croissante entre les prix et les quantités demandées. On peut alors se demander quels sont les biens et les services qui entrent dans ce cas de figure. Selon eux, tout ce qui est relatif au monde du voyage et qui entre dans la consommation du touriste de "service supérieur préféré" subit, au moins partiellement "l'effet Veblen". Ainsi, comme ils le précisent, dans la mesure où de plus en plus d'individus américains atteignent des niveaux de revenus plus élevés, la demande en produit touristique augmentera dans une proportion plus importante que celle des revenus. De manière implicite, ils combinent les enseignements de la "loi d'Engel" dont nous avons vu dans le chapitre précédent qu'ils constituaient, pour les économistes, le principe de base d'explication de l'émergence du tourisme et "l'effet Veblen" pour incorporer une dimension symbolique et "sociale". Dans cette optique, "l'effet Veblen" vient renforcer la "loi d'Engel".

Figure n°1 : La courbe de demande de Veblen



La démarche de ces auteurs appartenant au courant d'analyse néoclassique a consisté à voir dans quelles mesures leur cadre de pensée était adapté aux échanges de biens et services à caractère touristique. Il semble que pour eux, le modèle standard de l'économie, c'est à dire une représentation de l'Économie appréhendée essentiellement à travers un mode de coordination par les prix, soit une grille de lecture satisfaisante pour comprendre les transactions portant sur des produits touristiques. Toutefois, ils cherchent, sans rompre avec les hypothèses qui constituent le noyau dur de ce courant de pensée (autonomie des individus, rationalité illimitée, et fonction de comportement réduite à une maximisation d'utilité individuelle), à complexifier et à

compléter leur analyse en envisageant certaines situations atypiques. Nous nous proposons à présent de dresser un examen critique de cette approche.

### C) Quelques éléments critiques

Le mérite de cette approche est d'essayer d'intégrer les transactions touristiques dans le cadre de la théorie standard de l'économie. Ceci témoigne d'une considération accrue et d'une reconnaissance officielle de la part des économistes pour un objet de recherche qui, jusque dans les années 80, ne bénéficiait pas d'un réel engouement. Néanmoins, cette intégration au courant d'analyse économique le plus influent n'est pas sans poser quelques problèmes. Trois types de remarques vont être abordés. Les premières sont spécifiques aux insuffisances de la théorie standard pour analyser le produit touristique, les secondes portent davantage sur le traitement des objets à caractère culturel par ce même corps théorique et enfin, les dernières insistent sur l'utilisation plutôt paradoxale de "l'effet Veblen" qui est proposée par l'approche traditionnelle. Les critiques que nous allons formuler doivent être envisagées comme autant de pistes de réflexion qui s'ouvrent pour améliorer la connaissance de ce phénomène.

### I) Une approche du produit problématique

Tout d'abord, comme nous l'avons indiqué auparavant, cette analyse repose sur une conception imprécise de la notion de produit. Parfois, il s'agit d'une prestation de service, parfois d'un bien, et parfois d'une combinaison des deux. Or pour que la transaction s'effectue selon le processus décrit par la théorie économique standard, il est nécessaire de faire l'hypothèse que le produit pré-existe à l'acte d'achat. En effet, la demande se définit dans ce cadre comme "*la quantité d'un bien que les acheteurs souhaitent acquérir pour chacun des prix possibles*" (E. Phelps, 1990, p. 8).

On suppose donc que l'acheteur, avant de se prononcer, connaît l'ensemble des caractéristiques ou spécifications techniques du produit. C'est en fonction de ces informations sur les différentes qualités du produit (rappelons que le prix est ici un vecteur d'évaluation de la qualité) qu'il va pouvoir exercer son choix. Si l'on peut admettre qu'un tel mécanisme puisse jouer pour l'achat de biens ou de services à forte composante matérielle (par exemple, le transport de personnes) dans la mesure où il est possible de définir une unité de produit et de lui associer un prix, il semble problématique de l'envisager pour les services à forte incertitude sur la qualité

(notamment en raison de leur composante relationnelle). Obtenir des informations sur le prix et la qualité des différents produits oblige à concevoir l'acte de production et l'acte de consommation comme deux réalités séparées, ou à standardiser complètement le service<sup>31</sup>.

Or, les activités de services sont caractérisées, à des degrés divers et suivant le type d'activité considéré, par la suppression de cette déconnexion entre la production et la consommation. Le service est, dans la plupart des cas, coproduit par le prestataire et le client. Nous partageons donc la position de Jacques De Bandt (1995) lorsqu'il écrit que *"le marché ne peut être formalisé, dans le cas des services, sous la forme d'une confrontation entre des fonctions (ou courbes) d'offre et des fonctions (ou courbes) de demande pour des unités de produits standardisés ou suffisamment homogènes et le prix ne peut être formalisé comme étant la solution simultanée des équations d'offre et de demande ou comme l'intersection des courbes d'offre et de demande"*(p. 100). Cette critique nous ouvre des pistes de réflexion. En effet, on comprend que pour mettre en place les éléments théoriques d'une économie du tourisme, une interrogation préalable sur le produit, ses composantes et la diversité des logiques productives existantes s'avère nécessaire.

Plus généralement, on constate que l'approche traditionnelle résume à la fois l'acte de consommation et l'acte de production à leur plus stricte expression. La consommation n'est envisagée ici que sous l'angle de l'achat d'une marchandise et la production sous l'angle de la vente d'une marchandise. On ne se préoccupe nullement de la stratégie du consommateur, de l'utilisation effective du bien ou service acheté, de la formation des choix. De même, la production, les méthodes à mettre en oeuvre et l'organisation productive sont évacuées du champ de l'analyse. La représentation économique qui nous est donnée par la théorie standard est celle d'une économie d'échanges purs de produits touristiques. C'est une économie d'allocation de ressources où préalablement ont déjà été élaborés les produits et où la carte des préférences des individus est déjà donnée. L'ensemble de ces limites apparaît comme autant de carences qui finissent par remettre en cause la relative pertinence d'une telle analyse pour appréhender la structuration particulière du marché touristique.

À cet égard, les développements lancastériens qui sont proposés par A. Bull (1991) sont intéressants mais reposent sur des hypothèses restrictives. En effet, l'approche de Lancaster (1966) suppose *"l'existence d'un collège d'idéaux connus de tous"* (P-Y. Gomez, 1994, p. 57), c'est à dire que les caractéristiques sont objectives et

---

<sup>31</sup>. Des stratégies d'industrialisation des activités de service peuvent réduire la part de la coproduction. On peut penser à des formules de voyages standardisés où l'ensemble des prestations sont spécifiées au préalable. Toutefois, si certaines des composantes du produit sont standardisables (transport, restauration en self-service, ...), d'autres que l'on pourrait qualifier de "relation de service" (J de Bandt et J. Gadrey, 1994) de par leur nature, ne peuvent subir un processus d'industrialisation. Un service totalement standardisé et spécifié est un service duquel la relation de service est exclue.

transcendantes aux objets. On ne sait ni d'où elles viennent ni pourquoi elles recueillent, à un moment donné, les suffrages des touristes. Pourtant, certaines des caractéristiques que l'on attache aux objets sont le fruit d'une construction sociale et historique et évoluent au gré des transformations sociétales (a fortiori pour les activités de services où la relation de service est centrale). Si tel est le cas, alors il n'est plus possible de définir des vecteurs fixes de caractéristiques au sens où K. Lancaster l'entend. Ceci a pour principale conséquence, en remettant en cause l'hypothèse de l'existence de composantes objectivement mesurables et communes à tous les consommateurs, de rendre impossible la construction d'une fonction d'utilité.

## 2) La spécificité des marchés culturels oubliée

On peut adresser une autre critique à cette analyse du marché touristique. Cette critique n'est pas spécifique au champ du tourisme mais touche plus généralement l'ensemble des activités à dimensions culturelles et symboliques. Elle vise les tentatives opérées par la théorie standard pour intégrer de force tout type de produit au sein de sa construction. En effet, la théorie présentée par les trois auteurs américains n'est, malgré les détours lancastériens et vébleniens proposés, qu'une simple transposition à un secteur spécifique d'une théorie qui veut avoir une portée générale. Les aménagements proposés ne remettent pas en cause les hypothèses essentielles qui fondent cette représentation de l'Économie et prouvent la capacité et la puissance de traitement analytique du modèle.

Toutefois, si cette représentation semble pertinente et adaptée pour rendre compte du fonctionnement de certains biens, elle résiste difficilement (malgré l'incorporation de "l'effet Veblen") aux spécificités de la consommation de produits qui sont vecteurs et producteurs de symbolique. Alfred Marshall, dans ses "Principes d'économie politique", reconnaissait volontiers que la loi de Gossen (1854), qui est au fondement de la théorie de l'utilité marginale décroissante, a une portée explicative limitée pour tout ce qui concerne les consommations à dimensions culturelles et récréatives. En effet, adopter la loi de Gossen suppose que l'on reconnaisse "*qu'il n'y ait aucune altération avec le temps dans le caractère et les goûts des individus*" (1966). Pour le dire autrement, il semble bien que les outils de la théorie économique néoclassique, en dépit de développements récents particulièrement riches<sup>32</sup>, aient quelques difficultés à rendre compte de la consommation et de la production de telles réalités<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>. On peut penser au modèle de Gary Becker et de Georges Stigler développé en 1977 et qui porte sur la consommation musicale

Les consommations à caractère culturel, dont l'achat de produits touristiques en constitue une dimension, semblent donc obéir (cf. chapitre II) à un ensemble complexe de déterminants sociaux, économiques, et psychologiques<sup>34</sup>. Kurt Krapf, dont l'ouvrage sur la consommation touristique (1964)<sup>35</sup> constitue une référence sur le sujet, soulignait que *"le tourisme est un exemple typique d'une satisfaction de besoins qui correspond à l'idée que l'on se fait du mode de vie approprié à son standing. Il ne recèle donc pas uniquement des considérations utilitaires, mais contient une grande part d'éléments extra-économiques, donc irrationnels. Pour tenir compte de cette situation, une enquête sur le tourisme doit se hisser en quelque sorte au-dessus des données objectives et des institutions, et s'étendre à la vie sentimentale de l'homme, ainsi qu'au mode de vie choisi par lui"* (p. 30-31).

Inscrire notre réflexion dans cette trajectoire<sup>36</sup> nous paraît utile et porteur d'éléments théoriques pertinents pour rendre compte de la diversité des modes de consommation touristique. En fait, la consommation de produit touristique (et plus généralement de nombreuses pratiques à caractère culturel ou de loisirs) s'inscrit dans l'utilisation de revenus et de temps non contraints (le temps libre étant constitué de temps contraint et de temps non contraint). Cette caractéristique n'est pas sans avoir de conséquences sur l'acte d'achat des touristes. En effet, depuis son émergence au XVIII<sup>ème</sup> siècle, la théorie économique a pour fondement philosophique la raison universelle dont l'une des dimensions réside dans la rationalisation du temps<sup>37</sup>. De ce fait, lorsqu'elle cherche à

---

<sup>33</sup>. Comme le précise Françoise Benhamou (1996, p. 13), *"Le paradigme néoclassique à l'épreuve— L'économiste est embarrassé pour rendre compte de ces consommations plus sensibles a priori aux déterminations psychologiques ou sociologiques qu'économiques"*.

<sup>34</sup>. René Baretje, dans sa thèse sur "la demande touristique"(1968), fait remarquer que "Devant la multitude de facteurs qui entrent en ligne de compte, la tentation de proposer une classification est grande. Mais une difficulté apparaît aussitôt, la ligne de démarcation entre les critères reconnus demeure vague" (voir aussi R. Baretje, 1972). Dans le même ordre d'idée, Guy Gay-Para (1985) cherche à comprendre les nouvelles configurations de la demande touristique à travers la connaissance de "l'ethos touristique". Dans la suite de notre réflexion, nous émettrons quelques réticences sur la portée analytique de tels travaux fondés sur une approche en termes de socio-styles.

<sup>35</sup>. 1964 correspond à la date de la traduction en français de l'ouvrage de K. Krapf.

<sup>36</sup>. K. Krapf (1964) indique, dans un autre passage de son ouvrage, que *"la théorie actuelle répond que c'est le prix du marché qui détermine la nature et l'importance de prestations en matière de tourisme. (...) Il semble toutefois que cette façon de présenter les choses ne mette pas encore suffisamment à jour les causes véritables de cette évolution. (...) On força quelque peu les coulisses pour y faire pénétrer les facteurs irrationnels, en se référant à certains cas de comportements non économiques, la mode par exemple. On a cru se rapprocher ainsi de la réalité. N'est-il pas tentant, dès lors, de renoncer à de semblables palliatifs et de repartir à la recherche du dénominateur commun aux divers comportements du consommateur, et surtout à celui du touriste"* (p. 38-39).

<sup>37</sup>. On peut penser à la division du travail décrite par Adam Smith en 1776, à la mondialisation progressive du capitalisme comme conséquence du développement du machinisme et des gains de productivité envisagée par Karl Marx en 1863, ou encore au mode de production imaginée par Frédéric Taylor en 1895 (organisation scientifique du travail) où l'efficacité productive a pour principale dimension le gain de temps. Jean Gadrey souligne d'ailleurs que le concept de productivité (c'est à dire

comprendre les logiques qui animent la consommation touristique, elle est confrontée à une hypothèse sur le temps qu'elle a des difficultés à appréhender. Le temps, dans l'espace de consommation touristique, n'est pas toujours une variable à "rationaliser"<sup>38</sup> ou tout au moins les critères de rationalisation qui peuvent y avoir cours sont assez éloignés de ceux que retient la théorie économique la plus influente. Celle-ci échoue donc, au moins partiellement, dans son projet "d'intégration forcée" d'une réalité particulière dans des cadres supposés universels<sup>39</sup>. Nous y reviendrons dans la suite de notre analyse.

On peut admettre que cette particularité est déterminante et permet de penser qu'il convient d'accorder à "*l'univers de l'individu*" (P. Moati, 1993) une place primordiale dans le processus de consommation. On peut définir "*l'univers de l'individu*" comme une vision ou une représentation du monde composée de connaissances, de valeurs, et de normes de comportements<sup>40</sup>. Le tourisme pourrait donc être perçu comme un support d'éléments passionnels et personnels et à ce titre, il ferait rentrer dans les choix de consommation et dans les processus de consommation des facteurs et des éléments en rapport avec ce que nous entendons par "*univers de l'individu*". À cet égard, il nous semble qu'une clarification sémantique s'impose. Au concept de "consommation touristique", nous préférons le concept de "pratique touristique".

Nous définirons le concept de "pratique" comme l'ensemble des actes que l'individu va vivre dans un espace de liberté en cherchant à y mettre du sens et qui lui font sens<sup>41</sup>.

---

"d'efficacité temporelle) "*est, depuis plus d'un siècle, le plus important, au moins chez les économistes*" (p. 30). L'économie politique s'est construite en faisant du temps la ressource rare par excellence.

<sup>38</sup>. Même si certaines formes de voyages organisés (ou encore le tourisme urbain), par l'ampleur du programme prévu, ont tendance à vouloir rentabiliser les déplacements. Ce type de formule ne représente qu'une fraction des formes de déplacements. De plus en plus d'ailleurs, ils se combinent avec une période de repos après ce temps de découverte intensif (Jean-Pierre Lozato-Giotart, 1991).

<sup>39</sup>. La nature spécifique (émotionnelle, passionnelle, ...) de l'activité touristique se prêterait mal à un processus de rationalisation dans l'acte d'achat.

<sup>40</sup>. Une littérature en plein développement (Amartya Sen (1993), A. Etzioni (1988), James March (1989), l'approche de l'économie des conventions (Revue Économique, Vol 40, mars 1989), ...) insiste sur le fait que les comportements des individus ne sont pas uniquement motivés par l'intérêt individuel mais aussi par des conventions, des métapréférences, des émotions, des règles morales, des normes sociales qui guident les acteurs dans leurs pratiques économiques. C'est l'idée qui consiste à dire que toute action individuelle ne trouve pas forcément, contrairement à ce que postule la tradition utilitariste, une justification dans la recherche de l'intérêt particulier. Il peut y avoir de la part de l'acteur un choix conscient pour un autre système de valeurs (moral, passionnel, ...). Ceci a pour conséquence de modifier la représentation traditionnelle (à savoir forgée à partir des principes utilitaristes) de l'acte d'achat. Il nous semble, que pour notre objet d'étude, tous ces éléments ouvrent des pistes de réflexions particulièrement stimulantes.

<sup>41</sup>. Nous rejoignons la position de Joëlle Farchy (1992) quand elle écrit que "*Le terme pratiques culturelles ne recoupe pas exactement celui de consommations culturelles. La "consommation" renvoie uniquement aux comportements donnant lieu à l'échange de biens et de services sur un marché. Le terme "pratiques" rend compte plus largement des comportements ne se matérialisant pas directement par un achat*" (p. 93).

Dans cette optique, la consommation de biens et de services, les relations interpersonnelles, les langages symboliques, les valeurs... sont autant d'éléments et de moyens mis à sa disposition pour exprimer son identité. Envisager de parler de "pratique" plutôt que de "consommation" présenterait plusieurs mérites dans le cadre de notre étude. Non seulement, cela permettrait d'insister sur les différentes dimensions constitutives de l'épaisseur du "produit touristique" (une consommation de temps, une consommation rattachée à un univers symbolique, ...), mais en plus cela intégrerait le fait que, dans l'élaboration de certaines composantes du produit touristique, le degré de participation du touriste peut jouer un rôle non négligeable. Il est d'ailleurs fréquent dans le domaine de la culture et des loisirs de préférer le concept de pratique à celui de consommation (F. Benhamou, 1996)<sup>42</sup>.

Ainsi, même si à l'intérieur de chaque marchandise coexistent une dimension fonctionnelle et une dimension immatérielle ou imaginaire (R. Rochefort, 1995), il n'y a pas de raison de croire que ces dimensions y soient à part égale dans tous les produits. Un produit de luxe (par exemple une robe de haute couture) a une composante utilitaire (établir une convivialité, ...) même si ce n'est pas d'abord ainsi qu'il est perçu. Inversement, un produit de base, même banal, cache un imaginaire bien que cette dimension ne soit pas toujours explicite à chaque achat. Le produit touristique (et plus généralement les loisirs) ferait partie de l'ensemble de ces biens ou services caractérisés par le poids important de la dimension immatérielle et symbolique et à cet égard, l'individu chercherait, dans bien des cas, à y imprimer une partie de ses désirs et de sa personnalité. Il nous semble que retenir cette dimension active (c'est à dire la volonté plus ou moins affichée de participer à l'élaboration de tout ou partie des dimensions du produit touristique) peut s'avérer fort éclairant pour comprendre les logiques de consommation et de production en vigueur sur cet espace de liberté.

### 3) Une lecture particulière de Veblen

De plus, fonder une approche du marché touristique en réduisant le comportement de l'individu à l'exercice d'une rationalité instrumentale<sup>43</sup>, comme le fait la théorie économique standard, pose quelques difficultés pour appréhender les comportements

---

<sup>42</sup>. En un certain sens, cela revient à prendre en compte dans l'acte de consommation du touriste un certain nombre de composantes sociales et culturelles. On rejoint, par certains côtés, la notion de capital culturel de Pierre Bourdieu (1979).

<sup>43</sup>. Il est possible d'éclairer cette réflexion en reprenant la distinction établie par Herbert Simon (1959) entre la rationalité substantielle qui vise à l'optimisation sous contraintes et la rationalité procédurale dont l'objectif vise la satisfaction ("satisficing") de l'individu. La théorie économique standard adopte l'hypothèse d'individus mus par la rationalité substantielle.

d'achat et l'ensemble des pratiques observées. L'une des solutions retenues pour contourner les incohérences rencontrées (c'est à dire les écarts qui peuvent exister entre ce que la théorie enseigne et ce que la réalité nous dévoile), consiste à puiser dans l'histoire de la pensée des lois économiques pour les intégrer et ainsi conserver la cohérence du modèle d'explication.

C'est ce type d'attitude qui explique l'appel à "l'effet Veblen" qui semble être pour ce courant de pensée une référence théorique importante. En effet, comment à la fois soutenir que la demande pour un produit touristique est fonction inverse de son prix (postulat de base de la théorie microéconomique du consommateur) et expliquer l'attraction que suscitent les endroits les plus luxueux de la planète. L'effet Veblen vient au secours de ce paradoxe en établissant une hiérarchie des biens. La théorie standard admet donc la spécificité du tourisme sans pour autant revenir sur les fondements du modèle. On comprend pourquoi la réflexion sur ce paradoxe n'a pas été poussée plus loin. En effet, cela aurait nécessité de s'interroger sur la pluralité des motivations des individus qui pratiquent le tourisme et de contester certaines hypothèses qui fondent l'approche traditionnelle.

Il est d'ailleurs symptomatique de constater les transformations et la réduction que l'on a fait subir à la pensée de Veblen. On a conservé le principe général qui énonce que *"plus un bien est cher, plus il peut être demandé"* sans le rattacher au cadre de pensée duquel il est tiré. En effet, Veblen non seulement n'appartient pas au courant de pensée économique traditionnel mais en réalité, il en est un farouche opposant<sup>44</sup> (Thorstein COREI<sup>45</sup>, 1995). Dans sa "Théorie de la classe de loisir" (traduction française, 1970), il développe une approche singulière du comportement d'achat. Il ne considère pas l'hédonisme comme le moteur de l'action humaine et rejette le concept d'*homo-oeconomicus*. Pour lui, l'homme est *"davantage une structure cohérente de propensions et d'habitudes qui cherchent réalisation et expression dans une activité"* (p. 380). Il ajoute que l'homme est *"un animal social qui se conforme aux normes et formes générales de sa culture et aux standards plus spécifiques des groupes culturels et de l'entourage auquel sa vie est liée. Ses besoins et son comportement sont fortement influencés par les membres du groupe dont il fait actuellement partie, et par les membres du groupe auquel il compte appartenir"* (1970).

Toute "l'épaisseur sociale" qui, selon Veblen, caractérise l'acte de consommation et qui permet ainsi d'apporter des éléments d'explication sur l'émergence et la structuration

---

<sup>44</sup>. La conception que Veblen se fait de l'économie s'écarte radicalement de celle de l'approche traditionnelle. Il perçoit l'*homo-oeconomicus* comme une fiction et rejette l'idée qu'un ordre naturel, porteur de progrès économique et social, puisse s'établir spontanément et durablement. Il pense que la science économique, loin de l'attitude prédictive qu'elle a parfois, doit se cantonner à la description et à la compréhension des changements dans une société.

<sup>45</sup>. COREI (1995) est le Collectif de Recherche sur l'Économie Institutionnaliste.

particulière d'une demande, est évacuée du champ de l'analyse. Cette remarque ainsi que la précédente doivent susciter de notre part la mise en place d'une réflexion sur la multiplicité des dimensions et des déterminants qui affectent la consommation touristique.

De plus, comme nous l'avons précisé dans le chapitre II, aux origines de son développement, le tourisme était classé parmi la catégorie des produits de luxe. Il comprenait, en effet, une forte dimension ostentatoire. Il semble bien qu'aujourd'hui les frais occasionnés au cours d'un voyage à des fins ludiques ne soient plus à considérer, dans la plupart des cas, comme relevant de dépenses luxueuses. L'émergence du tourisme de masse et la progression des taux de départ ont transformé la réalité du voyage et la représentation que le corps social peut en avoir. Comme le précise J. Stafford (1995), *"la société postmoderne se définit par une recherche hédonistique constante, par de nouveaux désirs et de nouveaux besoins. La demande touristique est l'une des caractéristiques principales de ce type de société"* (p. 10-11). La généralisation des départs en vacances<sup>46</sup> et l'intégration progressive des dépenses touristiques dans une norme de consommation aurait donc eu pour conséquence d'atténuer fortement le caractère luxueux qui, autrefois, était attaché au tourisme. Si tel est bien le cas, la portée analytique de la spécification proposée par D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga s'en trouve particulièrement réduite.

L'analyse économique traditionnelle échoue, au moins partiellement, dans sa tentative d'approcher l'échange des produits touristiques. En envisageant l'intégration de cette réalité dans un cadre théorique purement marchand, elle tend à exagérer l'importance que le calcul rationnel peut prendre dans les choix du touriste et à négliger l'existence de spécificités et de mobiles attachés au domaine culturel et de loisir. Dans ce cadre, les échanges de produits touristiques semblent obéir aux mêmes mécanismes qui régissent les échanges de n'importe quelle marchandise. En approfondissant certains résultats auxquels parvient l'analyse néoclassique, le tourisme et l'économie qui lui est rattachée apparaissent comme un objet particulier qui interroge la science économique en l'incitant à dépasser ses modes de pensées et ses approches courantes.

---

<sup>46</sup>. Par exemple, pour le cas de la France, *"l'écart entre les taux de départ des catégories socioprofessionnelles aux comportements les plus opposés était de 73 points en 1974, il n'est plus que de 47 points en 1994. Cette homogénéisation est d'abord le résultat de la diffusion des vacances dans le monde agricole, mais on assiste aussi à un rapprochement des comportements des autres catégories vers celui des cadres et professions libérales. Ainsi, l'écart des taux de départ entre ces derniers et les ouvriers était-il de 40 points en 1974; il n'est plus que de 29 points en 1994"* (Marceline Bodier et Emmanuelle Crenner, 1996, p. 405).

Tout en s'inscrivant dans le cadre de l'analyse économique standard, certains travaux ont cherché à développer des problématiques particulières sur le tourisme. Sans toutefois passer en revue toutes ces recherches, il nous semble intéressant d'envisager comment certains économistes utilisent les outils de la théorie microéconomique et en particulier la théorie des surplus pour justifier le développement touristique sur un territoire. C'est l'objet du modèle de H. Latimer (1986). Les critiques qui ont été faites au modèle classique du marché touristique s'adressent également à cette représentation du fonctionnement de l'économie touristique.

#### D) Quelques prolongements : l'analyse en termes de surplus de H. Latimer<sup>47</sup> (1986)

Si cette analyse appartient au cadre d'une approche traditionnelle de l'économie en raison d'un certain nombre d'hypothèses (comme l'existence d'un équilibre issu de comportements de maximisation sous contrainte sur le marché des produits touristiques), elle envisage la réalité touristique sous un autre angle. Elle fait l'hypothèse que nous nous situons dans un système économique local fermé qui s'ouvre au tourisme. Nous présenterons les principales étapes de son raisonnement.

##### 1) Les grands axes de son approche

Dans un premier temps, H. Latimer prend soin de préciser ce qu'il entend par "produit touristique". Il le définit comme un ensemble de biens et de services qui va être consommé par le touriste durant son déplacement et son séjour. Par conséquent, un bien ou un service est touristique à partir du moment où il est consommé par un touriste. A priori, aucun bien ou service n'est exclu du champ de la consommation touristique. De ce fait, l'auteur nous explique que les producteurs touristiques sont beaucoup plus nombreux qu'il n'y paraît. S'il n'est pas surprenant d'intégrer les hôtels, les restaurants, les agences de voyages dans la catégorie des offreurs de prestations touristiques, H. Latimer rappelle qu'il convient aussi de ne pas oublier les bars, les magasins, les compagnies de transports, les entreprises d'animations sportives et culturelles, les prestataires de services publics, etc. Tous sont en quelque sorte, à des degrés divers, concepteurs du produit touristique.

---

<sup>47</sup>. Une première version de l'approche de Latimer a été publiée en 1981 dans "The International Journal of Tourism Management".

Cette approche du produit touristique le conduit à distinguer deux types de demande, la demande locale ou domestique et la demande touristique. La demande touristique vient, en quelque sorte, s'ajouter à la demande locale. Ceci n'est pas sans avoir un certain nombre de conséquences. En effet, selon H. Latimer, on aboutit à l'idée que la caractéristique de "l'industrie touristique" réside dans le fait que l'ensemble des prestations qui sont produites et vendues ne s'adressent pas spécifiquement à la clientèle touristique mais qu'elles peuvent également faire l'objet d'une consommation par les acteurs locaux. Pour nous convaincre, il prend l'exemple d'un restaurant apprécié pour les qualités de son cuisinier avant l'apparition et le développement du tourisme, en expliquant qu'il n'y a pas de raisons particulières pour que les qualités de ce cuisinier soient ignorées par la clientèle locale consécutivement à l'arrivée de touristes.

Son objectif est de montrer à l'aide de la méthode microéconomique des surplus, en envisageant plusieurs hypothèses quant à la pente et à la forme de la courbe d'offre et de demande, que le tourisme est souvent un stimulant économique qui permet la création d'emplois et le développement de richesses. Il admet que dans de nombreux cas, suite à l'apparition d'une demande touristique, le surplus du producteur est supérieur au surplus du consommateur.

En partant du postulat qui fonde le discours de l'économie politique, à savoir que les ressources sont rares, l'auteur cherche à prouver que l'arrivée de touristes dans une localité n'est pas obligatoirement synonyme de désutilité<sup>48</sup> pour les acteurs locaux (apparition de conflits d'occupation de l'espace ou d'accès aux biens et services<sup>49</sup>). La venue de touristes permet de bénéficier d'économies d'échelles et plus généralement de baisse des coûts, ce dont la population locale ne pourrait se plaindre. De plus, face à cet afflux de touristes venus admirer les splendeurs locales, les pouvoirs publics vont chercher à améliorer l'état des routes et des infrastructures, à soigner le cadre de vie urbain (réhabilitation de vieux quartiers, politique antipollution, ...), à diversifier les activités de loisirs... L'analyse économique dispose d'une catégorie pour penser tous ces éléments positifs qu'apportent de manière indirecte le développement du tourisme. En effet, il est possible de voir le tourisme comme producteur d'externalités positives sur le milieu local.

---

<sup>48</sup>. Certains sociologues (Alain Laurent, 1977), au delà des impacts que peut provoquer le tourisme sur l'environnement naturel, insistent aussi sur les effets que peuvent générer des modèles culturels différents sur le milieu local. "*Le déferlement des foules et la suroccupation de l'espace ne constituent pas les seuls signes du règne du tourisme de masse : la manifestation la plus subtile et la plus prégnante en est peut être l'émergence de modèles culturels, de modes de vie aussi singuliers qu'étrangers aux particularités de la vie locale et régionale*" (p. 67).

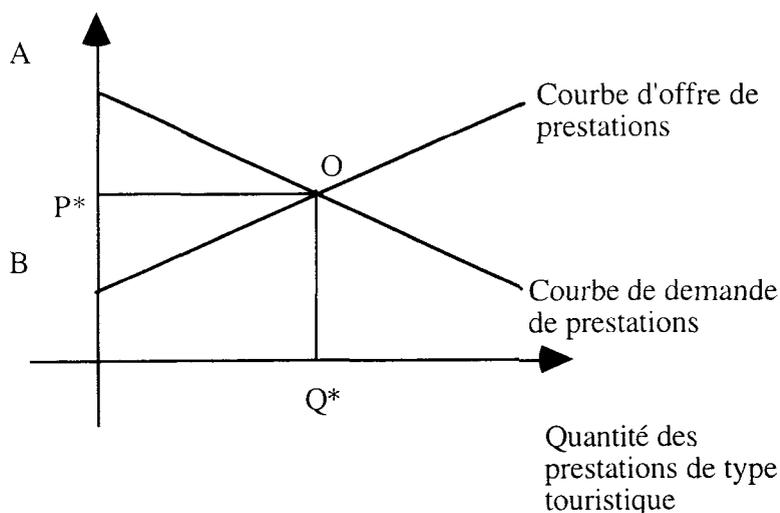
<sup>49</sup>. On peut penser aux plages surpeuplées, aux queues interminables dans les services publics ou encore à la pénurie des places de parking (J-M. Dewailly et E. Flament, 1993).

H. Latimer, pour montrer les impacts économiques consécutifs à l'arrivée des touristes, schématise les principaux points de son analyse<sup>50</sup>. Trois graphes vont illustrer ses propos.

Le schéma n° 3 représente la situation du marché avant l'apparition du tourisme. En abscisse, on y a porté les quantités de prestations et en ordonnée, les prix de ces prestations. Le surplus du producteur correspond au triangle BP\*O et celui du consommateur local au triangle AP\*O. Cette situation correspond à une situation classique d'équilibre de marché. Dans ce cadre, les prix régulent les quantités de prestations qui sont consommées par les acteurs locaux. Ces prestations pourraient faire l'objet d'une demande de la part des touristes s'il y en avait.

Schéma n° 3 : Situation de l'économie locale avant l'arrivée des touristes

Prix des prestations de type "touristique"



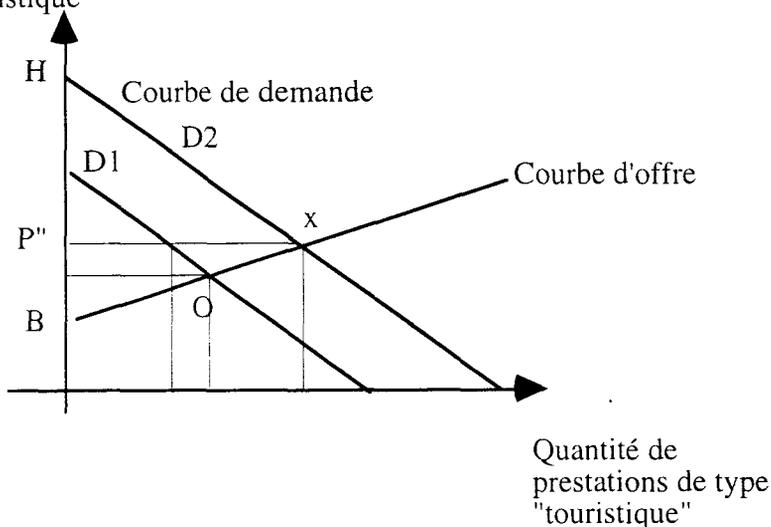
Le deuxième schéma (Schéma n° 4) cherche à rendre compte des perturbations économiques que subit l'économie locale suite à l'arrivée de touristes. Pour le dire autrement, une nouvelle demande de prestations vient s'ajouter à celle qui émanait déjà

<sup>50</sup>. Pour plus de commodité et de clarté, nous reprenons les schémas proposés par l'auteur.

des acteurs locaux. La courbe de demande se déplace (D1 à D2) et un nouvel équilibre apparaît au point X. On suppose que, dans un premier temps, l'offre n'a pas les capacités pour réagir aux transformations de l'économie locale (on rejoint le point de vue de Lundberg, Krishnamoorthy et Stavenga). Les principales conséquences pour les différents acteurs en présence sont l'augmentation du niveau des prix<sup>51</sup> des prestations (ce qui dépend de la pente de la courbe d'offre<sup>52</sup>) et l'accroissement considérable du surplus du consommateur (triangle HP"X). Ceci risque (selon la théorie traditionnelle) d'inciter les producteurs à se porter sur ce marché.

Schéma n° 4 : Arrivée des touristes sans adaptation de l'offre

Prix des prestations de type "touristique"



Le schéma n° 5 illustre la réponse des acteurs de l'offre consécutivement à cette augmentation de la demande de prestations de type touristique. La perspective de gains

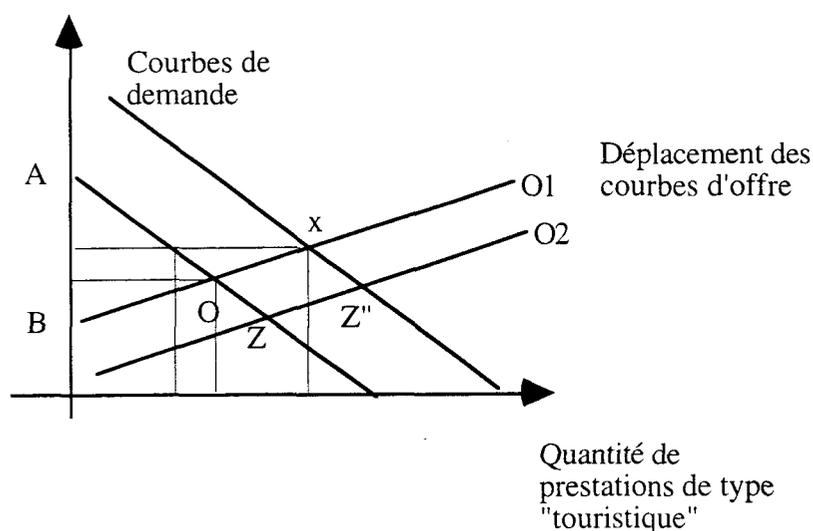
<sup>51</sup>. De nombreux manuels insistent sur le caractère inflationniste du tourisme (R. Baretje et P. Defert, 1972).

<sup>52</sup>. Dans le cas d'une courbe d'offre horizontale (ce qui revient à dire que l'élasticité prix est nulle), il n'y a pas de répercussion sur le niveau général des prix.

particulièrement importants a eu tendance à attirer les producteurs sur ce marché. La courbe d'offre se déplace (O1 à O2) et un nouvel équilibre apparaît au point Z". Selon la théorie microéconomique, les producteurs vont se rendre sur ce marché jusqu'à ce que l'équilibre entre le surplus du consommateur et le surplus du producteur se rétablisse (situation initiale, c'est à dire avant l'arrivée des touristes). L'augmentation du nombre de producteurs a pour effet de faire diminuer les prix (passage de X à Z").

Schéma n ° 5 : Adaptation des structures d'offre

Prix des prestations de type "touristique"



Grâce à ces différents schémas, on perçoit bien l'intérêt pour un territoire (une commune, une région, ...) de développer le tourisme. Après une période inflationniste qui peut causer du désagrément aux acteurs locaux, le tourisme semble être vecteur d'activités et d'emploi (par la réalisation d'économies d'échelles). Son impact économique est présenté dans cette approche comme étant largement positif. Conscients du caractère réducteur de cette analyse et des hypothèses fortes qui pèsent sur les pentes des courbes, H. Latimer dresse un tableau récapitulatif où il envisage des situations où le surplus du producteur est supérieur à celui du consommateur et inversement. Il analyse aussi les cas où pour des raisons de snobisme la fonction de demande est transformée ("effet veblen").

## 2) Quelques remarques

Les remarques formulées à propos de l'approche traditionnelle du marché touristique de D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga peuvent être reprises pour fonder un jugement critique sur l'analyse de Latimer. Toutefois, il est possible d'adresser à ces travaux en termes de surplus des remarques supplémentaires.

L'approche de Latimer n'est pas une approche du marché touristique. Il n'envisage le tourisme que sous l'angle des retombées économiques, du patrimoine et du bien-être collectif des individus. Sa problématique est en fait très particulière. Elle consiste avant tout à s'interroger sur les conséquences économiques de l'arrivée de touristes dans le cadre d'une économie locale. Latimer aboutit ainsi aux mêmes conclusions que le rapport Clément (1961), à propos du multiplicateur touristique<sup>53</sup>, sur l'utilisation possible qui peut être faite du tourisme comme vecteur de développement.

En ce sens, le tourisme et les prestations qui lui sont attachées ne font pas véritablement l'objet d'une analyse. Aucune réflexion sur le produit n'est poussée. Il fait l'hypothèse que toute prestation touristique peut faire l'objet d'une demande locale. Ceci n'a rien d'évident. En effet, si on peut admettre que les prestations de restauration peuvent faire l'objet d'une demande à la fois de la part des acteurs locaux et de la part des touristes, il est plus difficile de croire que les prestations hôtelières puissent entrer dans le même cas de figure. L'absence de décomposition du produit rend certains résultats difficilement acceptables. De plus, il suppose que c'est la demande additionnelle de prestations qui va provoquer l'émergence d'une offre nouvelle, comme si l'offre ne préexistait pas, dans certains cas, à la demande. Or, certaines prestations touristiques peuvent s'analyser comme des offres de capacité (transports aériens, hôtels, ...). Elles présupposent donc une construction préalable des infrastructures et la définition de normes de remplissage assurant la rentabilité des équipements.

Si l'analyse de H. Latimer souligne la difficulté d'entrer par l'offre touristique (côté producteur) pour appréhender le développement du tourisme, elle ne constitue pas pour autant une approche satisfaisante de la demande. Le tourisme n'est perçu qu'à travers un accroissement de la demande que l'on n'a pas cherché à spécifier. On pourrait envisager de reprendre le même cadre théorique en réfléchissant aux effets économiques (c'est à dire à l'impact sur les surplus des consommateurs locaux et des producteurs) d'un accroissement du taux de natalité ou d'une augmentation de l'immigration. En fait, le tourisme n'est appréhendé que sous l'angle d'une consommation supplémentaire et des effets qui en découlent. Que cette consommation émane d'un touriste, d'un étranger ou d'un local qui vient d'hériter de son oncle d'Amérique ne change rien aux conclusions de l'analyse.

---

<sup>53</sup>. À la différence près que le multiplicateur touristique n'explique pas la répartition du surplus.

Pour conclure, on peut dire que l'analyse de H. Latimer bien que prêchant les vertus de la consommation (ce qui relève plutôt d'une inspiration keynésienne) s'inscrit dans le cadre de la théorie économique standard. Elle ne parvient pas à rendre compte de la spécificité du marché touristique (absence d'analyse de la demande à l'exception de l'intégration de "l'effet Veblen") et finalement elle conçoit son fonctionnement comme celui de n'importe quel autre marché. Chercher à fonder une économie du tourisme, dans cette optique, n'a alors guère de sens.

Jusqu'ici, nous avons évacué toute réflexion sur le produit touristique. Se centrer exclusivement sur la formation des prix (D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga) ou sur les impacts exercés par le tourisme sur l'économie locale (H. Latimer) a eu tendance à reléguer à un second plan l'objet même de l'échange. Pourtant, se référer aux vacances, aux pratiques touristiques telles qu'elles nous apparaissent, nous renvoie à une diversité de situations qui vont du camping en famille au voyage organisé dans un parc kenyan. Toutes ces situations aussi multiples soient-elles n'obéissent pas aux mêmes logiques. Si les siècles précédents savaient distinguer le "Tour" culturel de la villégiature (cf. introduction générale), notre époque a intégré dans une même catégorie, celle de "tourisme", toutes ces réalités. Le fait que certaines pratiques se fondent avant tout sur une organisation qui nous est propre et que d'autres réclament l'intervention plus ou moins poussée d'un spécialiste est pourtant déterminant pour classer et comprendre, sous le regard de l'économiste, les pratiques observées. Intégrer cette différence pour éclairer le marché touristique nous paraît essentiel et, à cet égard prendra une importance croissante dans la suite de cette thèse.

Francisco Munoz de Escalona (1989), tout en restant attaché à la tradition de pensée économique néoclassique, a essayé d'intégrer ces deux formes d'économie (l'une fondée sur l'autonomie, l'autre sur la délégation) dans son approche du marché touristique. En ce sens, cette recherche nous paraît se fonder sur des options théoriques pertinentes et stimulantes. L'examen de ce travail théorique sera pour nous l'occasion de réfléchir aux conditions théoriques qu'il convient de réunir pour tenter de réfléchir à une approche éclairante du marché des pratiques touristiques.

II. 2 De la production pour le tourisme à la production touristique, l'analyse d'Escalona (1989)

L'objectif des travaux de F. Munoz de Escalona qui appartient à l'école de l'économie du tourisme de Madrid, est d'élaborer une approche alternative de la représentation courante du marché touristique. Il reproche aux économistes du tourisme appartenant à ce qu'il appelle "*l'approche traditionnelle*" de ne pas concevoir le tourisme comme une

activité productive au même titre que les autres. Ceci serait la conséquence d'une attitude qui consiste à se centrer sur l'étude de la demande et à choisir comme voie d'entrée, pour rendre compte du fonctionnement du marché touristique, le comportement du touriste. Ses travaux cherchent à mettre en place une réflexion sur le produit touristique, sans toutefois évacuer l'idée que ce marché peut être pluriel. À ce titre, pour F. Munoz de Escalona, il convient, sans rompre avec la représentation marchande véhiculée par l'analyse standard de l'économie, de comprendre ces sous-marchés et les logiques qui les structurent. Si cette analyse présente, selon nous, de bonnes intuitions sur la manière d'envisager le marché touristique, elle aboutit pourtant à des conclusions relativement limitées. Après avoir présenté les principaux éléments qui structurent cette approche théorique, nous porterons un regard critique sur elle.

### 1) Présentation et critique de "l'approche traditionnelle"

La position théorique sur laquelle F. Munoz de Escalona fonde son approche du marché touristique est originale. Elle prend le contre-pied des représentations traditionnelles. En effet, dans la plupart des travaux qui abordent l'économie du tourisme (on peut penser à ceux de H. Latimer mais il y en a d'autres<sup>54</sup>), on part de l'idée qu'il n'existe pas, à proprement parler, de biens ou services touristiques. Puisque potentiellement, tous les biens ou services qui sont produits et offerts au touriste entrent dans ce que l'on peut qualifier de "production pour le tourisme", il n'y a aucune raison de les évacuer de l'analyse<sup>55</sup>. L'activité touristique ressemble alors "à une petite économie" où interviennent l'ensemble des branches économiques des secteurs primaire (agriculture, ...), secondaire (production de souvenirs, ...) et tertiaire (prestations hôtelières, ...). L'économie touristique devrait alors être perçue comme une économie multisectorielle. Appréhender l'économie touristique sous cet angle contraint les économistes de l'approche traditionnelle à classer l'offre touristique en distinguant une offre touristique basique (services de transport, de logements et de restauration) et une offre touristique complémentaire (constituée des autres biens et services).

Une difficulté théorique apparaît lorsque l'on constate que même l'offre basique n'est pas strictement touristique dans la mesure où elle peut faire l'objet d'une consommation de la part de la population locale. Pour le dire autrement, c'est l'identité du

---

<sup>54</sup>. Ce sont en particulier le cas des approches qui se fondent sur l'analyse ou la dynamique des systèmes (R. Lanquar, 1987; M. Figuerola, 1985, ...).

<sup>55</sup>. Cette représentation du tourisme comme un système qui rassemble de nombreux sous-secteurs a subi l'influence des travaux empiriques, au demeurant particulièrement utiles, menés par les géographes.

consommateur (touriste ou non touriste) qui donnera au produit consommé son caractère touristique ou non touristique. Cette approche se fonde sur l'idée qu'il existe une différence entre consommer des biens ou services chez soi et consommer des biens ou services dans un lieu qui ne correspond pas au lieu habituel de résidence. L'approche traditionnelle a donc tendance à nier l'existence d'un secteur touristique proprement dit.

Pour F. Munoz de Escalona, cette manière de percevoir le tourisme n'est pas convenable. La théorie de la production multisectorielle du tourisme lui pose deux problèmes importants qui ont pour conséquence de rendre problématique la possibilité de fonder une analyse économique du tourisme.

— Se centrer sur la consommation, en s'interrogeant comme le fait l'approche traditionnelle sur les motifs et les comportements des touristes, c'est rendre le tourisme hors de portée du champ de la réflexion économique. Selon lui, l'économiste doit seulement s'intéresser à la satisfaction des besoins qui donnent lieu à échange et éviter "*le domaine épineux des motivations*".

— Considérer, comme le font les économistes, que dans un premier temps, aucun bien ou service n'est à exclure du champ touristique est une position qui tend à nier toute spécificité au produit touristique. D'ailleurs, pour clarifier leur approche, ils sont obligés, dans un deuxième temps, de recourir à des conventions (toujours discutables).

Selon l'auteur, cette représentation du tourisme comme une "mini-économie", c'est à dire comme un système où l'ensemble des secteurs économiques interviennent à des degrés divers, empêche toute avancée analytique. C'est en rompant avec cette représentation, selon lui largement conventionnelle, qu'il sera possible de construire un cadre explicatif plus opérationnel.

## 2) Fonder un éclairage alternatif

Bien que s'inscrivant dans un cadre assez orthodoxe de l'économie, F. Munoz de Escalona va développer une analyse particulière de la réalité touristique. Il va essayer de répondre aux objections qu'il a adressées à l'approche qu'il qualifie de "traditionnelle".

Selon lui, la possibilité de fonder une théorie alternative passe nécessairement par une réflexion sur ce que l'on entend par "produit touristique".

Pour cela, il convient, selon lui, d'observer concrètement le comportement du consommateur de produit touristique comme le font les économistes qui réfléchissent à la consommation de n'importe quel type de produit. Il aboutit à l'idée que le touriste est un consommateur qui établit un "*plan ou un programme de déplacement*". Ce plan, qui correspond à la définition du produit, est la combinaison de trois éléments :

— La détermination du lieu ou des lieux de destination avec la spécification de la "route" et de l'itinéraire à suivre

— La connaissance du temps de séjour et du temps de déplacement

— L'estimation du nombre de dépenses et de l'étalement de celles-ci selon les principaux postes de consommation constitutifs du plan de déplacement (logement, services de restauration, ....)<sup>56</sup>

Dans ce cadre, on peut définir un touriste comme étant un individu consommateur qui dispose d'un "plan de déplacement" et qui est prêt à l'exécuter dans un futur plus ou moins immédiat. Ce concept de "plan de déplacement" est intéressant car il n'exige pas une définition étroite du "produit". En effet, ce plan peut être co-produit ou auto-produit. C'est à dire qu'en fait, deux possibilités s'offrent au touriste pour le réaliser. Soit, il décide de l'élaborer lui même (F. Munoz de Escalona qualifie cette stratégie "d'autoconsommation"), soit il décide d'avoir recours au marché et d'acheter un plan de déplacement "tout fait".

Une entreprise touristique est, dans cette optique, une entreprise dont l'activité consiste à produire des plans de déplacement qui seront vendus sur le marché (tour-opérateurs, agences de voyages). Le produit touristique prend la forme de ce que l'on appelle couramment "un package" plus ou moins complexe<sup>57</sup>. L'approche traditionnelle conçoit ces entreprises comme de simples intermédiaires entre les touristes et les prestataires. Elles vendent des prestations qui seront effectivement consommées dans un délai plus ou moins important sur le lieu touristique. Contrairement à cette

---

<sup>56</sup>. Les éléments énumérés sont indépendants de la motivation concrète du déplacement. Une fois que l'individu a décidé de se déplacer d'un lieu à un autre, les seuls outils dont dispose l'analyse économique, si on appréhende la réalité touristique à l'aide de l'approche traditionnelle, consistent à analyser les relations d'échange que l'individu se verra obligé de contracter pour mener à bien son plan de déplacement. L'analyse de ces relations ne se distingue en rien de l'analyse des relations d'échange de l'individu qui ne se déplace pas.

<sup>57</sup>. F. Munoz de Escalona explique que le produit touristique n'est ni plus ni moins qu'un "compact" (au sens de Albert Bressand et Kalypso Nicolaïdis, 1988, cf. chapitre V). Il le compare à la production d'une voiture dont la réalisation nécessite aussi un assemblage de nombreux biens et services.

représentation, F. Munoz de Escalona nous explique que les producteurs qui doivent retenir l'attention des économistes sont ceux qui mettent au point l'assemblage des produits touristiques. À cet égard, il propose de distinguer entre la production pour le tourisme qui rassemble l'ensemble des biens et services qui vont être consommés par le touriste s'il choisit une stratégie d'autoconsommation (il les qualifie de "produit domestique") et la production touristique elle-même qui comprend l'élaboration des plans de voyage par les entreprises touristiques. Cette distinction nous semble particulièrement utile pour comprendre les pratiques en vigueur sur ce marché.

Après avoir repéré l'objet de son analyse, "*le marché des produits touristiques*"<sup>58</sup>, F. Munoz de Escalona cherche à exposer son fonctionnement. La représentation qu'il en donne est conforme à celle proposée par l'analyse économique néoclassique. "Le marché des produits touristiques" se présente comme un marché caractérisé par une fonction de demande, qui dépend des prix des produits, du niveau de revenu et des goûts des consommateurs, et par une fonction d'offre qui repose sur le principe de maximisation du profit.

À cette conceptualisation du marché touristique, l'auteur ajoute dans un deuxième temps de sa réflexion, une approche dynamique du secteur touristique. Cette idée que le secteur touristique puisse se transformer consécutivement à des mutations qui toucheraient le niveau de l'offre ou celui de la demande n'est pas très répandue dans les approches traditionnelles du marché touristique. Selon l'auteur, le secteur touristique aurait connu deux phases de croissance différentes.

— une phase que l'on pourrait peut-être qualifier "d'avènement du tourisme" caractérisée par l'absence d'un secteur structuré. Cette étape voit l'émergence d'un ensemble de prestataires dont l'objet principal n'est pas, a priori, de répondre aux besoins des seuls touristes (production pour le tourisme).

— une phase "de maturité" où c'est l'élaboration d'assemblage de biens et de services par un intermédiaire touristique qui domine (production touristique).

F. Munoz de Escalona pense qu'à terme, la tendance est au remplacement progressif d'une période de "production pour le tourisme" par une période de "production touristique". Il explique ainsi la naissance et l'importance prise par les intermédiaires

---

<sup>58</sup>. Contrairement à ce que l'on pense et si on accepte de se défaire de l'approche traditionnelle, l'objectif d'Escalona est de montrer que le pays disposant d'un secteur touristique important n'est pas le pays récepteur mais bien le pays émetteur, c'est à dire le pays d'où partent les touristes. Pour le dire autrement, c'est le pays qui produit "les plans de déplacement" qui doit être perçu comme étant le pays touristique.

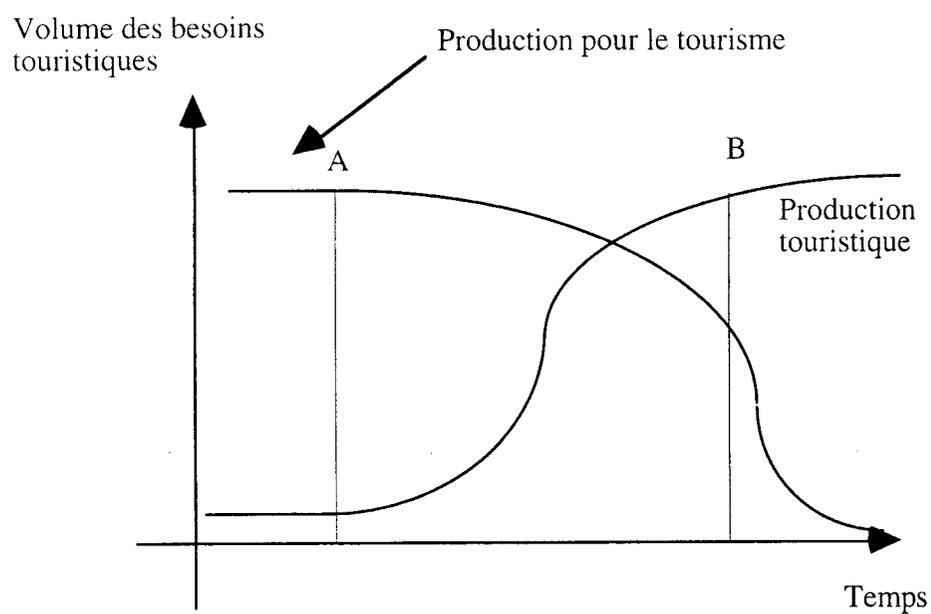
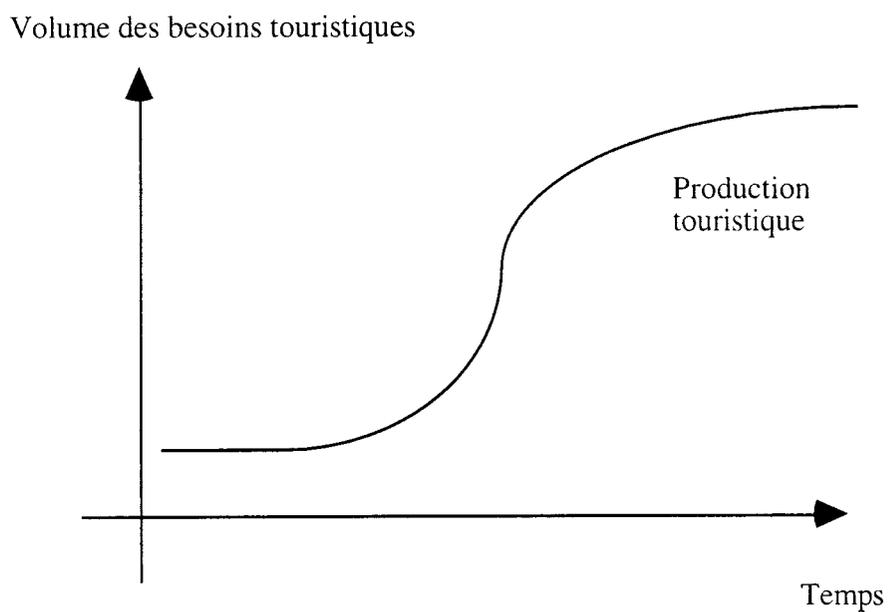
sur le marché touristique. Le schéma n° 6 nous montre que suite à la démocratisation des vacances, la production touristique croît, alors que parallèlement la production pour le tourisme décroît. Le tourisme ne ferait ainsi que suivre ce qui a caractérisé l'histoire de l'agriculture et de l'industrie. Sur le deuxième graphe, le point A correspond à une phase du développement du tourisme où l'individu participe encore majoritairement à la conception et à l'organisation de son plan de déplacement. Au point B, ce qui était le fruit d'une stratégie personnelle est pris en charge par des entreprises touristiques<sup>59</sup>.

D'autres points, entre ces deux extrêmes, reflèteraient l'émergence des produits semi-organisés. En effet, il précise que "*la production pour le tourisme ne disparaît cependant pas quand la production touristique proprement dite apparaît, seulement elle perd de la signification*" (1988, p. 18). Entre le "service pur" (le produit tout organisé) et la stratégie d'autoconsommation, l'économiste espagnol nous explique qu'il existe tout un ensemble de combinaisons qui correspondraient à des produits mixtes, c'est à dire à des produits qui imbriquent des dimensions de "service pur" et des dimensions d'autonomie pour le consommateur.

---

<sup>59</sup>. Cette théorie a une portée pratique. En effet, suivant la phase de développement touristique dans laquelle un pays ou une région se situent, les planificateurs devront mener une politique adaptée afin d'éviter un décrochage des structures d'offre par rapport aux évolutions de la demande.

Schéma n° 6 : Le passage de la production pour le tourisme à la production touristique



En conclusion, F. Munoz de Escalona résume sa position en reconnaissant certains mérites à l'approche traditionnelle pour rendre compte du fonctionnement du secteur de la production pour le tourisme (qu'il qualifie de "secteur auxiliaire du tourisme") mais il persiste en soulignant et en réaffirmant que ces analyses ne constituent nullement des analyses économiques du secteur touristique<sup>60</sup>. De toute façon, les pratiques individualistes et autonomes sont amenées, selon lui, à disparaître car le processus de transformation en marchandise (plan de déplacement) d'une activité jusqu'ici libre va se poursuivre de manière progressive mais croissante.

### 3) Eléments critiques à propos de cette approche

L'analyse de F. Munoz de Escalona est enrichissante à plusieurs niveaux. Elle cherche à mettre en place une réflexion poussée autour du concept de "produit" et tente d'appréhender, sous l'angle du degré de participation du touriste à l'élaboration de son produit, différentes pratiques touristiques. Ceci constitue, selon nous, une véritable avancée théorique. De plus, il souligne implicitement l'ancrage "historique" du phénomène touristique en envisageant la transformation des modes de consommation et des modes de production de ce produit. C'est donc une approche novatrice à différents niveaux. Elle propose une représentation élaborée et, à notre connaissance, pionnière du marché touristique. Différents éléments constitueront d'ailleurs une partie de la trame de cette thèse.

Néanmoins, il nous semble que l'auteur n'a pas poussé suffisamment loin ses analyses et plusieurs arguments paraissent peu convaincants.

— Tout d'abord, l'analyse qu'il propose de la production est réduite. L'hétérogénéité du champ touristique, la diversité des produits et des logiques (ou configurations) de production sont, dans un premier temps, envisagées pour, dans un deuxième temps, être niées. La position déterministe qu'il envisage l'empêche de penser la complémentarité des pratiques touristiques. Influencé par la lecture de Thomas Kuhn<sup>61</sup> (1962), il semble

---

<sup>60</sup>. Cela n'entre pas en contradiction avec la volonté de développer une approche pluridisciplinaire du tourisme. À plusieurs reprises, il insiste pour reconnaître l'utilité et la nécessité d'éclairer le tourisme par d'autres champs d'investigation que l'économie, comme la psychologie, la sociologie, etc. Il ajoute qu'"il n'est pas certain que le tourisme soit un phénomène si complexe et si difficile à étudier qu'on veuille bien le prétendre, tout au moins pas plus complexe que n'importe quels phénomènes sociaux, qui ont pourtant su être étudiés avec modestie"(p. 22).

<sup>61</sup>. T. Kuhn, que F. Munoz de Escalona cite, envisage dans "*La structure des révolutions scientifiques*"

n'appréhender l'évolution des sociétés que sous l'optique du remplacement d'un type d'organisation du marché touristique par un autre. Pourtant, le tourisme se caractérise par une pratique de loisir qui se déroule sur un espace de temps libre, c'est à dire sur un espace de choix. Anticiper l'émergence de le "production touristique" ne revient-il pas à évacuer cette idée ? Pour le dire autrement, le "produit tout fait" ne contraint-il pas, pour certains segments de population, le temps libre ? (cf. chapitre IV)

— De plus, même s'il tente de distinguer deux modes possibles de recours au marché pour répondre aux besoins des touristes, cette double économie fonctionne selon la représentation traditionnelle de l'économie néoclassique. La régulation des quantités de prestations durant la phase de "production pour le tourisme" et des quantités de "compacts" durant la phase de "production touristique" s'effectue grâce au mécanisme des prix. C'est le libre jeu de l'offre et de la demande qui équilibre l'économie touristique dans chacune des deux étapes de développement. L'absence d'une réflexion creusée sur la demande, sur les motivations des acteurs et sur les types de rationalité qui conditionnent ces échanges l'empêchent de concevoir d'autres mécanismes de coordination et de régulation. Finalement, comme il le souligne lui même, il n'y a pas de raison de croire que l'économie du tourisme fonctionne sur des principes différents de ceux qui structurent les autres secteurs d'activité.

— Dans le même ordre d'idée, F. Munoz de Escalona reproche aux chercheurs des autres champs disciplinaires de stériliser la réflexion sur l'économie du tourisme en fondant leur analyse sur l'idée de multisectorialité. Néanmoins, on peut se demander si à vouloir considérer le produit touristique comme un produit identique à tous les autres, on ne finit pas par avouer que l'économie du tourisme n'est pas un champ de réflexion autonome.

— L'analyse dynamique qu'il mène, bien que particulièrement originale, souffre d'une argumentation théorique insuffisante. À aucun moment, il n'essaie de justifier les raisons de la transformation du marché touristique. C'est une constatation, le marché se transforme (peut-être sous l'influence de la démocratisation et de la possibilité de faire des économies d'échelle ?). Il semble que le secteur touristique subisse, comme d'autres secteurs avant lui, la loi économique de la rationalisation de la production. Tout secteur, selon la logique naturelle décrite par W. W. Rostow (1963) connaîtrait plusieurs étapes de croissance économique. Tous les pays passeraient alors par un stade pré-capitaliste du tourisme dominé par la "production pour le tourisme". Cette idée est loin d'être

---

(1962) que la science avance par paradigmes, c'est à dire par une représentation du monde qui est partagée, à un moment donné, par la communauté des scientifiques. L'histoire de la science peut, selon lui, se lire comme le remplacement d'un paradigme par un autre.

vérifiée dans les faits et l'arrivée récente dans le concert des grands pays touristiques de pays comme la Turquie<sup>62</sup> permet, en tous cas, d'en douter.

— Enfin, l'apparition d'intermédiaires sur le marché touristique s'expliquerait avant tout pour Escalona, par le fait que le secteur touristique soit parvenu à une étape de maturité économique. Cette explication, bien qu'offrant un éclairage intéressant, ne nous convient pas. Si les travaux de cet auteur envisagent, à la différence de l'approche traditionnelle du marché touristique, l'existence d'intermédiaires, l'argumentation qui est proposée pour en rendre compte nous semble insuffisante.

---

<sup>62</sup>. Le fait que des pays (par exemple, le territoire d'Oman) qui, jusque là, n'avaient connu aucun développement touristique décident de s'ouvrir à un tourisme organisé, tend à relativiser la position d'Escalona (F. Frangioli, 1991).

### **Conclusion du chapitre III**

L'approche du marché touristique, telle qu'elle est envisagée par l'analyse économique standard, est intéressante à plusieurs titres. Elle essaie de mettre en place un cadre analytique permettant de comprendre comment les échanges s'effectuent, sur le marché, par l'intermédiaire des prix. En restant au stade de la consommation de biens, l'explication avancée peut sembler pertinente. Néanmoins, certaines difficultés théoriques apparaissent lorsqu'il faut envisager, dans le même cadre, l'échange de services non-standardisés et la possibilité de diversifier les modes de recours au marché. Si les tentatives de F. Munoz de Escalona, pour intégrer ces différentes hypothèses dans son modèle, sont à mentionner, elles ne semblent pas totalement concluantes.

La réflexion que nous avons menée sur l'approche standard du marché touristique nous a conduit à préférer au concept de "consommation touristique" celui de "pratiques". Il nous paraît essentiel à retenir pour appréhender l'économie du tourisme. L'enjeu des chapitres suivants se situe dans la capacité théorique que présente les différents champs de l'économie pour intégrer cette conception.

Les développements récents de la théorie économique standard (que l'on qualifie de théorie standard élargie) et plus particulièrement la théorie des coûts de transaction, par l'introduction d'une réflexion sur l'information, sont capables de relever certaines difficultés théoriques. Ils proposent, en effet, un cadre analytique qui permette de penser la complémentarité des pratiques touristiques sur le marché et de légitimer théoriquement l'existence d'intermédiaires. L'objet du chapitre suivant consistera à les interroger et à tester leurs capacités à rendre compte des pratiques observées.

## Chapitre IV : Le rôle des intermédiaires touristiques légitimé par l'approche néo-institutionnelle, apports et limites

L'application de la théorie économique standard au sens d'Olivier Favereau<sup>1</sup> (1989) à l'étude du marché touristique et des produits qui lui sont associés s'est révélée particulièrement pauvre comme nous avons pu le constater dans le chapitre précédent. Plusieurs raisons peuvent expliquer cet échec relatif :

— soit le caractère singulier de la marchandise "tourisme" est évacué et finalement on envisage dans cette optique le tourisme comme n'importe quelle autre réalité économique (D. Lundberg, M. Krishnamoorthy et M. Stavenga, 1995). Le simple jeu de l'offre et de la demande suffit à expliquer un accord satisfaisant entre le consommateur et le producteur de tourisme. La coordination de ces deux types d'acteurs se réalise sur le marché par l'intermédiaire d'un prix qui reflète à la fois les quantités désirées et les calculs de chacun. Concevoir l'échange de cette façon est une manière de penser l'échange qui s'appuie sur une approche particulière de la rationalité qui, sans être absente de ce champ d'étude, nous paraît insuffisante. D'autres principes semblent structurer les relations qui se contractent sur le marché touristique. Réfléchir à ces

---

<sup>1</sup>. Olivier Favereau (1989) a établi une classification des différents positionnements théoriques qui intègrent les règles et les organisations. C'est à partir du modèle walrassien et de ses fondements qu'il a élaboré son classement. La théorie standard (TS) repose, selon lui, sur l'axiomatique développée par K. Arrow et G. Debreu (1954), c'est à dire qu'elle a pour caractéristique essentielle de mettre l'accent exclusivement sur l'individu et le marché. Si pour O. Favereau, elle constitue un cadre théorique cohérent, elle manque toutefois de pertinence explicative. Consécutivement à de nombreuses critiques qui lui ont été adressées, un autre courant théorique a émergé, qui sans rompre avec les hypothèses centrales du modèle standard cherche à apporter quelques réponses. Il qualifie de Théorie Standard Etendue (TSE), ce courant qui regroupe plusieurs développements théoriques (théorie des droits de propriété, théorie des coûts de transaction, théorie de l'agence, ...). À ce propos, il écrit : "*De fait, ce nouveau territoire est exploré systématiquement par le développement du pôle individu et un réaménagement du pôle marché dans la TS; L'activité rationnelle des individus s'étend désormais au choix des modalités de leurs interactions : organisation ou marché (convenablement redéfini) ou toutes autres formes intermédiaires. On verra que la notion de contrat sert de support à cette extension. Par conséquent, la TS est en train de se transformer sous nos yeux en Théorie Standard Etendue (TSE), par addition de l'organisation au marché*" (p. 273-274).

principes et chercher à construire un cadre théorique rigoureux pour analyser la structuration particulière du marché touristique est nécessaire si l'on souhaite interpréter au mieux les pratiques observées.

— Soit un effort est tenté par les auteurs pour cerner les caractéristiques particulières de la marchandise "tourisme". Deux cas de figures se présentent alors.

1) Certains économistes comme Jean Stafford (1996) font remarquer dans un premier temps que le produit touristique présente certaines particularités mais les font disparaître ou leur accordent un rôle marginal dans le deuxième temps de leur analyse. On en revient finalement à une coordination des acteurs sur le marché et par l'intermédiaire du mécanisme des prix. Des interrogations sur le ou les types de rationalités ou les motivations qui animent le consommateur dans ce secteur d'activité ne font pas, dans le cadre de ces analyses, l'objet de développements particuliers.

Il écrit par exemple que "*le système touristique fonctionne par essais et erreurs; c'est par tâtonnements, le plus souvent, que l'équilibre s'établit temporairement dans une société en constante mutation !*"<sup>2</sup> (p. 36). Il ajoute "*qu'il faut voir le modèle offre/demande comme une représentation théorique de la réalité économique du tourisme. Ce modèle est valable pour examiner une grande variété de situations où il y a une demande et une offre qui tentent de s'ajuster l'une à l'autre.*" (p. 36). Finalement, le caractère complexe et spécifique du produit touristique disparaît. Les difficultés apparentes attachées à la marchandise "tourisme" peuvent être traitées en éclatant le produit et en portant chaque sous-produit sur un marché particulier. Ainsi, le "noyau dur" du modèle standard est maintenu et la coordination marchande apparaît bien comme "*l'espace social de réalisation des intérêts à la fois le moins contraignant et le plus efficace*" (Pierre-Yves Gomez, 1996, p. 18).

2) Une autre tendance peut être repérée. Elle vise surtout à souligner pour ne pas dire exacerber le caractère complexe de la marchandise "tourisme". Dans cette optique, certains chercheurs (Christine Richter, 1988; Adrian O. Bull, 1996) se préoccupent avant tout de comprendre la nature particulière du produit et du marché touristique.

---

<sup>2</sup>. Il est curieux de remarquer que Jean Stafford utilise l'image classique du tâtonnement walrassien pour expliquer ce qui se déroule sur le marché touristique alors que Léon Walras lui-même est prudent et ne cherche à déterminer que la valeur d'échange de ce qu'il appelle la "richesse sociale", c'est à dire des biens à la fois utiles, rares et reproductibles. Dans ses "*Éléments d'économie politique pure*" (1952), il note par exemple que "*les économistes ont, en général, le tort de la considérer (la valeur d'échange) beaucoup trop exclusivement telle qu'elle se produit dans des circonstances exceptionnelles. Ils ne nous parlent jamais que de diamants, de tableaux de Raphaël, de soirées données par des ténors et des cantatrices à la mode*" (p. 47). On peut penser que Walras compte tenu des caractéristiques du produit touristique (sensibilité à la mode, reproductibilité délicate, dimension ostentatoire, ...) aurait évacué ce dernier de son champ d'analyse et aurait envisagé un mécanisme alternatif de coordination des acteurs.

Toutefois, c'est le caractère singulier du produit qui est mis en avant et ce qui est qualifié comme étant "*une série de particularités propres à l'activité touristique qui rendent unique ce secteur de l'économie*" (Adrian O. Bull, 1996) (p. 19) est souvent l'objet d'exagérations. Ainsi, sont perçues comme spécifiques des caractéristiques qui sont communes à de nombreuses activités visant la production de biens ou de services (Jean Gadrey et Jean-Claude Delaunay, 1987; Jean Gadrey, 1992). On peut donner quelques exemples pour étayer cette position :

a) Affirmer comme caractéristique propre au secteur touristique le fait que dans ce secteur, on constate "*une impossibilité, pour les consommateurs, d'essayer le produit touristique avant l'achat*" (Adrian O. Bull, 1996, p. 19) nous paraît peu fondé. En effet, cette spécificité, loin d'être réservée au produit touristique en particulier, semble concerner la plupart des activités de services. Les services sont non stockables (T.P. Hill, 1977), on ne peut donc les produire de manière à ce qu'ils deviennent une réalité en soi. En ce sens, la consommation du service ne peut se faire indépendamment du processus de production. Si on peut reconnaître que la vente d'un produit touristique doit être perçue comme la vente d'une promesse d'accès à une capacité de prestations de service, on ne peut nier que cette caractéristique se retrouve aussi dans de nombreuses autres activités de services<sup>3</sup>.

b) De même, souligner que le produit touristique se singularise par "*la variété et la variabilité des prestations attendues par les touristes au cours d'un même voyage touristique*" (Adrian O. Bull, 1996, p. 19) ne nous apparaît guère convaincant. En effet, de nombreuses activités de service se caractérisent par cet aspect. Par exemple, lorsqu'une entreprise fait appel à une firme de services de conseil pour étudier un marché ou améliorer la gestion des ressources humaines, elle s'attend à ce qu'on lui propose une palette de conseils (Jean Gadrey, 1992). De même, l'individu qui se rend dans un salon de coiffure s'attend à recevoir une variété de prestations qui constitueront le produit (cela peut aller du café qui est proposé à l'offre d'échantillons de shampoing).

c) Enfin, envisager l'immobilité des ressources et l'impossibilité de déplacer les éléments constitutifs d'une destination touristique comme étant propre au tourisme n' a rien d'évident. En effet, certaines autres activités comme les activités liées à l'extraction d'une matière première sont attachées à un lieu précis. De plus, la multiplication des

---

<sup>3</sup>. Concernant l'impossibilité qu'il y a à constituer des stocks dans les activités de services, on peut penser par exemple à une coupe de cheveux, au service rendu par un garçon de café, ou encore au fait de prendre un transport en commun etc.

parcs à thème (Jean-Michel Dewailly et Emile Flament, 1993) ainsi que l'émergence de places touristiques créées ex-nihilo (Bali<sup>4</sup> (Michel Picard, 1992), Cancun, ...) tend à montrer que l'immobilité est relative<sup>5</sup> (J. Urry, 1990).

Cette démarche a pour objectif de procéder à un exercice approfondi de dissection du produit touristique. Elle présente le mérite de dépasser l'analyse standard qui constitue un cadre analytique limité pour appréhender la structuration de ce marché. Toutefois, elle ne parvient pas à produire un discours scientifique alternatif. En effet, repérer des spécificités propres à un champ d'étude est un exercice particulièrement utile mais en aucun cas suffisant pour construire un cadre de pensée élaboré et cohérent d'autant que les spécificités retenues n'en sont pas vraiment. Cette pensée est inaboutie car elle se contente de cibler quelques traits originaux sans chercher à les articuler pour éventuellement fonder un autre corps analytique. Il faut bien constater que le parti pris de réalisme qui est privilégié dans ce type de travaux permet difficilement de dépasser le stade de la description. À force de montrer que le tourisme est un objet d'étude tellement particulier, on finit par rendre délicate la moindre avancée d'ordre théorique (F. Munoz de Escalona, 1989) car finalement, il devient difficile de le rattacher à tel ou tel programme de recherche.

Pour conclure, il semble bien que les quelques rares travaux de théorie économique qui se soient penchés sur la question du marché touristique oscillent entre ces deux tendances sans d'ailleurs toujours effectuer un choix entre l'une ou l'autre.

L'objectif de ce chapitre est d'essayer de dépasser ces deux tendances en nous servant toutefois de leurs enseignements. L'enjeu est de parvenir à rattacher nos préoccupations à un cadre théorique qui viendrait au moins partiellement éclairer et légitimer les pratiques. En ce sens, interroger les développements contemporains de la Théorie Economique Standard Etendue (TSE) et plus précisément les apports de la théorie néo-institutionnelle (Olivier Williamson, 1994) peut se révéler fécond pour la compréhension de certains aspects très importants du fonctionnement du marché touristique. Après avoir, dans un premier temps, présenté une articulation possible du marché touristique, nous chercherons à légitimer théoriquement cette articulation à l'aide des nouveaux outils et des arguments proposés par l'économie politique libérale

---

4. Michel Picard (1992) explique, dans son analyse de la mise en tourisme de l'île de Bali, comment l'industrie touristique internationale et l'appareil d'État indonésien ont créé une culture afin de répondre aux attentes des touristes européens et à la représentation que ces derniers se faisaient de la culture balinaise.

5. Comme le soulignent certains géographes comme C. Raffestin (1986), "*Tous les lieux ne sont pas touristiques, mais peuvent le devenir*" ou comme J.P. Besancenot (1990), "*En matière de tourisme, il n'y a guère d'obstacles (climatiques ou autres) qui soient vraiment insurmontables*". On rejoint ici les thèses de John Urry (1990) et Dean Mac Cannel (1989) qui perçoivent le produit touristique avant tout comme relevant d'une construction sociale entre acteurs. On pourra, à ce sujet, se reporter aux travaux de Peter Berger et Thomas Luckmann (1986).

contemporaine. Nous verrons que cet éclairage théorique loin d'être inutile permet d'accroître, par un certain nombre d'arguments, la compréhension des logiques qui animent le marché touristique. Toutefois, on verra aussi que la justification des pratiques touristiques par ce type d'explications présente des limites de différents ordres. Il semble bien, en effet, que s'en tenir à des considérations en termes de coûts comparés est réducteur pour appréhender les dynamiques à l'oeuvre sur le marché touristique. Dans ce cadre, la théorie néo-institutionnelle doit être perçue comme un outil d'analyse stimulant capable de générer des interrogations. En ce sens, c'est aussi par ses insuffisances que cette approche est pertinente et utile car elle ouvre la voie à d'autres pistes de réflexion. Comme nous le verrons, avoir esquivé la problématique du produit touristique pour s'en tenir à celle de la transaction touristique sur le marché, prive ce cadre théorique de pouvoir analyser dans toute leur diversité les pratiques observées. Finalement, ce chapitre nous convaincra que le produit touristique est complexe, mais qu'il n'est pas pour autant opposé à une analyse solide et rigoureuse. Concevoir le produit touristique à la fois comme vecteur et producteur de symbolique ne supprime en aucun cas la possibilité de bâtir une approche pertinente. Toutefois, comme la marchandise "tourisme" ne saurait être analysée comme n'importe quelle autre marchandise, elle exige de se doter d'un autre appareillage théorique.

## Section I : Du marché touristique au marché des produits organisés, deux modes différents de recours au marché

Consommer du loisir, en particulier en se déplaçant, c'est en quelque sorte consommer du temps de manière agréable. À la différence de l'achat des biens sur le marché par le consommateur, lorsque l'on souhaite devenir un candidat au voyage, il est possible de "pratiquer" le tourisme de plusieurs façons. Se pose alors la question de sélectionner le ou les critères pertinents pour tenter de mieux approcher les pratiques que l'on observe sur le marché. Ce ou ces critères doivent permettre d'enrichir la compréhension des phénomènes touristiques. Toutefois, affirmer comme le fait Guy Gay-Para (1985) que "*la consommation touristique repose avant tout sur des pratiques à forte composante psychologique*" (p. 35) limite fortement les possibilités de construire une analyse suffisamment générale et théorique tant le nombre de variables à retenir est élevé. En effet, cette démarche aboutit à fonder une connaissance du marché touristique sur une structuration "éthologique" (p. 35), c'est à dire comportementale. Le résultat est un cadre composé d'autant de types de touristes que de configurations psychologiques estimées pertinentes par l'auteur (analyse en terme de "mythe des loisirs"). Si on ne peut nier que les variables psychologiques jouent un rôle important dans la pratique touristique, il nous semble que construire un cadre de réflexion articulé sur de tels critères se révèle peu opératoire et vite dépassé (il n'y a en effet aucune raison de croire que la psychologie du consommateur est stable avec le temps<sup>6</sup>). Notre objectif est plutôt de partir de l'individu (ou d'un groupe d'individus) et de voir quelles sont les possibilités qui s'offrent à lui s'il désire devenir touriste.

### I. 1 Présentation des stratégies de consommation touristique

On peut penser, et l'observation du terrain vient le confirmer (cf. le point I. 3), que le touriste peut déployer deux types de stratégie :

— Soit, il choisit de recourir au canal de la consommation touristique directe que l'on peut définir comme une stratégie du "faire". Dans ce cadre, l'individu doit

---

<sup>6</sup>. Les travaux du Credoc sur l'évolution de la consommation des français nous montrent que les motifs ou les référents qui animent les consommateurs dans leurs pratiques d'achat sont nombreux, variés et évolutifs (R. Rochefort, 1995).

concevoir lui-même l'articulation des différents biens et services qui entreront dans la composition de son produit. L'option retenue est celle de l'autonomie. Il convient de noter que son produit peut être évolutif. C'est à dire qu'il est rarement pré-défini et qu'il connaîtra durant toute la période de temps consacré à son élaboration et sa consommation des modifications, que ce soit par l'ajout ou par la suppression d'éléments ou d'événements qui n'étaient pas initialement prévus. Dans un certain sens, on peut qualifier ce type de produit de "produit ouvert".

— Soit, il préfère emprunter le canal de la consommation touristique indirecte que l'on peut définir comme une stratégie du "faire-faire". C'est une attitude qui privilégie l'hétéronomie que l'on peut définir selon les catégories utilisées par André Gorz<sup>7</sup> (1988) comme "*l'ensemble des activités spécialisées que les individus ont à accomplir comme des fonctions coordonnées de l'extérieur par une organisation préétablie*" (p. 49). Dans le cadre de notre clarification conceptuelle, on peut comprendre l'hétéronomie comme étant le comportement qui consiste à décharger l'organisation et le déroulement d'une activité (ou d'une partie de cette activité) sur une autre entité. Ainsi, plutôt que de s'occuper des détails de l'organisation et de la construction du produit touristique, l'individu préfère acheter chez un intermédiaire touristique (tour-opérateur ou agent de voyage) l'ensemble des prestations souhaitées<sup>8</sup>. À la différence de la première stratégie qui vise l'auto-production et l'auto-organisation, celle-ci a pour fondement la recherche de la plus faible participation possible à l'élaboration du produit<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup>. L'idée que certains actes ou produits réduisent l'autonomie des individus a été présentée pour la première fois par Ivan Illich dans "La convivialité" (1973). Il écrit "*qu'une société conviviale est une société qui donne à l'homme la possibilité d'exercer l'action la plus autonome et la plus créative, à l'aide d'outils contrôlables par autrui*" (p. 43). C'est toutefois dans "Le chômage créateur, postface à la convivialité" (1977) qu'Illich précise et utilise le concept d'"hétéronomie". Pour lui, "*À ne recevoir que du "tout-fait", ce qui lui interdit toute possibilité d'agir par lui-même, le consommateur se sent inévitablement frustré. Le degré de bien-être d'une société ne résulte, en aucun cas de l'addition de deux modes de production, hétéronome et autonome, mais de l'association fructueuse, de la synergie entre valeurs d'usage et produits normalisés. La production hétéronome d'une marchandise ne réhausse et ne complète la production autonome du but personnel correspondant que jusqu'à un certain point*" (p. 64-65).

<sup>8</sup>. Le canal de la consommation touristique indirecte correspond dans le langage des professionnels du tourisme aux voyages à forfait. On peut définir un voyage à forfait (François Vellas, 1992) comme "*un voyage organisé suivant un programme détaillé, comprenant un ensemble plus ou moins étendu de prestations touristiques, pour un prix fixe déterminé à l'avance*" (p. 97). Le produit est conçu avant que la demande ne se manifeste et peut comprendre toute une gamme de prestations (le voyage aller et retour, l'accompagnement, les transferts, l'hébergement, la restauration, les distractions, l'animation, des prestations particulières par exemple dans le cadre du tourisme de santé, les assurances, ...). Dans les voyages à forfait "formule tout compris", on distingue généralement les séjours en pension complète, les circuits et les croisières (Yves Tinard, 1992, P. Py, 1996).

<sup>9</sup>. Guy Debord (1992), dans sa critique de la dimension spectaculaire de nos sociétés, parle à propos des vacances de la "*vente de blocs de temps "tout équipés"*" (p. 152). Ce n'est pas sans rappeler le voyage à forfait.

Nous pouvons appréhender l'économie du tourisme comme l'articulation de ces deux modes de consommation touristique qui ne s'excluent pas forcément et qui d'ailleurs dans bien des cas, sont complémentaires. Cette distinction se retrouve, sous d'autres appellations ("bricolage" et "coordination socialisée"), dans d'autres travaux (François Asher et Joëlle Schecht-Jacquin, 1978). Dans l'un des rapports publiés par l'O.M.T. (1983), on peut lire que "*cette caractéristique fondamentale du produit touristique lui confère toute son originalité : le produit touristique se compose d'éléments qui peuvent être achetés tout montés dans le cas d'un forfait de voyage organisé par exemple ou au contraire séparément selon le goût et la fantaisie du client*" (p. 5). Sans toutefois nier que d'autres activités (restauration hors tourisme, transport à des fins professionnelles ...) peuvent être également auto-organisées ou organisées, il nous semble que privilégier cet arbitrage "faire" ou "faire-faire" comme axe de lecture et de compréhension de la structuration du marché touristique est éclairant à plusieurs niveaux. Néanmoins, deux remarques peuvent d'ores et déjà être formulées concernant cette conceptualisation.

1) Dans de nombreuses situations, l'individu touriste fera partiellement appel à son sens de la débrouillardise et partiellement à un organisme pour certaines prestations dont il ne souhaite pas s'occuper personnellement. On peut penser à la réservation d'un billet d'avion ou d'une visite effectuée sous la conduite d'un guide, ou encore à la location d'un véhicule qui serait disponible dès l'arrivée du touriste à l'aéroport... dont l'organisation serait de la responsabilité de l'agent de voyage. Ainsi, la plupart du temps, le touriste développe une "stratégie hybride" où il utilise à la fois le canal de la consommation touristique directe et le canal de la consommation touristique indirecte. On peut certes trouver des stratégies totalement fondées sur l'hétéronomie (c'est le cas de la croisière de luxe) ou à l'inverse sur une auto-organisation totale, mais ces deux modes de consommation doivent être perçus comme deux formes pures et extrêmes. Les pratiques touristiques observées prennent généralement une forme qui appartient à un espace qui peut s'analyser comme un "continuum" entre ces deux formes. On peut, en empruntant la terminologie développée par Albert Bressand et Kalypso Nicolaïdis (1988), utiliser à propos du produit touristique le concept de "compacts". C'est à dire que le produit touristique, loin d'être le résultat prévisible et stable d'un processus de production au sein d'une entreprise, doit plutôt s'analyser comme "*un paquet complexe (compacts) de services, de biens et services, ou de biens*" (p. 142). Ainsi, cette combinatoire peut plus ou moins intégrer la recherche, par l'individu, de marges d'autonomie. Nous verrons que cette approche du produit comme une combinatoire de biens et services peut se révéler pertinente pour la compréhension de la structuration du marché touristique.

2) De plus, l'une des caractéristiques des activités de service en général et des prestations touristiques en particulier (restauration, hôtellerie, animation, ...) se trouve dans le fait que généralement ces activités sont le fruit d'une co-production entre le client et le prestataire de service. Comme le souligne un rapport de l'O.M.T. (1983), *"si le tourisme est un phénomène de masse, ce n'est pas un produit de masse comme le serait un produit industriel. En fait, chaque touriste consomme un produit original qui lui est propre, et seuls certains éléments de ce produit relèvent d'une technique de production et de commercialisation de type industriel (transport, hébergement). Si chaque activité économique a une composante sociale, celle-ci est, dans le cas du tourisme, d'une importance incomparable"* (p. 5). Le processus de fabrication d'un service, que l'on peut qualifier de "servuction" (Pierre Eiglier, Eric Langeard et Catherine Dageville, 1989), peut ainsi s'analyser comme *"la résultante de l'interaction entre trois éléments de base : un support physique et un personnel en contact, faisant partie de l'entreprise, et un client"* (p. 95). Ce qui est au coeur du service et qui le différencie du produit au sens classique ou industriel du terme, c'est donc l'implication des agents économiques dans l'acte de production. Jean Gadrey (1995) qualifie cette "composante sociale" de "relation de service" et lui accorde un rôle central dans l'analyse des activités de service. Comme le souligne aussi Jacques de Bandt (1995), *"la dimension essentielle de la prestation de service est la relation de service, qui permet de rencontrer et de satisfaire les besoins particuliers et spécifiques du client. (...) "Le client reste toujours personnellement engagé dans le processus de production. Sa participation est toujours indispensable"* (p. 127). Ainsi, même si suivant le type de service envisagé le degré de participation du client diffère, la coopération par la révélation des besoins et des attentes du client est un élément essentiel dans le processus de production du service. Lorsqu'un client se rend dans une agence de voyages, on peut envisager deux types de situations. Soit il sait parfaitement le type de produit qu'il souhaite et donc participe, par l'ensemble des informations qu'il va délivrer à l'agent de voyage, à la production de la prestation, soit il ignore (ou il est indifférent à) la destination qui lui conviendrait (par exemple car il connaît mal l'ensemble des produits offerts) et dans ce cas, l'agent de voyage et le client vont essayer ensemble de trouver un produit adapté aux contraintes et désirs du futur touriste. Le caractère actif du client sera fonction du degré de standardisation ou des tentatives recherchées par le tour-opérateur pour industrialiser certaines prestations de services. Cette rationalisation du processus de production vise à l'abaissement des coûts et finalement des prix des produits proposés. L'émergence de certaines destinations particulièrement bon marché (type Baléares) (Ignacio Vasallo, 1983; Danielle Rozenberg, 1990) s'explique, en partie, par la standardisation de certaines prestations offertes (utilisation de charters, grands hôtels, circuit pré-déterminé, repas avec menu unique, ...).

Si d'un point de vue empirique, on constate l'existence de ces deux stratégies, il semble plus délicat de les légitimer d'un point de vue théorique. La littérature sur le sujet a tendance à formuler des hypothèses quant au devenir probable de l'économie touristique. Ces hypothèses visent à écarter l'une ou l'autre des deux stratégies comme si la possibilité de justifier cette dualité était source de difficultés. Passer en revue et discuter ces différentes approches nous ouvrira des pistes de réflexions concernant les variables décisives qui structurent ce système.

## I. 2 Quelques explications théoriques à propos de l'évolution de ces stratégies

A priori, il n'y a aucune raison de supposer que l'une des deux tendances va s'imposer au détriment de l'autre. Postuler comme le font certains chercheurs que l'individu touriste est à la recherche de plus d'autonomie n'a rien d'évident et se fonde souvent, comme nous allons le voir, sur des explications déterministes. Pourtant, plusieurs arguments sont avancés par des auteurs appartenant à des champs disciplinaires différents, pour expliquer que les produits de consommation ludique feront l'objet de la part des touristes d'une auto-organisation croissante, ou au contraire de l'achat d'un complexe conçu et réalisé par un prestataire. L'examen de ces thèses, bien qu'intéressantes dans le choix des variables explicatives retenues, nous convaincra de leurs insuffisances.

— À propos du "nomadisme" contemporain et du développement de l'industrie du voyage, Jacques Attali (1991) affirme que "*la culture du choix, unie à la logique du marché, donnera à l'homme les moyens d'acquérir un degré d'autonomie personnelle sans précédent*" (p. 106). Cette thèse suppose une représentation particulière de l'homme, celle d'un "homo autonomus". Pour Attali, l'être humain est un être avide de liberté. C'est donc un argument d'ordre philosophique qui est ici invoqué et qui n'est pas discuté par l'auteur.

— Affirmer, au contraire, que le marché touristique de demain sera essentiellement structuré autour de "packages" préparés, car l'individu préférera ne pas perdre du temps à concevoir lui-même la combinaison des différentes prestations qu'il souhaite consommer (Francisco Munoz de Escalona, 1989), ne repose finalement que sur des arguments peu probants<sup>10</sup>, essentiellement d'ordre économique. C'est parce que

---

<sup>10</sup>. Les philosophes contemporains ne nous éclairent guère pour savoir quelle stratégie l'homme moderne (ou post-moderne ?) va être amené à adopter. En effet, si Gilles Lipovetsky (1983) prévoit l'avènement

l'information est coûteuse et que la standardisation des produits, par le biais d'économies d'échelles, réduit le prix des produits touristiques que le consommateur préférera acheter ses vacances via un intermédiaire touristique. Dans cette optique, le temps passé à la préparation est perçu comme un coût que le touriste devra supporter<sup>11</sup> (organisation, planification, recherche d'informations, ...) et qui est, dans la théorie économique standard, source de désutilité<sup>12</sup>.

— D'autres thèses comme celle d'André Gorz (1988) tentent d'expliquer, qu'avec la réduction progressive de la place occupée par le travail dans la structuration des modes de vie, une partie des services et des biens domestiques marchands va être pris en charge par l'individu lui-même. Cette hypothèse se fonde sur l'idée que la consommation a pour rôle de compenser le caractère aliénant du travail. André Gorz (1988) explique, en effet, que "*plus vous consacrez de temps au travail rémunéré, plus vous avez tendance à consommer de marchandises, mais aussi de services marchands car le temps ou les forces vous manquent pour faire les choses par ou pour vous-mêmes*" (p. 169). De ce fait, pour l'auteur, l'augmentation irréversible du temps libre devrait avoir comme conséquence logique de favoriser des choix de loisirs fondés sur l'autonomie<sup>13</sup> et de se détacher ainsi des principes de l'économie marchande. Toutefois, il semble que l'auteur nie à la fois que consommer puisse être un mode d'occupation du temps libre et qu'une stratégie d'auto-organisation touristique nécessite, de toutes façons, l'achat de biens et de services marchands.

— Enfin, certains économistes expliquent que, loin d'évoluer vers une société de service, la tendance majeure serait plutôt de glisser vers une société du self-service. C'est l'objet central des thèses développées en particulier par Jonathan Gershuny (1978). Son argumentation se fonde principalement sur une comparaison des gains de productivité obtenus ou susceptibles de l'être dans le secteur industriel et dans le secteur

---

d'un individu autonome capable de se réaliser dans "l'hyperchoix" (A. Toffler, 1970), Pascal Bruckner (1995) perçoit l'homme contemporain comme un individu immature, malade de l'infantilisme et incapable de responsabilisation. Notre objectif n'est pas de prendre parti dans ce débat mais de signaler simplement qu'il est loin d'être tranché.

<sup>11</sup>. La thèse d'Escalona préfigure par certains aspects l'application de la théorie des coûts de transaction au marché touristique. Toutefois, la principale différence se situe sur le fait que l'auteur est persuadé que le marché touristique va évoluer vers une organisation et une rationalisation totale, c'est à dire qu'à terme, le canal de consommation directe va disparaître.

<sup>12</sup>. On rejoint ici les travaux portant sur la nouvelle théorie du consommateur inaugurée par G. Becker (1965) et K. J. Lancaster (1966). L'apport de cette théorie réside dans l'introduction du temps de travail domestique comme étant une variable nouvelle qui participe, avec la contrainte de budget traditionnelle, aux choix de consommation finale. Ainsi, dans cette approche, l'individu peut devenir producteur des produits et services satisfaisant ses propres besoins.

<sup>13</sup>. On rejoint ici les travaux de Maslow (1954) pour qui la récréation et les nouveaux usages du temps qui lui sont associés permettent à l'individu de satisfaire son besoin de création et d'accomplissement.

des services<sup>14</sup>. Dans la mesure où les progrès de la productivité sont plus élevés dans la sphère industrielle (c'est à dire pour l'auteur celle des biens) que dans la sphère des services<sup>15</sup>, Gershuny aboutit à la conclusion que pour répondre à une fonction ou à une catégorie de besoin (éducation, culture, loisirs, ...) l'individu préférera substituer à l'achat de services organisés des biens. Ainsi, l'importance du coût relatif des services par rapport à celui des biens a pour conséquence de favoriser un arbitrage en faveur du self-service. Frédéric Coulomb<sup>16</sup>, (1994) adapte cette thèse à la problématique des différents modes de satisfaction des besoins touristiques. Il avance l'idée que l'analyse de Gershuny est "*un apport fondamental*" (p. 267) à la connaissance des services touristiques. Cette adaptation n'est pas sans poser certains problèmes théoriques comme nous allons le voir.

C'est parce que c'est moins coûteux de produire les services au sein de la sphère domestique, que le touriste choisira, pour satisfaire son besoin, de combiner à l'achat de biens ou de services simples du travail domestique. Au lieu de passer par une agence de voyage pour ses vacances, l'individu réfléchira, sur la base d'une comparaison de coûts, à élaborer et à combiner lui même les différentes composantes de son produit. Par exemple, il utilisera sa propre voiture pour se déplacer, il achètera un guide touristique, et il emmènera avec lui tout un ensemble de biens qui vont lui apporter la dimension ludique recherchée (livre, jeux, télévision, bicyclette, ...). C'est en se fondant sur ce type d'argument que dans les années 80, on prévoyait la disparition progressive des agents de voyage et tours-opérateurs (O.M.T., 1990). Les différents impacts des nouvelles technologies auraient du avoir pour conséquence de rendre économiquement inutiles les activités proposées par les intermédiaires touristiques. La présence croissante des magnétoscopes au sein de la structure de consommation des ménages, la diffusion des

---

<sup>14</sup>. Ce type d'approche présuppose que mesurer la productivité des activités de services ne posent aucune difficulté théorique ou pratique. L'application des catégories et des concepts construits pour appréhender les logiques industrielles à des secteurs qui connaissent d'autres logiques de développement n'est pourtant pas sans poser de vrais problèmes. Pour cette question, on pourra se reporter aux travaux de J. Gadrey (1987, 1996).

<sup>15</sup>. On retrouve ici l'argument principal de l'analyse macro-économique de la croissance des coûts relatifs du spectacle vivant menée en 1966 par W. Baumol et W. Bowen (Joëlle Farchy et Dominique Sagot-Duvauroux, 1994). Ce modèle cherche à expliquer le caractère inflationniste des activités de service et les conséquences en termes d'emploi et de croissance que cela entraîne pour l'économie en général. Il divise l'économie en deux secteurs, le premier, qualifié de "progressif", permet par l'introduction du progrès technique d'augmenter la productivité du travail, le second, qualifié de "non progressif" connaît une productivité stationnaire car le travail se confond avec l'output final. Il démontre ainsi que c'est la faiblesse de la croissance de la productivité des services qui explique la progression des services dans l'emploi et le caractère inflationniste de telles activités (1966, 1989). Jonathan Gershuny (1978) reintègre cette "loi" d'écart de productivité entre l'industrie et les services dans le cadre de la théorie microéconomique du consommateur. Il démontre ainsi que l'individu rationnel optera pour une stratégie fondée sur "le faire".

<sup>16</sup>. François Coulomb développe cette idée dans sa thèse intitulée "*Taille, structure et alliances : les nouveaux profils des P.M.E. du tourisme*" (1994).

terminaux polyvalents à des fins domestiques et la mise en place du télépaiement des prestations sont autant de facteurs qui auraient du constituer une menace à la survie des intermédiaires. Le triomphe du self-service touristique était annoncé comme imminent dans les rapports prospectifs de l'O.M.T.<sup>17</sup> (1983, 1990).

Parvenir à l'idée de l'émergence croissante de l'autonomie dans les pratiques touristiques sur la base d'un modèle de comportement rationnel des ménages dans la sphère de la consommation finale, n'est pas satisfaisant et ceci pour plusieurs raisons. Nous les envisagerons successivement.

1) La thèse de Gershuny cherche à rendre compte des modes de satisfactions des besoins avec pour principal fondement théorique une loi (celle des écarts de productivité entre l'industrie et les services) qui ne se centre que sur les transformations touchant la sphère productive. L'analyse des déterminants de la consommation touristique est évacuée. Cette absence peut sembler paradoxal pour un cadre théorique qui se préoccupe de comprendre comment les individus satisfont leurs besoins. Dans cette approche, la demande n'est, en fait, prise en compte qu'au travers de la variable "prix".

2) Il semble bien que l'utilisation de la théorie de Gershuny pour rendre compte du mode de production des produits complexes (des "compact" au sens de A. Bressand et K. Nicolaïdis (1988)), c'est à dire des produits où l'incertitude est élevée, où la relation de service est centrale et où la standardisation n'est envisageable que pour les prestations les plus basiques ne va pas de soi. Comme nous allons l'envisager par la suite, l'existence d'obstacles informationnels et l'absence de compétences suffisantes empêchent ou tout au moins réduisent, dans de nombreux cas de figure, les possibilités du self-service.

3) La théorie de Gershuny appréhende mal la diversité des pratiques et des situations car elle fonde son raisonnement sur le concept microéconomique de substitution. En effet, le recours à des services complexes exclut la possibilité d'acheter parallèlement des biens. Or, et cette remarque rejoint la précédente, l'achat d'un produit touristique élaboré (circuit culturel par exemple) chez un prestataire peut au contraire inciter le futur touriste à se procurer des guides, des cassettes vidéos, etc. c'est à dire à produire lui même de l'information pour améliorer la qualité de son produit. Intégrer la

---

<sup>17</sup>. On pouvait, par exemple lire (O.M.T. 1983) que "*le service offert (information, conseil en voyage, vente de produits touristiques) est incontestablement plus menacé par la télématique : on peut imaginer pouvoir acheter d'ici quelques années un circuit touristique à partir d'un terminal domestique ; il sera toujours impossible de consommer un repas ou de passer une nuit dans un hôtel sans se déplacer*" (p. 28).

possibilité de la complémentarité paraît toutefois délicat dans ce cadre d'analyse. L'arbitrage entre le "faire" et le "faire-faire" sur le marché touristique semble obéir à des logiques plus complexes que celle d'un choix rationnel fondé sur une limitation des coûts.

4) Plus fondamentalement, l'approche de Gershuny ne nous semble pas adapter pour appréhender l'arbitrage "faire" ou "faire faire" dans le cas du tourisme. L'arbitrage en question n'est pas un arbitrage entre biens et services mais entre services achetés et services auto-produits. Si on approfondit cette idée, on en arrive à la conclusion inverse de celle envisagée par F. Coulomb et l'utilisation de l'approche de J. Gershuny apparaît problématique pour ce type d'activité. On peut penser, en effet, que la capacité à extraire des gains de productivité est plus importante chez un voyageur (prix de groupe, standardisation de certaines composantes de l'assemblage touristique,...) que dans le cadre d'une organisation domestique. Par conséquent, contrairement à la thèse de Coulomb/Gershuny, loin d'évoluer vers une société du self-service touristique, ce secteur d'activités de service serait promis à une forte croissance. C'est, à notre sens, parce que cette thèse (fondée sur l'arbitrage biens et services) n'est pas adaptée au sujet qu'elle cherche à traiter (un arbitrage services achetés/self-service) qu'elle parvient à un résultat contraire.

5) Enfin, comme nous avons l'avons vu dans la première partie, le besoin de pratiques touristiques n'est pas un invariant de la nature humaine. À une époque donnée, il constitue un moyen pour l'homme de répondre à un désir humain historiquement construit sous la pression de l'évolution des techniques, des rapports sociaux et des valeurs. Il peut donc se transformer. Gershuny appuie son analyse sur l'idée qu'il existerait des fonctions de besoins atemporels (santé, alimentation, loisirs, ...). L'homme y est confronté et par arbitrage en terme de coûts, il opterait pour telle ou telle solution. Contrairement à cette approche, la thèse que nous défendons et sur laquelle nous reviendrons consiste à penser que les fonctions sont évolutives et qu'elles connaissent elles-mêmes des mutations. À cet égard, nous partageons l'avis de J-C. Delaunay et de J. Gadrey (1987) lorsqu'ils écrivent que *"le recours au concept de fonction, dans l'analyse théorique des services, ne présente un intérêt que si l'on parvient à dégager des fonctions sociales fines, spécifiques, de la diversité de la fonction technique générale qui n'en constitue qu'une première approche"* (p. 232).

Sans omettre le caractère stimulant d'un tel outil, il nous semble, contrairement à ce que pense F. Coulomb, que son degré d'application à l'économie des services en général

(J-C. Delaunay et J. Gadrey, 1987) et à l'économie des produits touristiques en particulier est limité.

Toutes ces thèses, bien que situées sur des plans différents, cherchent à démontrer en se fondant sur des considérations en termes de coûts (écart de productivité, coûts informationnels et standardisation de certaines prestations de service), d'allocation du temps, ou de perceptions philosophiques, qu'à terme, l'un des deux axes de l'économie touristique va disparaître. En quelque sorte, il semble bien que chacune de ces analyses présentent quelques difficultés à envisager la possibilité que l'arbitrage "faire" ou "faire-faire" puisse survivre. Comme nous allons le voir, l'un des mérites de l'analyse des coûts de transactions (économie néo-institutionnelle) que l'on appliquera à l'économie touristique sera, en se fondant principalement sur des arguments économiques, de pouvoir penser cet arbitrage.

Bien que conscients de l'existence d'alternatives pour répondre au "besoin de tourisme", les développements théoriques qui précèdent parviennent mal à justifier cette pluralité. L'observation de l'évolution des pratiques peut se révéler, à cet égard, un précieux outil pour vérifier ou infirmer telle ou telle hypothèse avancée.

### I. 3 Quelques éléments d'ordre empirique concernant le poids de l'intermédiation dans les pratiques touristiques

En fait, l'information statistique existante ne nous permet pas, non plus, de statuer sur la structuration future de ce marché particulier et sur l'émergence d'un mode de satisfaction des besoins en tourisme. En effet, le recours aux organisateurs de voyages est très variable selon les pays et il est difficile de prévoir les évolutions des comportements individuels des touristes. Toutefois, il semble que les individus résidant dans le Nord de l'Europe fassent davantage appel à des intermédiaires que les individus établis dans le Sud de l'Europe (F. Spitzemberg, 1989). Si plus de 30 % des touristes allemands et plus de 35 % des touristes anglais avaient recours à un agent de voyage en 1988 pour organiser leurs vacances, moins de 9 % des touristes français jugeaient utiles ou souhaitables de passer par un intermédiaire touristique<sup>18</sup> (Francesco Frangialli, 1991). Pour l'année 1992, on a pu remarquer la progression, bien qu'irrégulière, de la vente de voyages à forfaits pour la France comparativement à la situation anglaise et allemande. En effet, si 11 % des touristes français se rendaient chez leur agent de

---

<sup>18</sup>. Pour l'année 1986, ces chiffres s'élevaient respectivement à 7,5% pour les Français, 28,3 % pour les Anglais et 26,5 % pour les Allemands. Ces chiffres sont donnés par P. Py (1996).

voyage, le taux de pénétration des voyages à forfait chez les vacanciers s'élevait respectivement à 30 % pour le Royaume-Uni et 44 % pour l'Allemagne (Comptes du tourisme, 1993). Il convient néanmoins de faire remarquer que le poids de la billetterie (c'est à dire que le touriste n'achète que le titre de transport) est particulièrement élevé en France et qu'il est donc délicat de conclure à une progression du canal touristique indirect sur la base de l'évolution du taux de pénétration des voyages à forfait. Des raisons d'ordre culturel ou géographique peuvent venir expliquer de tels écarts entre ces trois pays. Le positionnement central de la France et la clémence de son climat (Jean-Michel Dewailly et Emile Flament, 1993) pourraient expliquer, en partie, la préférence affichée, par les touristes français, pour une stratégie fondée sur l'auto-organisation. Contrairement à certains spécialistes du secteur touristique, il nous semble peu justifié de porter un jugement normatif sur les deux modes de consommation touristique qui forment l'économie touristique. Ainsi, lorsque Pierre Py (1996) écrit que "*le taux (de pénétration) français de 1986 correspond au taux moyen des douze Etats européens en 1969-1970 : ce qui signifie que la France a douze ans de retard en ce domaine*" (p. 104), il suppose implicitement que le canal touristique indirect doit se développer dans les années à venir.

Pour conclure, on peut résumer notre position en disant que plus qu'un remplacement d'un mode de consommation touristique par un autre que l'on justifierait par des arguments philosophiques ou économiques, il semble plutôt que l'on assiste à une structuration de ce marché autour de ces deux modes, qui ne s'excluent pas forcément.

Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, c'est en ne parvenant pas à expliquer et à justifier l'existence d'intermédiaires sur le marché touristique que la théorie économique standard trouve une de ses limites. En effet, il est pour elle difficile, voire paradoxal, à partir du moment où il existe une procédure de marché traditionnelle, c'est à dire où l'échange s'avère possible, praticable et efficient, de comprendre pour quelles raisons apparaissent des intermédiaires sur le marché. L'objectif de la théorie néo-institutionnelle, dont le principal représentant est Oliver Williamson (1994), est de chercher à légitimer l'imperfection de certains marchés. Après avoir rappelé les principaux arguments théoriques avancés par ce courant de réflexions contemporain, nous nous interrogerons sur le degré d'applicabilité de ces arguments pour comprendre et éclairer la structuration du marché touristique. Nous achèverons ce chapitre (section III) en remarquant que finalement, c'est en évacuant de l'analyse du marché l'inscription des pratiques touristiques dans des registres de valeurs différents (diversité des attentes) qu'on se prive de la possibilité d'appréhender, avec plus de pertinence, les logiques qui sont à l'oeuvre sur ce marché.

## Section II : Le paradoxe des intermédiaires touristiques partiellement levé par la théorie néo-institutionnelle

Depuis le XVIII<sup>ème</sup> siècle et les travaux d'Adam Smith (première parution en 1776), la représentation générale que l'économie libérale propose de la société économique est centrée autour du marché. Ce dernier, sous certaines hypothèses, est le lieu de coordination optimal et idéal des intérêts des individus. C'est à dire que, par le mécanisme des prix et le jeu de l'offre et de la demande, tous les membres désirant participer à l'échange vont parvenir à un accord que l'on appellera "équilibre du marché"<sup>19</sup>. Cet accord évite les sous-utilisations et se trouve être socialement juste. Pour résumer, dans un univers économique où des besoins sont supposés illimités et les ressources rares, le marché (c'est à dire le mécanisme des prix) apparaît, dans cette tradition, comme le meilleur moyen d'allouer les ressources et de satisfaire les besoins des individus. La théorie économique nous enseigne donc que la procédure marchande est la plus efficace. Ainsi, le marché du tourisme devrait se présenter comme une somme de sous-marchés (marché du transport par avion, marché de l'hôtellerie, etc.) sur lesquels le consommateur se porte pour aller acquérir les prestations qu'il souhaite. Il tiendra compte au cours de ses multiples échanges de sa contrainte budgétaire. L'existence et le maintien, sur le marché touristique, d'organisations (tour-opérateur, agence de voyage, ...) qui se chargent de produire et de vendre des "packages", c'est à dire des assemblages de prestation, deviennent inexplicables et absurdes d'un point de vue économique si l'on demeure dans ce cadre de pensée traditionnel. La stratégie du "faire-faire" apparaît comme irrationnelle si l'on conserve les hypothèses qui structurent le modèle walrassien. Pourtant, on ne peut nier que cette stratégie existe et même qu'elle connaît une croissance relative dans les pratiques touristiques observées.

Ainsi, la théorie économique standard est incapable de penser l'économie touristique telle que nous l'avons précédemment définie. Pour répondre à ce défi théorique, la nouvelle économie institutionnelle, tout en sauvegardant le coeur du cadre libéral, a développé une approche théorique susceptible d'apporter un principe de légitimité à l'existence de ces institutions. Pour rendre compte de l'imperfection de ce marché, comme l'indique Pierre-Yves Gomez (1996), *"Il suffit de relâcher les hypothèses du*

---

<sup>19</sup>. C'est Léon Walras qui, à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, développe un modèle de marché très simplifié, dit "pur et parfait" (1952). L'archétype retenu est le fonctionnement de la bourse des valeurs. Les offreurs et les demandeurs en présence sur le marché cherchent à maximiser leur utilité (le vendeur veut obtenir le meilleur prix et l'acheteur veut satisfaire son besoin au moindre coût). Pour chacun des prix proposés par le commissaire priseur, offreurs et demandeurs vont énoncer les quantités qu'ils souhaitent. Par tâtonnement progressif, les attentes respectives vont se trouver satisfaites et l'échange pourra avoir lieu.

noyau dur" (p. 63). Il ajoute toutefois que "*ce relâchement d'hypothèses ne signifie pas leur remise en cause, mais une atténuation circonstanciée de leur application, qui, par antithèse, confirme leur validité dans l'absolu*" (p. 63). C'est parce qu'il existe des imperfections sur le marché qu'apparaissent les organisations. Dans cette optique, ces dernières sont donc définies comme des solutions qui s'imposent à partir du moment où sont épuisées toutes les vertus de la coordination marchande.

Après avoir présenté les principaux arguments avancés par ce cadre théorique, on s'interrogera sur l'application qui peut en être faite pour améliorer la compréhension du marché touristique. Il nous semble que c'est dans cet aller et retour permanent entre les théories et les pratiques touristiques observées qu'il est possible de fonder des constructions explicatives des logiques en oeuvre sur le marché touristique.

## II. 1 Présentation de la "théorie des coûts de transaction" de Ronald Coase (1937) et de ses prolongements chez Olivier Williamson (1994)<sup>20</sup>

En 1937, Ronald Coase (1987) fait remarquer que si la répartition des ressources dépend directement du mécanisme des prix, alors il devient difficile de rendre compte de l'existence des firmes. En effet, au sein des firmes, la coordination des acteurs et la régulation des quantités de biens passent par un autre mécanisme que celui des prix. "*Il est clair que ce sont des méthodes alternatives de coordination de la production*" (p. 136). Apparaît alors un paradoxe car si la procédure marchande est optimale, on éprouve quelques difficultés à comprendre les raisons pour lesquelles des procédures non marchandes (l'existence d'entreprises) sont si fréquentes dans les relations économiques. Exprimé autrement, on peut se demander pourquoi il existe deux formes de coordination économique des agents (par le marché et par la firme) alors que l'enseignement économique traditionnel s'évertue à démontrer les mérites du marché et que "*régulée par le mouvement des prix, la production pourrait avoir lieu sans organisation du tout*" (p. 136).

Le coeur de l'argumentation de Coase pour "*tenter de découvrir pourquoi la firme émerge finalement dans une économie d'échanges spécialisés*"(p. 138) réside dans un constat simple. Il existerait "*un coût à l'utilisation du mécanisme des prix*" (p. 139), coût qualifié par O. Williamson (1994) de "coût de transaction". En effet, contrairement

---

<sup>20</sup>. Mis à part les textes de R. Coase et de O. Williamson, il existe plusieurs présentations de la théorie des coûts de transaction auxquelles on pourra se reporter. En particulier, celles de Claude Ménard (1990), d'Eric Brousseau (1993), de Benjamin Coriat et Olivier Weinstein (1995), de Bernard Baudry (1996), de Pierre-Yves Gomez (1996)...Pour ce qui concerne l'analyse des coûts de transaction adaptée au cas des activités de services, les travaux de David E. Bowen et Gareth R. Jones (1986) constituent une présentation remarquable.

aux hypothèses du modèle walrassien, les prix ne sont pas connus de tous les individus. Les agents économiques doivent s'informer (c'est ce que Coase appelle "*la découverte des prix adéquats*" p. 139) et lutter contre l'incertitude qui menace. C'est donc parce que les échanges économiques se déroulent dans un univers incertain, c'est à dire où la rationalité des agents est limitée<sup>21</sup>, et qu'il existe des problèmes d'accès à l'information, que finalement le système des prix se révèle être coûteux. Ce coût correspond en quelque sorte au coût de fonctionnement du marché<sup>22</sup>.

Parce que le recours au marché peut nécessiter de payer un prix, on peut concevoir, sur la base d'un calcul rationnel, que les agents vont opter pour la non-utilisation du marché. En effet, s'il existe d'autres façons, moins coûteuses, de pratiquer les échanges, on comprend pourquoi cet espace de coordination alternatif sera choisi. Ainsi, grâce à cet outil théorique que constituent "les coûts de transaction", l'existence de la firme est légitimée dans l'axiomatique libérale. Toutefois, il reste à analyser les raisons pour lesquelles, finalement, la société ne se réduit pas à une grande entreprise, c'est à dire à un mode de coordination administratif. La réponse de Coase est qu'il existe une limite à l'utilisation de l'organisation pour coordonner les activités économiques. Il écrit "*qu'à mesure que l'entreprise grandit, la fonction de l'entrepreneur peut connaître des rendements décroissants, c'est à dire que les coûts d'organisation de transactions additionnelles à l'intérieur de la firme peuvent augmenter*" (p. 144). C'est l'arbitrage entre des coûts de transaction et des coûts d'organisation, c'est à dire un calcul fondé sur la comparaison entre le coût d'une transaction supplémentaire sur le marché et le coût d'organisation interne de la même transaction, qui décidera du mode de coordination à retenir.

Cette théorie a pour principal mérite de penser deux formes distinctes de coordination des activités, le marché et l'organisation. Ces deux mécanismes ne s'excluent pas et présentent des avantages et des inconvénients. L'analyse de O. Williamson va consister à affiner, à creuser et à complexifier les intuitions de Coase.

Il va, en particulier, chercher à comprendre les raisons microanalytiques pour lesquelles émergent différents types "d'arrangements institutionnels" ("governance structures" dans la terminologie de Williamson). Des facteurs d'ordre comportemental et en liaison avec la nature des actifs échangés expliquent la manière dont les individus

---

21. C'est à Herbert Simon que l'on doit le concept de "rationalité limitée" (1959). En proposant une approche alternative de la rationalité, il cherche ainsi à réagir contre l'irréalisme des hypothèses du modèle standard afférant aux comportements des individus (qu'il qualifie de "rationalité omnisciente"). La rationalité limitée prend en compte le fait que l'information est imparfaite, que les capacités de calcul des agents sont limitées et qu'il peut exister des situations d'interdépendances stratégiques.

22. Ce coût de fonctionnement du marché est appelé par O. Williamson (1975) "coût de transaction". Il est possible de le décomposer en deux types de coûts (Eric Brousseau, 1993) :

— un coût ex-ante, c'est à dire un coût de recherche de l'information et de négociation

— un coût ex-post, c'est à dire un coût à supporter pour contrôler le bon déroulement du contrat

se coordonnent lorsqu'ils produisent et échangent. Williamson va montrer qu'il devient rationnel, sous certaines conditions, de préférer soit l'organisation soit le marché.

L'univers économique dans lequel s'effectue les transactions entre acteurs est un univers incertain. La mise en place d'organisations constitue le prix à supporter pour réduire cette incertitude. On peut conceptualiser cet univers économique par trois caractéristiques :

— La rationalité est limitée au sens de Herbert Simon (1959). Les individus ont des capacités cognitives réduites et le langage présente lui-même des limites. Les agents ne disposent pas des capacités neurophysiologiques pour recevoir et traiter toutes les informations et ainsi choisir de manière optimale entre les différents "états du monde". Par rapport à ces limites, réfléchir à une coordination organisée peut s'imposer comme une solution optimale.

— Le soupçon d'opportunisme perturbe les transactions. On a toutes les raisons de croire que, dans un univers libéral, l'individu peut agir, si cela est dans son intérêt, contre l'intérêt des autres<sup>23</sup>. La possibilité même qu'il puisse y avoir tromperie introduit une seconde source d'incertitude dans les transactions. Ainsi, il peut devenir rationnel de ne pas fonder les relations d'échange ou de production sur des promesses et de vouloir mettre en place des structures de contrôle et de garanties.

— Enfin, la nature de la transaction et de ce qui est échangé peut intervenir dans l'arbitrage marché/organisation. La fréquence des transactions et la spécificité des actifs utilisés vont modifier les règles transactionnelles. En effet, le producteur qui doit répondre à une demande dont les caractéristiques qualitatives sont spécifiques utilisera des actifs conçus pour cette transaction particulière. Le degré de redéploiement de ces actifs est faible et entraîne une irréversibilité élevée. De ce fait, plus l'actif est spécifique, plus la relation se doit d'être durable car sinon elle est coûteuse. Comme l'écrit P-Y. Gomez (1996), "*Il (le producteur) est, en quelque sorte, condamné par sa spécialisation à un certain type de relations d'échanges*" (p. 75). Le passage par la contractualisation sera le moyen requis pour assurer une coordination de longue durée.

Les coûts de transaction apparaissent consécutivement à la conjonction de ces trois dimensions dans l'espace où se déroulent les échanges et les relations économiques.

---

<sup>23</sup>. On distingue en général deux types d'opportunisme (Bernard Baudry, 1995). La sélection adverse qualifié d'opportunisme ex-ante par O. Williamson correspond à une situation où l'individu ne révèle pas, au moment où il passe un contrat, toute l'information dont il dispose à son co-contractant (G. Akerlof, 1970). Le hasard moral, qualifié d'opportunisme ex-post correspond, quant à elle, à une situation où la tricherie a lieu en cours d'exécution du contrat.

Suivant l'importance prise par ces dimensions pour une transaction donnée, on optera plutôt pour telle ou telle configuration transactionnelle, le marché, la coordination organisée (la firme) ou une forme hybride, c'est à dire un arrangement contractuel spécifique. Williamson (1985) définit ainsi un continuum entre marché et organisation.

Comme nous allons le voir, cette approche théorique, en introduisant des hypothèses comportementales plus "réalistes", présente un intérêt certain pour notre objet de recherche. En effet, contrairement à la théorie standard traditionnelle qui postule la supériorité de l'organisation marchande, la théorie des coûts de transaction présente le marché comme un espace de coordination optimal dans certains cas et imparfait dans d'autres. Comme le souligne Williamson (1994) *"l'économie des coûts de transaction maintient qu'il existe des raisons économiques rationnelles d'organiser des transactions d'une manière et d'autres transactions d'une autre"* (p. 75). Passer par le marché ou contracter auprès d'une organisation devient ainsi l'objet d'un arbitrage, d'un calcul économique, en termes de coûts. En d'autres termes, ce cadre théorique nous permet de penser la problématique du "faire" ou du "faire faire" et plus spécifiquement la dualité de l'économie touristique telle que nous l'avons définie. C'est donc pour éclairer et justifier par des arguments économiques la structuration du marché touristique que nous allons utiliser et tester cet outil analytique.

Après avoir présenté la façon dont la théorie des coûts de transaction parvient à justifier l'existence d'organisations touristiques complexes, nous nous interrogerons sur le degré de pertinence des arguments avancés et nous chercherons à montrer que pour appréhender les pratiques des touristes, il convient de reconsidérer le poids et la perception qu'ont les acteurs de ces coûts. C'est donc la théorie des coûts de transaction qui se verra, à son tour, enrichie par certaines critiques. Finalement, on tentera de montrer que c'est le système de rationalité en vigueur dans la théorie économique standard ou standard étendue qui semble mal approprié pour comprendre les logiques qui animent les pratiques touristiques.

## II. 2 L'application de la théorie des coûts de transaction au marché touristique

L'esprit originel qui a guidé l'élaboration de la théorie des coûts de transaction visait plutôt, en partant des firmes et des institutions, à chercher des principes légitimant leur existence. La question centrale consistait à s'interroger sur le fait de savoir s'il était plus efficient de produire dans l'entreprise, de sous-traiter ou d'acheter sur le marché. L'utilisation qui va être faite de cette approche, dans le cadre de notre objet d'étude, se situe, quant à elle, au niveau de l'individu consommateur ou du ménage. Les raisons qui expliqueraient la plus ou moins grande participation du touriste à la production de

produits touristiques (auto-production) peuvent, au moins partiellement, être éclairées par cette approche. En d'autres termes, l'arbitrage entre le canal de consommation touristique direct et le canal de consommation touristique indirect pourrait s'expliquer par des coûts de transactions. Dans ce cadre, le consommateur touriste ressemble à une firme qui est capable de produire, par l'achat de biens et de services, des satisfactions. On rejoint ainsi, tout au moins dans le positionnement théorique initial, les hypothèses des nouvelles théories du consommateur inaugurées par Gary Becker (1965) et Kevin Lancaster (1966). Toutefois, la théorie des coûts de transaction a d'autres ambitions théoriques. En effet, elle cherche à légitimer deux modes possibles d'échange et de production, c'est à dire deux modes d'accès à une satisfaction (directement et indirectement). Ce faisant, cette théorie parvient à proposer une grille explicative de l'émergence des intermédiaires touristiques sur le marché et ainsi à lever le paradoxe de l'existence d'une procédure de production organisée. C'est l'application de cette analyse au marché des produits touristiques qui va, à présent, être abordée. Nous devons signaler que cette tentative a déjà été amorcée dans une étude présentée par Nadine Levratto, Jean-Michel Pedinielli et André Torre (1995). Notre objectif est de pousser plus loin cet exercice et de relever les insuffisances ou difficultés théoriques qui demeurent.

Rappelons tout d'abord que le touriste a deux possibilités pour satisfaire son besoin touristique :

— l'auto-organisation (le "faire"), qui correspond à une procédure marchande traditionnelle où l'individu va se rendre chez un ensemble de prestataires (achats de biens et services) de son choix pour élaborer et vivre son séjour touristique.

— l'achat d'un produit organisé (le "faire faire"), c'est à dire que l'individu préfère passer par un intermédiaire qui lui livre un assemblage de prestations conçu et préparé par les soins de l'entreprise de services. Dans un certain sens, il est possible d'appréhender cette relation comme une relation de sous-traitance en ingénierie.

Ce rappel visait à clarifier le niveau d'analyse où nous nous situons. Dans notre approche, c'est donc le "faire" qui renvoie, pour une grande part<sup>24</sup>, à un mode transactionnel fondé sur le marché tandis que la stratégie du "faire faire", sans être non-marchande puisqu'elle repose sur l'achat d'un complexe de biens et services, se fonde sur la recherche d'une production organisée en interne, par le prestataire de services. Ces deux stratégies sont, en fait, deux modes différents de recours au marché.

Précédemment, nous avons montré que l'analyse économique standard était prise en défaut dans sa capacité à produire des principes justifiant l'existence d'intermédiaires

---

<sup>24</sup>. Il est important d'avoir à l'esprit que, contrairement à l'application de la théorie des coûts de transaction au monde de l'entreprise, la stratégie du "faire" consiste ici pour le touriste à internaliser l'organisation. Ceci ne signifie donc pas que l'on n'aura pas recours au marché.

sur un marché. Sans rompre avec l'axiomatique du noyau dur de cette théorie, nous allons réfléchir au degré d'applicabilité des arguments avancés par la théorie des coûts de transaction pour comprendre la présence de tour-opérateurs et d'agences de voyage sur le marché des produits touristiques.

Nous allons montrer, tout d'abord, que les intermédiaires touristiques peuvent jouer, au regard des arguments avancés par la théorie, un rôle de réducteur d'incertitude et de coût. Il convient donc, avant tout, de repérer et de spécifier les différents types d'incertitude que devra affronter le touriste s'il choisit la stratégie "du faire". Il convient de noter que si certaines formes d'incertitude ne sont pas spécifiques aux produits touristiques mais plus généralement aux activités de service, elles n'en sont pas pour autant essentielles à retenir pour comprendre l'émergence des organisations touristiques sur le marché.

Tout individu souhaitant devenir touriste autonome va être confronté à trois formes d'incertitude :

1) une relative ignorance informationnelle sur l'état et les conditions du marché : la rationalité du touriste est souvent très limitée

En fait, le touriste qui souhaite se charger lui-même de l'organisation de ses vacances est dans une situation d'incertitude forte sur les conditions et sur les possibilités de pratiques et d'achats de prestations qu'offrent le marché. Contrairement au modèle d'ajustement marchand (walrassien) qui faisait l'hypothèse implicite d'une information immanente au marché, les développements théoriques contemporains (H. Simon, 1954; O. Williamson, 1994) reconnaissent que l'information n'existe pas en tant que telle et nécessite de la part des acteurs une démarche. Cette démarche informationnelle possède un coût<sup>25</sup>. En effet, pour reprendre ce que dit R. Coase (1987), passer par le marché pour obtenir ce dont on a besoin entraîne un investissement en termes de temps, de compétences et d'argent car il faut savoir identifier les acteurs compétents et se mettre d'accord sur les conditions de production et d'échange.

Ce coût que l'on peut appeler informationnel ou transactionnel va être plus important sur le marché touristique que sur un autre marché et ceci pour plusieurs raisons.

— La démarche du touriste pour limiter son déficit informationnel est d'autant plus complexe qu'il existe une grande variété et un grand nombre de destinations, et de sous-

---

<sup>25</sup>. Cette idée que l'information n'est pas donnée et qu'il faille supporter un coût pour l'obtenir est à l'origine de la théorie du "Job Search" encore appelée "théorie de la recherche d'emploi" (Georges Stigler, 1962). L'hypothèse retenue pour expliquer, au moins partiellement, le chômage, consiste à dire que l'information sur les emplois vacants est déficiente. Le travailleur rationnel doit donc consacrer du temps à la recherche de l'emploi qui lui convient et supporte, à cet effet, un coût. On suppose, dans cette analyse, que le travailleur dispose d'un "salaire de réservation" (Hoang-Ngoc Liêm, 1996).

secteurs impliqués dans le secteur touristique. Compte tenu des capacités cognitives limitées des individus et du temps qui est une donnée rare, on comprend les difficultés des acteurs pour se repérer dans cette pluralité de marchés relativement opaques. On imagine assez bien que si vous souhaitez partir seul en Égypte et consommer le même type de produit que celui qui est proposé par une agence, vous devez réfléchir à l'organisation de votre séjour, de vos visites, de vos transports intérieurs, etc. comment allez-vous choisir votre hôtel ? Quels sont les critères qui rentrent en ligne de compte ? Que visiter ?<sup>26</sup>

— La nature de ce qui est consommé peut être aussi une source de difficultés pour obtenir les informations nécessaires à la préparation du plan de voyage. Des obstacles linguistiques ou culturels peuvent venir complexifier et contrarier l'accès à l'information. On comprend que si vous ignorez le pakistanais et l'anglais, l'auto-organisation de votre voyage au Pakistan sera plus qu'aléatoire et si vous souhaitez bénéficier des mêmes prestations que celles vendues par une agence, le temps dépensé pour y parvenir sera beaucoup plus important. Le touriste supportera donc un coût supplémentaire. Au delà de cet aspect linguistique, on peut dire qu'en un certain sens, la plupart des touristes se déplacent dans des espaces différents du cadre de vie habituel, c'est à dire dans des espaces où la présence des repères familiers est, par définition, faible. Pour poursuivre notre exemple, on peut être d'accord avec le fait que même si le touriste connaît le pakistanais, il voyagera toutefois dans un espace de vie inconnu et devra déployer des efforts coûteux en recherche d'informations pour structurer ses déplacements et son séjour.

## 2) l'incertitude sur le résultat et la qualité du produit : la possibilité de l'opportunisme

Cette forme d'incertitude est commune à la plupart des activités de service, elle est liée à l'existence d'une asymétrie d'informations qui peut engendrer l'apparition de comportements opportunistes. Par conséquent, dans la mesure où le secteur touristique consiste essentiellement à produire et à échanger des services (transport, animation, logement, ...), les différentes dimensions de l'incertitude attachées au processus de production des activités de service vont également caractériser le produit touristique.

---

<sup>26</sup>. Comme nous le précisons les récits de voyageurs au XIX<sup>ème</sup> siècle ou au début du XX<sup>ème</sup> siècle (T. Gautier, G. Sand, ...), l'organisation des voyages, avant que n'apparaissent des agents de voyage (cf. Chapitre II), se faisait un peu avec les lectures de guides quand ils existaient, les rencontres, la réputation de telle ou telle destination et beaucoup avec le hasard. Nous développerons ce point de vue dans le point III de ce chapitre en nous appuyant sur la notion de "marché à prescripteurs" développée par Armand Hatchuel (1995).

— Il existe une asymétrie d'informations entre le client et le prestataire de service. Ce dernier dispose en effet d'un avantage informationnel par rapport au demandeur et peut en jouir (l'hôtelier sait parfaitement que la chambre 14 au dessus de la salle est bruyante et pourtant il va la louer en oubliant de mentionner ce désagrément)<sup>27</sup>. Ce soupçon d'opportunisme est d'autant plus élevé, qu'à la différence d'un bien, il n'est pas possible de tester ex-ante la prestation. La simultanéité du processus de production et de consommation qui caractérise les activités de service empêche le plus souvent un contrôle a priori de la qualité. Comme le précisent, P. Eiglier, E. Langeard et C. Dageville (1989), "*Le service est choisi et acheté par le client avant qu'il n'ait commencé à le fabriquer avec l'entreprise. Le service sera jugé de qualité ou non par le client après consommation*" (p. 96). Cette impossibilité pour les touristes d'essayer la plupart des produits touristiques avant l'achat vient, par conséquent, augmenter l'incertitude quant au résultat escompté. Toutefois, on peut penser que le touriste, à force d'accumuler et de renouveler les expériences touristiques, devient méfiant et averti. Cette meilleure connaissance des réalités du marché touristique et de la qualité des prestations aurait pour conséquence de réduire l'asymétrie informationnelle qui existe, à l'origine, entre le professionnel du secteur et le touriste. "*En effet, une grande majorité de Français que l'accumulation d'expériences a rendu avertis, possède de réels acquis touristiques qui ont fonction de référence pour guider les choix futurs : le candidat au voyage compare, tient compte de l'avis de ses proches, fait peser la menace de l'infidélité... bref guide le marché vers une logique de demande*" (La lettre de la direction du tourisme, 1997, p. 2).

— De plus, la qualité de la prestation peut souffrir de comportements opportunistes et de défections liés à l'existence d'un délai entre le moment où l'individu s'engage sur la base d'un contrat incomplet ou sur la confiance, et le moment où il accède à la prestation. Le client comme le prestataire peuvent vouloir jouer avec ce délai. C'est par exemple le cas du "surbooking", c'est à dire la vente de billets de transport en quantité supérieure aux capacités réelles de l'appareil, que certaines compagnies aériennes pratiquent. Le client peut aussi user de cet écart temporel et spatial. En effet, vous réservez une semaine dans un hôtel et sans prévenir vous décidez de vous rendre ailleurs. C'est une défection par rapport à une promesse ce qui entraîne un risque pour le producteur. La théorie économique traite ce problème au travers de la théorie du principal-agent (J. W. Pratt et R. J. Zeckhauser, 1985). Entre l'acte d'achat ou de réservation et l'acte de consommation, il existe un laps temporel qui peut venir favoriser l'apparition de stratégies de défection ou de comportements opportunistes.

---

<sup>27</sup>. Pour reprendre la conceptualisation de Williamson, il s'agit ici d'un opportunisme ex ante, c'est à dire d'un cas de sélection adverse.

### 3) une incertitude radicale ou fondamentale

Enfin, le produit touristique est soumis à une incertitude que l'on pourrait qualifier de radicale, au sens où il n'est pas possible de la réduire par un contrat ou par des procédures d'incitation (Laurent Thévenot, 1989). Cette incertitude ne dépend ni de l'action du client ni de celle du prestataire et renvoie aux aléas d'ordre climatique, politique et technique que les pays ou régions peuvent connaître. Par exemple, on vous avait promis qu'il ferait beau à Rome et il n'a fait que pleuvoir. De même, vous décidez de partir au Sénégal pour vous reposer et des troubles sociaux ou politiques viennent perturber la clémence de votre séjour<sup>28</sup>.

L'espace social où se déroulent les échanges et la production des prestations touristiques est un espace incertain. La rationalité limitée des agents, l'asymétrie informationnelle, les incertitudes fondamentales rendent, en effet, ce marché imparfait. Le touriste est contraint de supporter des coûts de transaction et des coûts d'information pour constituer les produits qu'il souhaite consommer. Dans un tel contexte, il peut devenir opportun de développer une stratégie d'internalisation relative des prestations, c'est à dire de demander aux tours-opérateurs et aux agents de voyages de mettre en place des contrats spécifiques, mais incomplets, dont le rôle sera de limiter, pour le touriste et pour le prestataire final, le nombre d'opérations d'acquisition et de traitement de l'information. C'est l'un des rôles assignés aux organisations par la théorie des coûts de transaction. Pour H. Simon (1979), l'organisation a été créée "*pour faire face aux limites des capacités humaines de compréhension et de calcul face à la complexité et à l'incertitude*" (cité par B. Coriat et O. Weinstein, 1995, p. 26). Sans toutefois supprimer toutes les formes d'incertitudes repérées (l'incertitude fondamentale demeure par définition et l'asymétrie d'information peut être réduite mais nullement ramenée à zéro), les organisations limitent les coûts pour le touriste à deux niveaux.

1) Tout d'abord, le touriste aura recours à un intermédiaire touristique parce que ce dernier dispose d'avantages informationnels obtenus et accumulés par un processus d'apprentissage et un savoir-faire. Il a une connaissance des hôtels de qualité, des sites spectaculaires, et il mesure, au moins en partie, les risques inhérents à telle ou telle destination. Il a un correspondant sur place qui parle la langue et peut résoudre les

---

<sup>28</sup>. Parfois, c'est le développement du tourisme lui-même qui peut devenir un facteur de subversion. Ainsi, Georges Cazes (1992) rapporte les propos d'un observateur aux îles Hawaï : "la criminalité s'aggrave sur l'île d'Oahu... elle est souvent le fait de jeunes Hawaïens déracinés, exilés dans la ville et dépossédés de leur patrie depuis belle lurette... augmentation des sentiments xénophobes..., violence sourde et symbolique" (p. 111).

difficultés rencontrées par les touristes. Il saura préparer et conseiller son client pour que ce dernier soit satisfait des différentes prestations achetées. La plupart du temps, l'intermédiaire touristique va sous-traiter certaines composantes (ou toutes) à d'autres prestataires de service sur le lieu de consommation de la prestation et s'assurera par des contrats<sup>29</sup> et des garanties de la qualité de ce qui a été vendu. En ce sens, passer par un intermédiaire permet un gain de temps et réduit les difficultés attachées à la réalisation du voyage. Il joue donc le rôle de réducteur d'incertitude et limite ainsi les coûts d'information. On peut envisager que le touriste se rende toujours au même endroit et développe ainsi un savoir-faire et une connaissance du milieu et de l'espace visité (voire de la langue). Toutefois, pour des raisons qui tiennent à la nature de ce qui est consommé (produit culturel où le processus de distinction n'est pas négligeable, cf. Chapitre II), on a pu repérer que les désirs de la plupart des touristes étaient évolutifs (Peter Johnson et Barry Thomas, 1993; Léonce Deprez, 1995).

2) De plus, si les intermédiaires touristiques bénéficient d'avantages informationnels, ils disposent aussi d'avantages liés à l'existence d'économies d'échelles, c'est à dire de rendements croissants qui découlent d'une plus grande utilisation des différents facteurs de production. Dans la mesure où le tour-opérateur ou l'agent de voyages sont amenés à traiter d'un grand nombre de clients sur certaines destinations touristiques (type Baléares, Dodécanèse grec,...), en particulier parce que le tourisme a pour caractéristique d'être un phénomène particulièrement saisonnier (F. Frangialli, 1992), il leur est, en effet, possible de réduire le coût unitaire des différentes prestations vendues. Ceci a pour conséquence principale d'entraîner à la baisse les coûts de production et parallèlement les coûts de transaction.

Bien que ce type d'argument soit absent de la théorie des coûts de transaction, il n'entre pas en contradiction avec les résultats théoriques auxquels elle parvient. C'est en mobilisant le principe d'extension des marchés développé par Georges Stigler (1951) que l'on réussit à compléter l'analyse transactionnelle. Selon cette théorie, une entreprise a tout intérêt à externaliser (ou de recourir à des marchés extérieurs) certaines fonctions offrant les plus grandes économies d'échelles pour mieux se concentrer sur d'autres activités. On retrouve ainsi l'argument classique qui consiste à dire que la spécialisation des tâches est source d'efficacité. C'est avec une telle approche que l'on tente de rendre compte, au moins partiellement, de l'extension de la demande intermédiaire de services (Pascal Petit, 1988). Ainsi, le touriste a tout intérêt à se décharger auprès d'un

---

<sup>29</sup>. Toutefois, l'existence de contrats ne supprime pas la possibilité de comportements opportunistes et, à cet égard, ne constitue peut être pas la meilleure forme de coordination. On pourra se reporter aux critiques développées par Eric Brousseau (1993) sur l'économie des contrats. Il écrit en particulier que "*lorsqu'interviennent plus de deux agents, les jeux stratégiques possibles sont d'une telle complexité qu'il devient extrêmement difficile de concevoir des contrats efficaces envisageant tous les possibles*" (p. 57, 1995).

intermédiaire de la préparation et de l'organisation des prestations pour lesquelles la standardisation et le traitement sur grande échelle sont possibles. Dans le cadre de cette analyse, c'est la nature de la fonction à traiter qui constitue le principal critère de rationalisation des choix.

Précisons que même s'il est relativement peu envisageable de standardiser certaines des composantes du produit touristique (comme les services de guide d'un site<sup>30</sup>) parce que la relation de service y est centrale et empêche de ce fait une reproduction à l'identique (J. Gadrey, 1996), les entreprises de services s'efforcent d'adopter une démarche rationalisatrice de type industriel (hôtellerie de chaîne, ...). En effet, malgré la difficulté à assurer la reproduction des performances annoncées aux clients, il n'est pas exclu de gagner en efficacité productive (au sens industriel du terme) en standardisant certaines des prestations composant le produit touristique. Il devient ainsi moins coûteux pour le touriste de passer par un intermédiaire que d'acheter, en individuel, l'ensemble des prestations contenues dans le produit. Il bénéficiera des tarifs de groupe que ce soit pour les transports, les visites, les hôtels, etc. Pour autant, son produit peut conserver une dimension personnelle. En effet, comme nous l'expliquent, A. Bressand et K. Nicolaïdis (1988), pour les compacts (c'est à dire dans notre cas, l'assemblage de prestations touristiques), *"il devient possible pour les producteurs de fournir sur une échelle de "masse" des biens qui correspondent à des besoins spécifiques, "sur-mesure" aux yeux des acheteurs. Ceci revient à dire que le producteur amortit tout ou partie de ses coûts sur un grand marché, tout en fournissant un produit qui varie avec chaque client. L'avantage comparatif réside dans un dosage subtil entre des économies d'échelles réductrices de coûts et l'individualisation créatrice de valeurs"* (p. 149). Par le jeu des combinaisons de prestations qui entrent dans le package, développer l'ingénierie de produits n'entraîne pas obligatoirement un surcoût pour le producteur. C'est sur la base d'un tel principe que A. Bressand et K. Nicolaïdis (1988) parlent de l'émergence du "sur-mesure de masse"<sup>31</sup>.

Ainsi, même si le client recherche un produit touristique doté de spécificités, l'intermédiaire est capable, dans une certaine mesure, de s'adapter aux particularités recherchées par son client tout en maintenant des coûts raisonnables. L'inscription dans des réseaux de prestataires, la possession d'un savoir faire et de certaines compétences, l'existence de processus d'apprentissage et la possibilité de décomposer et de

---

<sup>30</sup>. Une étude réalisée sur la structuration du marché des guides (1996) a eu tendance à montrer que ce qui était au centre d'une visite guidée, était la relation de service. Ceci expliquerait, en partie, l'échec relatif des tentatives pour instrumentaliser cette prestation (casques, ...).

<sup>31</sup>. C'est cette logique qui a prévalu dans le secteur de l'habillement avec l'apparition du "prêt à porter" dans les années 50 (Gilles Lipovetsky, 1987). La politique de gamme, autorisée par les nouvelles technologies de la confection a permis de proposer un large éventail de modèles et de versions à partir d'éléments standards qui ne se distinguent en fin de chaîne que par de petits écarts combinatoires.

recomposer les différents constituants du produit touristique seront autant de moyens, à la disposition de l'intermédiaire, pour limiter la recherche d'informations et les coûts de transaction. L'élaboration d'actifs spécifiquement adaptés aux préférences du touriste n'entre donc pas forcément en contradiction avec l'émergence d'intermédiaires touristiques.

Il est clair que la théorie des coûts de transaction (complétée par la théorie de G. Stigler) parvient mieux à rendre compte des pratiques touristiques, en tout cas sous l'angle du recours à des intermédiaires, que la théorie économique standard ne pouvait le faire compte tenu de son corps d'hypothèses. En parvenant à légitimer l'existence d'intermédiaires sur le marché pour des raisons liées à l'incertitude, et à la complexité du produit, elle a pour intérêt d'atténuer l'axiome de rationalité du modèle initial et d'offrir un cadre d'analyse capable d'interpréter une pluralité de pratiques observées. Ainsi, c'est par un calcul complexe que le touriste va pouvoir définir le type de transaction qui lui est le plus favorable d'un point de vue économique. Il va, à chaque fois qu'il souhaitera devenir touriste, comparer le coût qu'il devra supporter s'il organise lui-même son séjour touristique et le coût qu'il devrait payer en passant par un intermédiaire touristique. Le touriste va ainsi rechercher la stratégie la plus efficace par une méthode classique de coûts/avantages.

Cette approche a pour principal mérite d'offrir, au sein du modèle néoclassique, un principe d'explication purement économique permettant de résoudre le paradoxe des intermédiaires touristiques. À partir de l'explication positive de l'existence des firmes, cette théorie propose une méthode normative permettant de repérer les stratégies les plus efficaces à l'aune de la rationalité économique. Cet éclairage de la pratique touristique par un registre de valeur fondé uniquement sur l'efficacité économique présente un certain nombre de limites. Ces limites sont en particulier liées au fait que les produits que nous étudions sont des produits à forte composante culturelle et symbolique. Sans négliger que les arguments proposés par ce cadre analytique ait une certaine pertinence, on ne peut se satisfaire totalement de ce principe d'explication. Plusieurs raisons viennent, en effet, réduire la portée explicative d'une telle analyse. Aux critiques traditionnelles adressées à ce modèle, nous tenterons, dans la suite de ce chapitre, d'en ajouter d'autres qui sont plus spécifiques à notre objet d'étude. La prise en compte de l'ensemble de ces remarques critiques nous permettra d'esquisser les principaux fondements théoriques qui supporteront, dans les chapitres suivants, notre modèle alternatif.

### Section III : Les limites de la théorie des coûts de transaction et son dépassement

La théorie économique standard perçoit la consommation comme la recherche, par un individu disposant d'une contrainte de budget, de biens et de services marchands plus ou moins rares. Cette construction théorique repose sur des principes identiques à ceux qui ont présidé à l'élaboration de la théorie microéconomique du producteur. Le souci de démontrer que le "laisser-faire" conduit automatiquement à l'auto-régulation de l'économie et donc à l'équilibre des intérêts en conflit a pour conséquence principale de faire du consommateur un être passif et uniquement capable de classer des choix<sup>32</sup>. Face à cette approche particulièrement mal adaptée pour appréhender les pratiques touristiques, la théorie des coûts de transaction présente comme intérêt de faire du touriste un agent susceptible d'être actif en lui proposant une palette de stratégies pour produire sa satisfaction (organisation totale, auto-organisation, formules hybrides, ...). L'apport théorique est peu contestable, mais un certain nombre d'interrogations et de difficultés demeurent et viennent réduire la pertinence de cette analyse.

Les critiques que nous allons lui adresser se situent à deux niveaux. Si d'un point de vue de la cohérence interne, certains raisonnements nous paraissent peu satisfaisants pour rendre compte des pratiques touristiques, il semble bien que la nature des problèmes se situe aussi à un niveau plus général. Certaines limites finissent d'ailleurs par apparaître comme autant de carences théoriques qu'il devient de plus en plus difficile d'intégrer, par des raffinements de l'analyse, dans le corpus traditionnel de l'économie. L'ensemble de ces remarques va nous obliger à réfléchir à la mise en place d'un modèle d'explication fondé sur d'autres principes.

#### III. 1 Les critiques traditionnelles

En général, deux types de reproches sont adressés à la théorie des coûts de transaction par les auteurs qui en font une présentation critique. Il est d'abord reproché à cette analyse une utilisation problématique du concept de rationalité limitée. En effet, il semble que les individus de ce modèle soient, à certains moments de la démonstration,

---

<sup>32</sup>. Comme le souligne Kurt Krapf (1964), "*La théorie de l'utilité marginale n'envisage que les phénomènes d'échange, la répartition des biens ne constitue que l'antichambre de la consommation. Il est vrai que, dans le cadre de l'économie de marché, le consommateur fait figure de demandeur, mais il ne l'est que virtuellement, en tant que porteur d'un appétit de jouissance encore indéfini, quoique destiné à être assouvi au maximum par la suite. Il se trouve placé en face de quantités de biens et en face de prix, et finalement c'est le rapport entre ces deux facteurs qui déterminera la combinaison de consommation et par conséquent sa part*" (p. 18).

dotés d'une rationalité instrumentale et à d'autres d'une rationalité limitée. Il lui est également reproché son caractère statique et son incapacité à fournir une logique explicative de l'évolution des phénomènes qui sont appréhendés. Après avoir rappelé et développé ces critiques, nous expliquerons pourquoi, dans le cadre de notre analyse particulière des pratiques touristiques, il convient de pousser plus loin les interrogations et les remises en cause. Ce sera l'occasion pour nous de formuler des doutes sur la capacité de l'économie politique traditionnelle à construire une économie des pratiques touristiques.

#### A) La rationalité illimitée cachée derrière la rationalité limitée

L'une des critiques souvent adressée à la théorie des coûts de transaction concerne l'utilisation plutôt paradoxale qui est faite de l'hypothèse de rationalité limitée (B. Baudry, 1995; B. Coriat et O. Weinstein, 1995; P-Y. Gomez, 1996). En effet, dans l'adaptation que nous avons faite de cette théorie au marché touristique, nous avons d'abord expliqué que le touriste, pour élaborer sa pratique touristique, disposait d'une alternative (auto-organisation ou organisation) et qu'à chaque option de cette alternative correspondaient des coûts (des coûts de transaction s'il choisissait l'auto-organisation et des coûts d'organisation s'il optait pour une stratégie fondée sur l'organisation par un intermédiaire). C'est l'arbitrage effectué à la suite de la comparaison entre ces coûts qui permettait au touriste de porter son choix sur la stratégie optimale. L'existence de coûts de transaction se justifiait, en partie, par le fait que les individus (les touristes dans notre cas) étaient animés d'une rationalité limitée, c'est à dire d'une impossibilité de prendre en compte dans leurs calculs tous les choix possibles. Pour résumer, c'est l'opacité relative du marché et les capacités cognitives limitées de l'individu qui conduisaient, dans certains cas, le touriste à préférer l'organisation.

À cet égard, le touriste tel que nous l'avons envisagé dans le cadre de cette approche se présente comme un individu particulièrement étrange. En effet, il est tantôt doté de capacités calculatoires illimitées quand il cherche à minimiser les coûts de transaction (c'est à dire quand il recherche la meilleure forme de transaction possible pour répondre à ses objectifs) et tantôt pourvu d'une rationalité limitée quand on cherche à expliquer pourquoi il décide de recourir à un intermédiaire.

Cette contradiction est repérée, en particulier, par B. Coriat et O. Weinstein (1995) lorsqu'ils écrivent *"qu'il est permis de se demander s'il (O. Williamson) prend véritablement en compte toutes les implications de l'hypothèse de rationalité limitée. En effet, si l'importance de la rationalité limitée est reconnue pour ce qui est du comportement des agents dans le cadre d'une forme de gouvernance, tout semble se*

*passer comme si une rationalité parfaite était à l'oeuvre dans le choix de la forme de gouvernance, puisque s'impose en chaque circonstance celle qui minimise les coûts de transaction" (p. 74).*

Ceci revient à dire que Williamson distingue l'incertitude qui émane des échanges et celle qui émane de la recherche de la meilleure forme de transaction possible. Pourtant il n'y a aucune raison de croire que la nature de l'incertitude soit différente. En effet, effectuer un calcul ex-ante de l'ensemble des coûts de transactions<sup>33</sup> que l'individu va devoir supporter n'est pas un exercice plus aisé que de se repérer dans l'espace marchand.

De plus, cette approche tend à développer une idée très mécaniste des choix. En effet, si le touriste disposait, à coût nul, de toutes les informations nécessaires pour voyager (ce qui est déjà improbable), c'est à dire d'une rationalité instrumentale, cela revient à dire qu'il opérerait forcément pour une stratégie d'auto-organisation. On conviendra que ce genre de conclusion laisse plutôt sceptique sur la pertinence analytique de cette théorie adaptée au champ des pratiques touristiques. Avant de revenir sur le problème de la nature de la rationalité présente dans les pratiques touristiques, il convient d'envisager, à présent, la critique relative au caractère statique de l'analyse des coûts de transaction.

B) L'absence de dynamique dans la théorie des coûts de transaction, une limite à l'appréhension des pratiques touristiques

Si Williamson prétend proposer, par son approche, "*une analyse dynamique de l'opportunisme et des rapports contractuels*" (B. Coriat et O. Weinstein, 1995, p. 73), il entend par dynamique la prise en compte du temps dans les processus de décision des acteurs. En effet, introduire dans l'axiomatique de la théorie standard l'hypothèse de rationalité limitée, le concept d'opportunisme et le caractère spécifique de certains actifs a pour conséquence d'accorder une certaine importance au poids du futur sur les décisions économiques (irréversibilité, ..). Toutefois, si avec P-Y Gomez (1996), on ne peut nier que "*la théorie des coûts de transaction a permis d'introduire le temps dans le modèle libéral*" (p. 99), la nature de ce temps a peu à voir avec le temps historique.

---

<sup>33</sup>. On peut aussi ajouter que l'une des critiques fréquemment adressée à la théorie des coûts de transaction est relative à l'opérationalité du concept de "coûts de transaction". En effet, il semble délicat de fonder empiriquement une telle théorie (B. Baudry, 1995). Le concept de "coût de transaction" possède une définition si floue que sa mesure en est rendue impossible. Si parvenir à montrer, par une étude de cas, qu'il est plus efficace de produire en interne plutôt que de recourir au marché pose des problèmes, on peut s'interroger sur le caractère scientifique d'une telle approche (M. Blaug, 1994).

En fait, plutôt qu'introduire le temps, l'analyse des coûts de transaction intègre certaines hypothèses relatives à la méconnaissance partielle de l'avenir<sup>34</sup>. Prendre en compte ces caractéristiques ne signifie pas, comme le précise Jean-Pierre Dupuy (1992), que "*les hommes agissent dans le temps de l'histoire. Cela ne change d'ailleurs rien à l'affaire de supposer que la prévision n'est qu'imparfaite, cette imperfection renvoyant à une incertitude probabilisable, à un aléa de type météorologique*" (p. 97-98).

En ce sens, la théorie des coûts de transaction n'est pas dynamique. Elle a pour limite de proposer une grille d'analyse qui se contente de justifier les pratiques sans toutefois comprendre leurs transformations. S'interroger sur leurs évolutions et leurs mutations, l'émergence ou la disparition de certains produits, la crise de certaines destinations est difficilement abordable dans un tel cadre d'analyse. Ce modèle permet, sous l'angle de la recherche de l'efficacité économique, de comprendre (et de légitimer) les raisons pour lesquelles certains touristes vont plutôt opter pour une stratégie de déplacement organisé ou plutôt vers une stratégie qui favorise l'autonomie, mais il permet mal de comprendre l'évolution de ces pratiques.

Appréhender les pratiques concrètes d'agents et d'acteurs économiques suppose de se dégager d'une perception naturaliste de ces catégories en les envisageant comme des construits issus d'un processus social. Cette approche des phénomènes comme organiquement liés à leur évolution a pour conséquence l'adoption d'une approche dynamique de la réalité. Nous verrons dans le chapitre suivant que les travaux développés par l'école de la régulation peuvent offrir une réponse intéressante pour inscrire les pratiques touristiques dans une dynamique historique.

À ces critiques générales relatives au caractère statique du modèle et au problème de logique interne touchant l'ambiguïté du concept de "rationalité limitée", s'ajoutent des remarques plus spécifiques à notre objet d'étude. C'est ce que nous allons aborder à présent.

---

<sup>34</sup>. En fait, le "temps" de l'économie politique néoclassique est de même nature que le temps de la physique newtonienne. Il est réversible, homogène et vide. La fascination exercée par le modèle de l'astronomie au XVIII<sup>ème</sup> siècle explique, en partie, le projet de l'économie politique libérale de fonder une théorie de la société sur le modèle de l'harmonie céleste. La neutralité du temps, c'est à dire le fait qu'il n'intervienne pas dans l'analyse des phénomènes étudiés, en est la principale conséquence (Henri Philipson, 1995).

### III. 2 Le dépassement des critiques traditionnelles

Comme nous l'avons vu précédemment, la théorie des coûts de transaction nous a fourni un cadre d'analyse pour rendre compte de l'existence d'un arbitrage au niveau des pratiques touristiques. Nous avons supposé que l'individu pour répondre à son besoin de tourisme pouvait déployer une stratégie fondée sur l'autonomie ou une stratégie fondée sur l'hétéronomie. Toute la démonstration a reposé sur une hypothèse qui consistait à supposer que le touriste accéderait au même produit (à la même combinaison de biens et services) et ceci quelle que soit la stratégie empruntée. Après avoir réfléchi à la pertinence de cette hypothèse, nous nous interrogerons sur le statut de la rationalité substantielle dans notre analyse.

#### A) Les coûts de transaction ne sont-ils que des coûts ?

L'objet de ce chapitre a consisté à adapter à une réalité économique particulière, celle des pratiques touristiques, un outil théorique qui, à l'origine, lui est étranger. On a émis l'hypothèse que, tout comme la firme, l'objectif de l'individu touriste était de minimiser des coûts. Plus précisément, on a tenté d'exposer les raisons économiques qui pouvaient rendre compte de l'émergence des intermédiaires touristiques. Nous avons supposé que les coûts supportés par les firmes lorsqu'elles accèdent au marché étaient de même nature et pouvaient être mis sur le même plan que les "coûts" hypothétiques qu'aurait supportés le touriste s'il avait décidé de renoncer à l'intermédiaire touristique. Pourtant, comme nous allons le montrer, il est réducteur de penser que ce que l'analyse économique considère comme un coût est forcément perçu par l'individu comme une charge à supporter. En fait, les coûts de transaction du touriste ne sont pas obligatoirement source de désutilité mais peuvent devenir facteur de satisfaction.

Pour reprendre une idée développée par Christophe Everaere (1993) dans un travail sur les firmes, les coûts de transaction peuvent être, dans certains cas, de véritables investissements. Il écrit en effet que :

*"Considérer la transaction comme une friction, ou un coût à réduire, comme le fait Williamson est réducteur. Il convient plutôt de la considérer comme un investissement dans le sens où il y a bien une dépense temporelle initiale liée au processus collectif d'apprentissage et de prise de décision, mais en retour des gains à escompter dans la réalisation elle-même du projet (...) Nous formulons le postulat que le fait de consacrer*

*du temps ou d'investir dans la phase de prise de décision peut avoir des effets bénéfiques, ou être "rentable" pour le temps de réalisation globale du projet. Ainsi vaut-il mieux "perdre" du temps à prendre une décision, à en comprendre collectivement les implications, plutôt que de la hâter à l'image du décideur express (Kervern, 1989) omniscient, qui passe ensuite son temps à colmater les brèches et à résoudre sous la contrainte de l'exécution, des problèmes sous-estimés ou tout simplement éludés" (p. 192-194).*

Ainsi, certains coûts de transaction, perçus initialement comme une dépense que doit supporter la firme, peuvent, dans certains cas, constituer une force et un avantage sur les entreprises concurrentes. Si on ne peut réutiliser dans l'état les résultats de cette analyse, il est possible de les adapter à notre objet d'étude.

En effet, dans de nombreuses situations, l'auto-organisation du voyage (ou de certains de ces éléments) est susceptible de venir accroître la satisfaction de l'individu. Ce qui est considéré comme un coût pour réduire l'incertitude ou accéder à l'information est appréhendé par le touriste comme l'un des enjeux qui motivent son départ. Se repérer sur une carte, conduire, fouiner dans les guides pour trouver des centres d'intérêt, demander à la population locale des renseignements, etc. sont autant d'éléments qui participent, pour de nombreux touristes, à l'agrément du voyage. Loin d'être des éléments qui contrarient la fonction d'utilité du touriste, ils s'y insèrent positivement.

L'analyse d'Albert O. Hirschman (1983) à propos des activités d'ordre public peut nous aider à comprendre la confusion qui existe parfois entre coût et bénéfice pour certaines activités de consommation privée. L'ouvrage de Mancur Olson (1980) dont la thèse principale est de démontrer, en se fondant principalement sur le paradigme du passager clandestin, que toute action collective est inefficace, a fourni à Hirschman l'occasion d'exposer cette confusion. Pour lui, *"on ne peut pas vraiment opposer le fait d'oeuvrer au bonheur public (de façon concrète) et le fait d'en jouir"* (p. 148). C'est à dire que *"le bénéfice individuel de l'action collective n'est pas la différence entre le résultat espéré et l'effort fourni, mais la somme de ces deux grandeurs"* (p. 150).

Si on adapte sa position pour rendre compte de certains aspects de la consommation privée et plus précisément pour aborder les pratiques touristiques, on peut dire que *"la nette séparation (...) entre le segment de coût et le segment de plaisir, tend à disparaître (...), le segment de plaisir pénètre le segment de coût et l'imprègne de sa propre expérience"* (A. O. Hirschman, 1983, p. 152). Ainsi, si pour une firme<sup>35</sup> ou pour un individu au chômage, on peut admettre que la réduction de l'incertitude et la recherche de l'information peuvent générer un ensemble de coûts à supporter, il semble que ces

---

<sup>35</sup>. Toutefois, comme nous l'avons indiqué précédemment, il convient de nuancer cette position (cf. C. Everaere, 1993).

coûts ne sont pas toujours vécus par les touristes comme des désutilités mais plutôt comme des réjouissances.

Hirschman (1983) nous indique que pour des activités non soumises à la routine, c'est à dire des activités qui se déploient dans un espace de liberté, on peut comprendre les raisons pour lesquelles "*des activités habituellement considérées comme des coûts deviennent des bénéfiques dans certains contextes*" (p. 154). Il précise en effet que :

*"Dans le cas des activités non routinières, (...) il y a toujours en revanche une grande part d'incertitude quant à savoir si l'effort sera ou non couronné de succès. Curieusement, cette incertitude ne suscite pas uniquement de l'anxiété. Les entreprises qui n'ont pas de précédent et dont le succès n'est pas assuré sont ressenties comme particulièrement nobles : l'effort devient alors une "lutte" et, c'est à cette lutte qu'est rattaché le sentiment de vivre d'ores et déjà une expérience apportant du plaisir"* (p. 154-155).

L'analyse d'Hirschman est particulièrement éclairante à différents niveaux :

— Tout d'abord, on perçoit que certaines activités, pour des raisons qui tiennent essentiellement au contexte dans lequel elles se déroulent, résistent à l'analyse économique traditionnelle en termes de moyens et de fins, puisque ce qui est appréhendé comme un facteur diminuant l'utilité du consommateur peut finalement l'accroître. C'est le cas des pratiques touristiques fondées sur l'autonomie, lorsque celle-ci est valorisée et "appréciée".

— De plus, dans le prolongement de cette première remarque, la représentation de l'effort par la théorie économique est construite sur l'idée qu'il est source de peine. Par exemple, la figure de l'homo-economicus qui est présentée dans la théorie microéconomique traditionnelle (G. Abraham-Frois, 1988) renvoie à cette conception<sup>36</sup>. C'est un individu dont l'un des objectifs est d'effectuer un arbitrage entre le temps qu'il va consacrer au travail (c'est à dire à l'effort) qui est source de désutilité et le temps de loisir (c'est à dire du non-effort). Dans cette approche, comme répondre à ses besoins (se déplacer, produire des repas, s'informer... ) fait partie du "règne de la nécessité" et non du "règne de la liberté"<sup>37</sup> (H. Arendt, 1983), la pensée économique a eu tendance à

---

<sup>36</sup>. Rappelons que dans la théorie walrasienne, l'activité de l'homo-economicus se résume à ordonner des préférences et à effectuer des choix alternatifs en vue de maximiser sa satisfaction globale. Pour parvenir au bonheur, il doit minimiser ses peines.

<sup>37</sup>. Liberté et nécessité sont perçues, dans la tradition occidentale, comme antinomiques. Par exemple, selon K. Marx, "*le règne de la liberté ne commence, en effet, que lorsque cesse le travail déterminé par la misère ou les buts extérieurs (...)* Ce n'est qu'au delà que commence le déploiement d'énergie humaine qui est à lui même sa propre fin, le vrai règne de la liberté" (cité par A. Gorz, 1988, p. 27). C'est parce que l'on a associé le travail au domaine de la nécessité que toute forme de travail (et d'activité) véhicule la notion d'effort et se présente comme opposée à la sphère de la liberté.

considérer que tout effort était assimilable à une peine<sup>38</sup>, à un travail (D. Méda, 1996). Derrière cette confusion se cache l'idée que l'effort, appréhendé comme la lutte contre la rareté qui s'impose naturellement à l'homme, constitue une source de déplaisir.

— Enfin, on comprend également que certaines formes d'incertitude peuvent être recherchées pour elles-mêmes, ce qui va à l'encontre des postulats qui fondent l'analyse économique traditionnelle. En effet, la plupart des développements contemporains de la théorie économique (Pierre Cahuc, 1993) situent les agents dans un univers d'information imparfaite (répartition asymétrique de l'information) qui les contraint à réfléchir à des moyens ou stratégies<sup>39</sup> pour réduire cette incertitude.

Il semble bien que ces différents éléments (confusion entre effort et plaisir, goût pour certaines formes d'incertitude), sur lesquels nous reviendrons par la suite, caractérisent un nombre de pratiques touristiques. La littérature des voyages (von Arnim<sup>40</sup>, Marcel Pagnol) nous a suffisamment évoqué le plaisir qu'il y avait à partir à la découverte "autonome" de lieux inconnus pour qu'il soit inutile d'y insister.

## B) La valeur de l'autonomie

Au centre de ces réflexions se situe, en fait, le problème de l'autonomie et de la valeur qu'elle peut recouvrir pour les individus. Fonder notre articulation autonomie/hétéronomie des pratiques touristiques en la limitant à un calcul de coût est une vision réductrice des différents facteurs qui peuvent l'expliquer. Si on ne peut rejeter l'idée que, au moins partiellement, des considérations d'ordre financier interviennent dans le choix de la stratégie par le touriste, on peut penser que d'autres dimensions et d'autres valeurs vont motiver le choix de vouloir tout organiser soi-même

---

<sup>38</sup>. A cet égard, Hirshman (1983) prend l'exemple particulièrement éclairant du pèlerinage. *"De toute évidence, il n'y aurait aucun sens à ranger le voyage dans la catégorie des coûts relatifs au pèlerinage, puis les prières et le séjour au lieu saint dans la catégories des bénéfices. Les inconforts supportés et les périls affrontés au cours de la route étaient partie intégrante de l'ensemble de l'expérience "liminale" que recherchait le pèlerin, et souvent la distance à parcourir encourageait à continuer, bien plus qu'à s'arrêter"* (p. 153).

<sup>39</sup>. On peut penser en particulier aux modèles appartenant à la "nouvelle microéconomie" du marché du travail. Par exemple, la théorie du salaire d'efficacité (G. Stiglitz, 1976) a pour objectif d'expliquer le chômage par l'existence d'un salaire d'incitation (supérieur au salaire d'équilibre) pour que le travailleur révèle ses véritables capacités productives.

<sup>40</sup>. En 1930, Elizabeth von Arnim publie "En caravane" (1991). Elle y raconte le récit truculent de son voyage en Angleterre qu'elle a effectué en 1906 en roulotte. Dans un autre genre, on se souviendra des vacances d'été dont Marcel Pagnol laisse le souvenir en particulier dans "La gloire de mon père" (1976) et qui sont une véritable initiation à la vie.

ou plutôt de recourir à un intermédiaire. L'autonomie recherchée par une catégorie de vacanciers peut s'expliquer pour d'autres raisons tout aussi fondées.

En fait, le système économique capitaliste s'est développé en essayant de transformer en marchandises des activités que l'homme cherchait à satisfaire, à l'origine, librement (Karl Polanyi, 1983). Le postulat philosophique sous-jacent (inspiré de la pensée platonicienne) consistait à réduire au maximum la sphère de la nécessité (celle de l'effort et de la peine) pour accroître la sphère de la liberté.

Dans cette optique, comme le souligne A. Gorz (1988), qui reprend et poursuit les travaux de I. Illich sur la convivialité (1973), l'autonomie qu'il appelle aussi "*le travail pour soi*" peut cesser "*d'être perçu seulement comme un fardeau (...)*", elle peut devenir "*besoin et moyen de recouvrer une part accrue de souveraineté personnelle, sous la forme de l'appartenance à soi dans la sphère privée*" (p. 196). En fait, "*la liberté consiste moins (ou de moins en moins) à nous affranchir du travail nécessaire à la vie qu'à nous affranchir de l'hétéronomie, c'est à dire à reconquérir des espaces d'autonomie où nous puissions vouloir ce que nous faisons et en répondre. Les choses en sont même arrivées au point que l'aspiration à l'autonomie croit pouvoir se réaliser par le retour à des modes préindustriels de production du nécessaire*" (p. 208).

Ainsi, vouloir organiser ses vacances peut participer de cette volonté de réalisation de soi et d'épanouissement. Dans ce cadre, l'auto-organisation que l'on peut définir comme la volonté qu'a le touriste de prendre en charge les modalités pratiques du voyage alors que celles-ci pourraient être achetées à un prestataire de service, n'est pas synonyme de contrainte mais plutôt, pour reprendre la terminologie d'H. Arendt (1983) "d'oeuvre", c'est à dire d'une production que les gens auront plaisir à réaliser. Il n'est donc pas irrationnel de partir sac au dos en Italie et de vouloir se débrouiller alors que l'on maîtrise mal la langue. Ce type d'activité relève d'un autre registre de valeurs. Ce sera l'objet du dernier chapitre de la thèse que de s'efforcer de construire une approche des types de pratiques possibles.

Pour conclure sur ce point, en mobilisant l'ensemble des remarques qui ont été faites sur la confusion qu'il pouvait y avoir entre les coûts et les bénéfices dans le calcul du touriste, on se rend compte que choisir entre une stratégie auto-organisée et une stratégie qui ne l'est pas, correspond à des logiques différentes. En fait, choisir l'une ou l'autre des deux stratégies revient à consommer ("à pratiquer") deux produits qui sont fondamentalement différents alors qu'ils peuvent combiner tous les deux un ensemble de prestations identiques. Le contexte et les conditions d'organisation des prestations jouent semble-t-il un rôle non négligeable et sont une source de modification de la satisfaction et de la fonction d'utilité du touriste. Ceci revient à dire, qu'à coûts identiques, la satisfaction retirée par le touriste auto-organisé sera, dans certains cas et paradoxalement au regard de la théorie microéconomique de la consommation, plus

élevée que s'il s'était déchargé de ces tâches sur un prestataire. Pour appréhender les pratiques touristiques, on prend peu à peu conscience qu'il faut se doter d'un autre appareillage théorique.

Plus généralement, il semble que si la théorie économique traditionnelle a des difficultés à rendre compte des pratiques touristiques et des modes possibles de satisfaction de ces pratiques, c'est en particulier parce que les hypothèses sur lesquelles elle se fonde parviennent mal à caractériser l'essence du temps des vacances. Tout l'objet des chapitres I et II de la première partie a été de montrer que le déplacement à des fins ludiques caractérise la modernité et se comprend en disséquant les principes et les valeurs qui l'animent (éthique du plaisir et de la liberté). Interroger les pratiques en se questionnant sur le sens qu'elles revêtent pour les individus et réfléchir à la manière dont se conçoivent les rapports que les touristes entretiennent avec le temps sont des pistes qui doivent retenir notre attention. C'est en réintégrant ces dimensions que nous pourrions construire un cadre analytique capable de mieux éclairer la structuration de l'univers des vacances.

Si dans la première partie de ces remarques, nous avons repris la critique traditionnelle relative à la rationalité limitée, il semble bien que la question de la rationalité, pour aborder les pratiques touristiques, dépasse ce premier niveau d'appréciation. Réfléchir à la place et au contenu que la rationalité substantielle doit occuper dans une telle analyse mérite une attention particulière.

### C) Le problème de la rationalité substantielle

L'idée que le touriste soit doté d'une rationalité illimitée ou d'une rationalité limitée au sens où la théorie standard l'entend, c'est à dire d'une capacité à connaître avec certitude les différents états possibles du monde, est difficilement acceptable pour fonder une économie des pratiques touristiques. En effet, le touriste sait rarement, avant de se rendre sur le ou les lieux pressentis, ce qu'il souhaite voir figurer de manière précise et définie dans son produit touristique. Rappelons que la pratique du touriste autonome consiste, le plus souvent, à combiner à sa guise, un peu par hasard, des prestations de services et des biens, en cherchant à se laisser surprendre, c'est à dire en appréciant certaines manifestations d'incertitude. De ce fait, le produit n'est pas pré-défini et le touriste n'a pas pleinement conscience des possibilités qui s'offrent à lui. Et cela, au fond, lui importe peu. Les incertitudes fondamentales comme celles relatives à

la météorologie ou le fait qu'un événement dont on ignorait l'existence se produise (comme le déroulement d'un festival ou une rencontre prometteuse) peuvent venir bouleverser ce qui avait été initialement prévu, ou au contraire constituer une divine surprise.

En fait, on se rend compte que l'utilisation de la rationalité substantielle est d'un intérêt mineur pour appréhender les pratiques touristiques puisqu'elle suppose, de la part des touristes, une parfaite définition des préférences et des "fins" poursuivies.<sup>41</sup> Ce postulat est mal approprié pour les déplacements à des fins d'agrément et résiste mal à l'analyse empirique. Nous partageons, à cet égard, la position de Jean-Pierre Dupuy (1992) lorsqu'il aborde la question de la rationalité. Il explique que si *"la poiesis, c'est à dire l'activité fabricatrice propre au poète et à l'artisan, est (...) guidée par une fin"* (p. 97), ce n'est que rétrospectivement que pour bon nombres d'activités, on est capable d'en percevoir le sens. Il ajoute que *"l'acteur rationnel de la théorie économique reste lui dans le temps de la poiesis. Se guidant sur ses fins, il raisonne rétrospectivement de l'avenir vers le présent. Estimant l'impact des conséquences de ses actions sur les fins qu'il poursuit, il remonte des conséquences souhaitées vers les actions qui les produisent. Ce temps du projet et de la décision rationnelle semble donc à contre-courant par rapport au flux des phénomènes. Nous savons bien, en réalité, que nos projets et nos plans, dès lors que nous les mettons à exécution, sont emportés par ce flux, et que les choses se passent rarement comme nous les avons voulues"* (p. 97).

Pour résumer, on peut donc dire que non seulement le touriste est dans l'incapacité de calculer l'ensemble des coûts de transaction qu'il aurait à supporter s'il choisissait une stratégie d'auto-organisation mais que de plus, le fait que cette étape de calcul n'existe pas n'empêche nullement la réussite de ses vacances. Comme nous allons tenter de le montrer en nous fondant sur les travaux d'Albert Hirschman (1983), le fait de sortir du cadre de la rationalité instrumentale (c'est à dire substantielle) pour rendre compte des pratiques touristiques organisées ou non, doit être plutôt interprété comme une source d'enrichissement de la compréhension de ces phénomènes.

Dans son analyse de la consommation et des principes de rationalité qui lui sont associés, Albert Hirschman (1983) cherche à élaborer une grille de lecture plus "réaliste" des pratiques de consommation. Il constate tout d'abord que dans les sociétés occidentales, *"les changements dans les goûts et les préférences constituent un fait indéniable et d'importance considérable"* (p. 23). Il s'étonne alors que la théorie économique traditionnelle postule la stabilité des goûts des consommateurs et qu'elle se désintéresse de la formation des choix et des préférences. Selon lui, les économistes,

---

<sup>41</sup>. En effet, être animé d'une rationalité substantielle consiste à rechercher la solution optimale parmi toutes les options possibles. Or ceci n'a de sens que si l'on admet avoir une idée précise sur ses préférences.

pour la plupart, considèrent les préférences comme données car elles résultent de besoins physiologiques<sup>42</sup>. On comprend alors que si les préférences sont données, le problème économique se résume à réfléchir, par calcul, à l'allocation optimale des ressources rares.

Cependant, A. Hirschman (1983) n'est pas convaincu que l'individu connaisse parfaitement ses désirs et que de ce fait le consommateur poursuive un ensemble de fins fixées. Il penche plutôt pour une approche de la consommation qui accorde un rôle à l'hésitation et à la déception qui peuvent naître de l'écart existant entre les attentes et les satisfactions réelles. Il écrit que la plupart du temps, "*les hommes pensent désirer telle ou telle chose, puis, l'ayant obtenue, découvrent qu'ils sont loin de la désirer autant qu'ils l'avaient cru, ou même qu'ils ne la désirent pas du tout, et que c'est autre chose, à quoi ils ne pensaient pour ainsi dire pas, qu'ils désirent réellement*" (p. 43). Si le cadre de la rationalité instrumentale est donc, selon A. Hirschman, peu adapté pour rendre compte de la consommation privée des biens, il explique qu'il est encore plus encombrant dans le cas de la consommation des services. En effet, la difficulté de connaître la qualité moyenne des services vient encore accroître la difficulté pour le consommateur de fixer des fins.

On ne peut nier que les touristes ont, qu'ils choisissent ou non une stratégie organisée, un certain nombre de souhaits ou d'attentes au moment où ils décident de partir (le lieu, la formule de séjour, ...). Toutefois, on peut accepter l'idée que ce qui fera la pratique touristique échappe, dans certains cas, à la rationalité telle qu'elle est définie par la théorie économique, c'est à dire par "*le fameux postulat de l'individu isolé, poursuivant ses intérêts, qui choisit librement et rationnellement entre différentes conduites après en avoir calculé les coûts et bénéfices prospectifs*" (A. Hirschman, 1986, p. 89). En fait, comme nous l'avons indiqué dans le chapitre II, la pratique touristique correspond à un espace de liberté structuré par l'hédonisme<sup>43</sup>. Certaines fins apparaissent au fur et à mesure que le touriste est en train de vivre son expérience de vacances et d'autres peuvent se découvrir par hasard sans qu'elles aient initialement été prévues.

Pour conclure sur ce point, on peut s'accorder sur le fait que s'en tenir au concept de rationalité substantielle tel qu'il est abordé par la théorie économique standard n'apparaît pas souhaitable si l'on cherche à améliorer la compréhension des pratiques touristiques.

---

<sup>42</sup>. On peut penser que c'est l'ancrage naturaliste de l'économie libérale (H. Philipson, 1995) qui expliquerait, en partie, cette perception physiologique des besoins de l'individu.

<sup>43</sup>. Il convient de comprendre "hédonisme" dans son acception philosophique et non dans la récupération qu'en a faite l'analyse économique. En ce sens, l'hédonisme ne renvoie pas à une conception de l'économie selon laquelle toute activité économique se fonde sur la poursuite du maximum de satisfaction avec le moindre effort mais plutôt à une position morale qui consiste à rechercher le plaisir, la satisfaction et qui cherche à éviter la souffrance.

Comme nous le verrons dans le dernier chapitre, c'est en adoptant une autre approche de la rationalité que la pertinence analytique se trouvera accrue.

#### D) La diversité des pratiques touristiques : le recours à des prescripteurs

Fonder une présentation de l'analyse des pratiques touristiques en se référant à l'arbitrage "faire" ou "faire-faire" est un exercice stimulant. Toutefois, réduire cet arbitrage à un calcul de coûts de transaction est appauvrissant. En fait, par l'éclairage de cette théorie, on repère deux grands types de stratégies :

— celle où l'individu est tellement peu (et mal) informé qu'il est obligé de recourir à un prestataire de services pour limiter ses coûts d'accès à l'information

— celle où l'individu, parce qu'il est particulièrement bien informé, peut envisager d'auto-organiser son déplacement pour agrément.

Dans le premier cas, on pourrait parler d'une crise de l'échange marchand classique (au sens où Walras l'entend) consécutive au savoir limité du touriste. Le caractère mécaniste de la théorie des coûts de transaction conduit alors à ce que le touriste opte pour une stratégie qui privilégie l'achat d'un assemblage de prestations chez un intermédiaire touristique. Percevoir ainsi l'univers des pratiques touristiques n'est pas une erreur mais néglige l'ensemble des démarches et des efforts que les individus vont déployer pour empêcher l'échec de la stratégie fondée sur l'autonomie. C'est en quelque sorte la pluralité des pratiques et des modes de formation de celles-ci qui est évacuée de l'analyse des coûts de transaction. En fait, dans de nombreux cas, le touriste va penser et structurer ses vacances en faisant appel à des prescripteurs, c'est à dire à des tiers, à des intermédiaires non marchands dont les apports sont essentiels pour que l'échange se déroule correctement.

Cette notion de "marché à prescripteurs", développée par Armand Hatchuel (1995), se définit comme une situation où "*l'échange n'est plus acceptable parce que s'installe une trop grande incertitude*" (p. 207) et pourtant, la crise de l'échange est évitée par l'existence de prescriptions. En quelque sorte, le touriste "*se disqualifie lui-même comme acteur de ses propres choix et doit alors recourir*" (p. 212) à des apports de connaissances, à des soutiens qui vont l'aider dans l'exercice de sa pratique.

A. Hatchuel distingue trois grandes formes de prescriptions qui correspondent à trois types d'incertitude. Ce sont les prescriptions techniques et les prescriptions de jugement qui se prêtent le mieux à notre analyse.

— Les premières consistent à "*intervenir dans le processus d'achat en apportant des notions initialement inconnues de l'acheteur*" (p. 215). Le prescripteur joue un rôle de révélateur des pratiques envisageables, il ouvre le champ des possibles. On peut penser en particulier aux dépliants qui sont proposés par les offices du tourisme et les syndicats d'initiative, aux indicateurs et balises qui vont inciter les touristes à s'arrêter pour admirer ou visiter telle ou telle curiosité, ... L'ensemble de ces éléments, en fournissant du savoir sur ce qui est réalisable sur un territoire donné, vont participer à la réduction de l'incertitude du touriste tout en le maintenant dans une stratégie d'autonomie. Dans ce type de prescription, le touriste demeure juge de son appréciation.

— Les prescriptions de jugement, quant à elles, vont fournir des critères sur les modes d'appréciation des usages des biens et services<sup>44</sup>. Ainsi, le touriste peut être à l'écoute de ses amis grands voyageurs auxquels il fait confiance, d'une revue qui lui indique que finalement la région qu'il souhaitait visiter présente peu d'intérêt, d'un guide qui supprime les étoiles d'un hôtel, .... Dans cette optique, on rejoint les analyses de Lucien Karpik (1989) à propos de la construction d'une "économie de la qualité". Il explique que dans certaines situations caractérisées par une incertitude touchant la qualité, la coordination des acteurs va s'effectuer par un mode de régulation et d'allocation des ressources "*distinct et concurrent de celui des prix*" (p. 203). C'est par le jugement, c'est à dire la mobilisation d'un réseau ou encore les mécanismes de confiance, que l'échange se déroulera<sup>45</sup>.

Ajoutons que ces deux formes de prescriptions peuvent être complémentaires. En fournissant un dépliant touristique, il est possible de croire que l'hôtesse du syndicat d'initiative risque d'émettre un jugement qui influera sur la pratique du touriste.

Sans approfondir à cette étape de la réflexion cette approche, on perçoit que l'introduction d'agents prescripteurs dans l'analyse de l'arbitrage entre une pratique touristique hétéronome ou autonome, enrichit considérablement la conception transactionnelle. En repérant les recours possibles mis à la disposition du touriste pour disposer et générer du savoir et lutter ainsi contre la "crise de l'échange", il devient possible de comprendre la variété des formes de l'échange qui se trament dans l'espace touristique. La prise en considération d'éléments différents des coûts permet, sans pour

---

<sup>44</sup>. A. Hatchuel (1995) explique dans son analyse "*qu'acquérir un savoir, c'est à la fois acquérir une information et porter un jugement sur sa validité*" (p. 210).

<sup>45</sup>. L. Karpik (1989) signale d'ailleurs que le "marché-jugement" qu'il définit par opposition au "marché-prix", concerne "*une part importante de l'économie*" (p. 206). Il considère d'ailleurs que les activités de tourisme (club de vacances, location de résidence de vacances, voyages organisés, ....) fonctionnent sur le principe du "marché jugement".

autant entrer en contradiction, de dépasser le raisonnement mécaniste proposé par la théorie des coûts de transaction.

## Conclusion du chapitre IV

Importer la théorie des coûts de transaction dans le domaine de l'économie du tourisme pour en appréhender les pratiques fut un exercice enrichissant. On peut considérer que cet enrichissement fut double. Il se situe à la fois au niveau des contributions théoriques que cette analyse a pu apporter, et au niveau des limites de cette approche qui ouvrent de nouvelles voies à la réflexion. À l'individu passif de la théorie standard que nous avons décrit au chapitre III, la théorie des coûts de transaction a substitué un touriste stratège capable de faire des choix rationnels entre différentes pratiques. En ce sens, la force de séduction d'une telle théorie réside dans la possibilité de pouvoir penser et légitimer d'un point de vue théorique l'existence d'une pluralité de comportements touristiques. La préférence pour l'autonomie ou pour une forme de tourisme plutôt fondée sur l'organisation s'expliquerait par l'existence d'un accès plus ou moins difficile et donc, à cet égard, plus ou moins coûteux, à la connaissance du marché. Ce cadre d'analyse présente donc le mérite de justifier, suivant le contexte particulier d'information et de complexité, deux modes différents d'accès au marché (via un intermédiaire touristique ou de manière autonome). Il introduit ainsi une "dose de réalisme" capable de rendre compte de certaines pratiques observées et peut donc être perçu comme un progrès évident apporté par la tradition économique au schéma traditionnel de l'équilibre des marchés.

Toutefois, et ce fut l'objet de la troisième sous-partie de ce chapitre, un certain nombre de questions restent en suspens. Au fur et à mesure de la présentation de nos remarques, certaines interrogations sont apparues comme autant d'obstacles qui devenaient difficiles à intégrer à notre modèle général d'explication. À la confusion entre les coûts de transaction et la perception de ces coûts par le touriste, au caractère mécaniste de l'approche transactionnelle, au statut ambigu de l'autonomie et à l'hypothèse d'une rationalité substantielle mal adaptée à notre objet d'étude sont venues s'ajouter des critiques plus traditionnelles comme l'absence de dynamique du modèle. Malgré tout l'intérêt de cette approche, il semble bien que les questionnements et les doutes qu'on lui a adressés finissent par contraindre le chercheur à réfléchir, tout en conservant certains apports, à la mise en place d'une structure d'explication différente. L'enjeu, dans la troisième partie de la thèse, consistera donc non seulement à intégrer les critiques que nous avons évoquées plus haut, mais aussi à garder notre souci de construire un cadre cohérent d'analyse des pratiques touristiques.

**Troisième partie :**

**Les apports d'une approche régulationniste des pratiques  
touristiques**

La première partie de cette thèse a fait une large part à l'historicité du fait touristique. Bien qu'il puise ses racines dans la mise en place de la société industrielle, le tourisme se présente, avant tout, comme un aspect essentiel du XX<sup>ème</sup> siècle. La révolution des temps sociaux articulée aux rapports de l'homme au travail a bouleversé les figures et les usages du temps libre. Cette approche nous a aussi montré que, comme le précise A. Rauch (1995) : "*Définir les conditions dans lesquelles se compose la substance des vacances revient à suivre l'évolution d'un temps de vie*" (p. 117). Le temps des vacances est, en effet, un temps particulier qui évolue et qui relève non seulement de formes économiques, mais aussi de rapports sociaux et de valeurs symboliques.

Daniel Roche (1997), en parlant des actes de consommation, souligne qu' "*un savoir et un surplus de sens s'attachent à tous les objets. On le saisit dans leur mode d'acquisition où la morale, les principes distinctifs, les choix personnels interviennent pour la part du budget à lui consacrer, dans leur mode d'utilisation où se révèlent un enseignement et une morale de l'emploi dans les normes et les règles de la bienséance, dans leur mode de possession où la magnificence et le gaspillage des grands s'opposent à la sous-consommation ostentatoire des bourgeoisies ou à la consommation compulsive des parvenus*" (p. 16). La réflexion que nous avons menée sur l'avènement du tourisme nous amène à croire que cette position s'avère particulièrement fondée pour les pratiques touristiques. Le tourisme entre, en effet, dans cette catégorie d'objets particuliers qui articulent des projets, des attentes, des désirs et des modes d'expression de soi. Réfléchir à l'économie d'un tel objet nous a persuadé de la nécessité de prendre en compte ces caractéristiques.

Dans la deuxième partie de cette thèse, nous avons cherché à évaluer dans quelle mesure l'approche économique traditionnelle (théorie standard et théorie standard élargie) offrait un cadre analytique fécond pour conceptualiser le marché touristique. En dégagant la dimension économique du fait touristique et en négligeant les autres aspects pour les besoins de l'analyse, nous avons constaté que la théorie proposait une lecture intéressante, mais limitée, du fonctionnement du marché touristique. Partant de ses insuffisances nous avons pu déceler quelques éléments qu'il nous semble indispensable de retenir pour fonder un éclairage théorique pertinent. Il convient en particulier de :

— préférer au concept de "consommation touristique" celui de "pratique touristique" (cf. chapitre III)

— distinguer les pratiques touristiques fondées sur l'autonomie et celles fondées sur l'hétéronomie (cf. chapitre IV).

Ces positionnements méthodologiques et théoriques nous paraissent fondamentaux pour bâtir un cadre analytique cohérent, et en accord avec les pratiques observées.

La théorie économique mobilisée présente le désavantage de s'appuyer sur le principe intemporel de rationalité économique, et d'évacuer tout ancrage historique de l'analyse du phénomène touristique. Il semble que pour progresser dans la compréhension des dimensions qui structurent le marché touristique, il faille en partie rompre avec certaines hypothèses qui fondent la théorie économique traditionnelle et intégrer les résultats que nous apporte le détour par l'histoire. Nous adopterons la position de F. Fourquet (1989) lorsqu'il écrit que *"d'un événement complexe on abstrait certains traits qu'on nomme "économiques", et on en fait une substance autonome qui reçoit un pouvoir élevé d'explication, même si on concède que cette autonomie n'a pas toujours existé (...) Mais c'est la pensée seule qui sépare ces aspects grâce à des langages scientifiques différents et qui se laisse prendre par le mirage d'une autonomie qu'elle projette dans les choses. Postulons ici que la réalité est une, au moins à titre d'idée régulatrice de la raison"* (p. 16). C'est ce processus de reconstruction du réel à partir de catégories économiques dont on relâche progressivement les hypothèses qui est au coeur de cette troisième partie.

Le chapitre V se présente comme une tentative d'adapter les cadres de la théorie de la régulation à la dynamique du marché des pratiques touristiques. Cette approche qui est fondée sur une *"interaction entre histoire et théorie, cadres sociaux, institutions et régularités économiques"* (R. Boyer, 1986, p. 74) possède de nombreuses qualités pour progresser dans la construction d'une économie des pratiques touristiques. Rattacher ces pratiques à la dynamique du système productif nous permettra de repérer des modèles

(fordiste et post-fordiste) qui articulent des modes de consommation et des modes de production particuliers. Il sera alors possible de comprendre leur structuration, leur évolution et leur périodisation. La difficulté à penser la multiplicité des variantes du modèle fordiste constituera cependant une limite de cet éclairage théorique.

Partageant l'idée que la pertinence d'une construction théorique se juge aussi par sa conformité aux pratiques observées, le chapitre VI aura pour objectif d'analyser les transformations du tourisme espagnol et des pratiques qui lui sont attachées. Le choix de l'Espagne comme terrain d'observation est justifié par l'importance économique qu'y occupe le tourisme, mais aussi par le fait que ce secteur a connu à la fin des années 80 une crise profonde. Si la théorie de la régulation apparaît comme une grille de lecture précieuse pour appréhender la crise d'un modèle de pratiques touristiques, elle rencontre aussi des difficultés à envisager l'après-fordisme. Dans cet aller et retour entre la théorie et l'observation des pratiques concrètes, un dernier enrichissement théorique s'avère nécessaire.

L'enjeu du dernier chapitre de cette thèse consiste, en intégrant certains résultats théoriques obtenus dans la deuxième partie de ce travail, à dépasser les obstacles que rencontre la théorie de la régulation pour envisager la diversité des modèles de pratiques touristiques. C'est l'analyse des "mondes de production" de Robert Salais et Michael Storper (1993) qui nous servira de base théorique pour élaborer une typologie des différentes conceptions possibles de l'expérience touristique. Chacun des "mondes" de pratiques touristiques obtenus renvoie à des logiques et à des conventions de fonctionnement différentes. Ils reposent sur une approche particulière du produit, de la qualité et de l'incertitude. Pour autant, cette construction de la diversité n'évacue pas la référence aux approches de la régulation.

## **Chapitre V : Une approche régulationniste de l'économie des pratiques touristiques**

L'objectif de ce chapitre consiste à analyser plus concrètement les processus d'échanges de biens et de services à des fins touristiques. Pour cela, il convient de les envisager non pas comme des phénomènes soumis à des principes statiques et universels mais au contraire comme des objets qui naissent et se transforment dans le temps historique. Ils sont le fruit d'une articulation des sphères économiques, sociales, politiques et culturelles d'une société. Toutefois, il ne s'agira pas de décrire le "monde tel qu'il est" et de recenser l'ensemble des pratiques touristiques qu'une société connaît, mais plutôt de conceptualiser le réel dans sa complexité. La grille d'analyse que nous allons utiliser pour cela s'appuie sur une conception de l'Économie plus large que celle qui prévaut dans la théorie économique traditionnelle.

Comme nous l'avons expliqué, les logiques de comportements qui animent le touriste obéissent mal aux hypothèses de rationalité en vigueur dans le modèle traditionnel de l'économie (cf. partie II). À cet égard, il serait préférable d'abandonner cette approche de l'économie qui se fonde sur le caractère logique de la relation entre fins et moyens pour adopter une perception plus large où l'on s'interroge, à la suite des travaux de Karl Polanyi (1983), davantage sur les réponses données par l'homme aux contraintes de son

milieu<sup>1</sup>. "Ces "contraintes" entraînent des réactions et des adaptations diverses à travers lesquelles le naturel se révèle fondamentalement culturel, besoins et désirs s'investissant dans des objets et des valeurs" (D. Roche, 1997, p. 10).

Progressivement, on comprend que pour mettre en place un cadre capable de rendre compte de l'économie de la diversité des pratiques touristiques, il convient de repérer des modèles de pratiques touristiques et d'en analyser les dynamiques. En ce sens, les concepts de "marché" et de "pratique touristique" ne peuvent plus être définis une fois pour toutes mais en rapport à un type d'organisation sociale donnée.

Les approches de la théorie de la régulation qui sont apparues au début des années 70 en France fournissent une grille d'analyse qui cherche à comprendre le développement économique, les crises et les dynamiques économiques et sociales. Ce programme de recherche est fondé, comme nous allons le voir, sur certaines hypothèses qui renvoient aux particularités de notre objet d'étude. L'enjeu de ce chapitre réside dans la possibilité de construire une approche régulationniste des pratiques touristiques. Pour le dire autrement, notre objectif va consister à essayer de repérer un modèle de développement des pratiques touristiques dans l'histoire, d'en analyser les régulations, les limites et d'essayer de déceler des formes nouvelles de développement en rupture avec le modèle précédent. Cet exercice permettra ainsi de rendre compte de la dynamique du marché touristique. Il prendra pour origine l'avènement d'un tourisme de masse et sa possible transformation.

Dans une première étape de notre développement, nous allons rappeler les grands principes de la théorie de la régulation et réfléchir aux raisons qui peuvent motiver le choix d'une telle approche pour aborder l'économie des pratiques touristiques. À partir de cette présentation, nous essayerons dans un deuxième temps d'élaborer un modèle de développement de ces pratiques en cherchant à spécifier sa structure. Nous l'appellerons "*modèle fordiste des pratiques touristiques*". Ce modèle de développement correspond à la mise en place d'une articulation cohérente, à un moment particulier de l'histoire, d'une offre et d'une demande significatives de tourisme. C'est une période où la norme de consommation touristique acquiert une certaine importance au sein de la dynamique générale de l'économie. Nous passerons en revue, dans une dernière étape, les différentes explications qu'il est possible d'avancer pour rendre compte du déclin de ce modèle et de sa mutation vers des formes nouvelles. Ceci nous conduira à nous interroger sur la difficulté à conceptualiser et à analyser le contenu d'un "*modèle post-fordiste*" des pratiques touristiques. La théorie de la régulation fera alors l'objet d'un examen critique.

---

<sup>1</sup>. On rejoint alors la conception de Michel Aglietta (1976, p. 14) pour qui "*L'objet de la théorie économique devient l'étude des lois sociales régissant la production et la distribution des moyens d'existence des hommes en collectivités organisées*".

## Section I : La dynamique de l'économie capitaliste et la théorie de la régulation

La théorie de la régulation est une méthode d'approche des problèmes économiques et sociaux dont la naissance est contemporaine de la crise mondiale des années 70. Les principaux fondateurs<sup>2</sup> et représentants de ce courant de pensées sont français et se situent en opposition par rapport à la manière traditionnelle d'aborder l'Économie.

La synthèse macro-économique "néoclassique-keynésienne", particulièrement mobilisée pendant la période des "trente glorieuses", voyait dans le couplage de la main invisible du marché et de la main visible de l'État le moyen de sortir de l'instabilité économique et de renouer avec la croissance économique. Pour les partisans de l'approche de la régulation, cette synthèse n'offre une lecture satisfaisante ni de la croissance ni de la crise qu'ont traversée les économies occidentales. En refusant d'appréhender les déséquilibres comme des transformations structurelles qui touchent les sociétés modernes, l'économie traditionnelle se prive de la possibilité de proposer des éléments d'explication et des mesures capables de faire face aux difficultés. Comme le précise Robert Boyer (1986), *"on mesure dans ce cas, comme dans les précédents, la distance qui sépare une théorisation, à portée universelle et atemporelle, de l'interprétation d'une phase historique de forte croissance, puis de quasi-stagnation"* (p. 17).

Selon les régulationnistes, nos économies se caractérisent par la non-stabilité, à moyen ou long terme, du développement économique. Leur objet d'analyse est de rendre compte *"de la variabilité dans le temps et l'espace des dynamiques économiques et sociales"* (R. Boyer, 1986, p. 37). Cette théorie a pour ambition de pouvoir expliquer le plus grand nombre possible de faits stylisés qui ressortent d'une période donnée. Par conséquent, on voit mal comment il serait possible de développer *"un méta-discours sur l'organisation indépendamment de tout contenu ou enracinement dans une quelconque réalité"* (M. Aglietta, 1982, p. 111). Ces auteurs vont donc proposer une méthode

---

<sup>2</sup>. Les ouvrages fondateurs de l'école de la régulation sont ceux de Michel Aglietta (1976, 1984), de Robert Boyer et Jacques Mistral (1978) et d'Alain Lipietz (1979). On trouvera d'excellentes synthèses sur les approches de la régulation dans l'ouvrage de R. Boyer (1986) et dans celui dirigé par R. Boyer et Yves Saillard (1995).

d'approche du développement économique qui se fonde sur la combinaison de plusieurs théories et disciplines des sciences sociales (l'économie, la sociologie, l'histoire, ...).

Après avoir présenté brièvement la conceptualisation du développement économique proposée par l'école de la régulation, nous nous pencherons plus particulièrement sur la période que ces auteurs qualifient de "fordiste" et qui correspond à un modèle global de société qui articule un mode de production de masse et la formation de normes de consommation de masse. Nous verrons, dans un deuxième temps, les raisons pour lesquelles l'adoption de cette approche théorique peut s'avérer féconde pour appréhender l'économie des pratiques touristiques.

## I. 1 Présentation générale de l'approche de la régulation

L'objectif de cette sous-partie est de présenter les principaux éléments qui constituent le coeur théorique de l'approche de la régulation. Le principal résultat auquel elle soit parvenue, comme nous allons le voir, est celui de l'analyse du caractère exceptionnel de la croissance de l'après seconde guerre mondiale, qualifié de "mode de régulation fordiste". Durant cette phase de développement du capitalisme, la consommation individuelle a acquis une place et un rôle qu'elle n'avait jamais eu au cours de l'histoire. La croissance simultanée de la productivité industrielle et du pouvoir d'achat vont autoriser la formation d'un mode de consommation intrinsèquement capitaliste et doté d'une dynamique propre. La société, animée par la production, devient principalement une "société de produits à écouler".

Cette approche de l'économie articule différentes influences théoriques (R. Boyer et Y. Saillard, 1995). Elle est née :

- d'une relecture de l'oeuvre de Marx auquel elle emprunte certaines de ses méthodes d'approche et ses questionnements
- de l'analyse de la répartition des post-keynésiens et de l'analyse de la croissance des néo-keynésiens (en particulier par la référence à Kalecki)
- de l'institutionnalisme allemand (Schmoller, Hildebrand, ...) et américain (Veblen, Commons, ...)
- des méthodes d'approche de l'histoire de l'École des Annales<sup>3</sup> (M. Bloch, F. Braudel, ...).

---

<sup>3</sup>. L'École des Annales regroupait dans les années 30 un certain nombre d'historiens qui cherchaient à comprendre les grandes mutations des sociétés. Ils s'appuyaient sur la position de Labrousse qui pensait que "*Toute société a la conjoncture de sa structure*" (cité par Jean Clio, 1995).

Par ses références théoriques, on comprendra que l'école de la régulation va construire une grille de lecture différente de celle proposée par l'analyse économique traditionnelle. Selon R. Boyer et Y. Saillard (1995), le programme de l'école de la régulation s'est fondé à partir de quatre hypothèses :

— *"La théorie de la régulation entend bénéficier des apports des disciplines voisines telle que l'histoire, la sociologie, les sciences politiques dont elle accepte de prendre certaines conclusions comme hypothèses"*

— *"Ensuite, elle entend délimiter avec précision l'espace et la période sur lesquels il est légitime de postuler une certaine adéquation entre ces concepts de base et les phénomènes dont ils sont censés rendre compte"*

— *"Une troisième hypothèse fondatrice concerne l'historicité fondamentale du processus de développement des économies capitalistes : dans ce mode de production, l'innovation organisationnelle, sociale, technologique, devient permanente et met en mouvement un processus dans lequel les rapports socio-économiques connaissent une transformation, tantôt lente et maîtrisée, tantôt brutale et échappant au contrôle et à l'analyse. (...) Le pari de la théorie de la régulation est donc d'historiciser les théories économiques"* (p. 11-12)

— Enfin, cette théorie se veut englobante, c'est à dire qu'elle doit chercher à expliquer le plus grand nombre possible de phénomènes. Elle va donc articuler plusieurs niveaux d'analyse (micro, méso, macro).

Au centre de l'approche régulationniste du développement économique, on trouve le concept de "régulation". Alors que ce concept *"n'a pas à être défini dans la théorie économique orthodoxe"*, puisque *"la régulation n'est rien d'autre dans cet univers que l'ensemble des propriétés de l'équilibre général"* (Michel Aglietta, 1976, p. 8), il devient pour ces auteurs l'objet même de leurs travaux.

Au XIX<sup>ème</sup> siècle, Marx avait cherché à découper l'histoire pour mieux comprendre les spécificités de son époque. Pour cela, il avait introduit le concept de mode de production que l'on peut définir comme *"toute forme spécifique des rapports de production et d'échange, c'est à dire des relations sociales régissant la production et la reproduction des conditions matérielles requises pour la vie en société"* (R. Boyer, 1986, p. 43). Se concentrant sur les conditions de la reproduction du système capitaliste, il avait accordé peu d'importance *"aux transformations qui ont été nécessaires pour assurer cette surprenante résistance aux crises économiques et aux conflits"* (R. Boyer, 1995, p. 21). L'objet de l'approche de la régulation est de tenter de comprendre la dynamique du mode de production capitaliste, c'est à dire d'étudier les transformations

des rapports sociaux nécessaires à la reproduction du mode de production et de la structure de la société qui lui est attachée.

Le concept de "régulation" peut alors s'entendre comme "*la conjonction des mécanismes concourant à la reproduction d'ensemble du système, compte tenu de l'état des structures économiques et formes sociales*" (R. Boyer, 1986, p. 132).

Pour aborder la dynamique économique d'une société, les régulationnistes mobilisent trois concepts clefs : "le régime d'accumulation", "les formes institutionnelles" et "le mode de régulation". Après avoir défini ces concepts, nous verrons comment ils les utilisent pour interpréter la période de forte croissance de l'après guerre.

— R. Boyer (1986, p. 46) définit le régime d'accumulation comme "*l'ensemble des régularités assurant une progression générale et relativement cohérente de l'accumulation du capital, c'est à dire permettant de résorber ou d'étaler dans le temps les distorsions et déséquilibres qui naissent en permanence du processus lui même*"<sup>4</sup>.

Un régime d'accumulation correspond, pour le dire plus simplement, à un modèle de croissance d'une économie à une époque donnée<sup>5</sup>. C'est une "régularité" économique et sociale. Néanmoins, repérer ces régularités n'exclut pas le fait de pouvoir penser l'existence des crises. En effet, caractériser les régimes d'accumulation signifie aussi comprendre leur évolution et leur mutation. Pour ce courant d'analyse, il est aussi important de comprendre le changement des formes économiques que leur invariance. De ce fait, au lieu de trouver un modèle de développement économique unique et atemporel, les régulationnistes vont repérer une variété de régimes d'accumulation (y compris au sein de rapports capitalistes) qui pourront différer suivant le type de mode de vie salarié, la composition de la demande, etc.

— Ces régimes d'accumulation reposent sur des "formes institutionnelles", c'est à dire sur des "*configurations spécifiques de rapports sociaux pour une époque et un*

---

4. Cette étape correspond à une phase d'analyse empirique-historique. En effet, il convient de chercher des régularités sociales et économiques à un moment donné. R. Boyer (1986, p. 46) indique cinq catégories qui méritent une attention particulière :

- "*le type d'évolution d'organisation de la production et de rapport des salariés aux moyens de production;*
- "*l'horizon temporel de valorisation du capital sur la base duquel peuvent se dégager les principes de gestion;*
- "*le partage de la valeur permettant la reproduction dynamique des différentes classes ou groupes sociaux;*
- "*la composition de la demande sociale validant l'évolution tendancielle des capacités de production;*
- "*la modalité d'articulation avec les formes non capitalistes, lorsque ces dernières ont une place déterminante dans la formation économique étudiée*".

5. Comme le précise R. Boyer et Y. Saillard (1995, p. 60) "*la filiation aux rapports de production de Marx est nette, mais la correspondance entre les rapports de production et l'état des forces productives est abandonnée, de même que la dichotomie entre structure économique et superstructure juridique et politique*".

*ensemble géographique donné*" (R. Boyer et Y. Saillard, 1995, p. 61). Elles sont au nombre de cinq<sup>6</sup>. Leur fonction consiste à socialiser les comportements hétérogènes des agents économiques. Suivant leur agencement, elles peuvent orienter le régime d'accumulation. Par exemple, durant la période de forte croissance qui a caractérisé l'après guerre, le rapport salarial et la monnaie de crédit semblent avoir été des facteurs décisifs pour assurer la durabilité du régime d'accumulation en vigueur (R. Boyer et Y. Saillard, 1995, p. 61). En ce sens, on peut dire que l'un des apports de l'approche régulationniste a été de souligner le rôle joué par les institutions<sup>7</sup>, entendues comme un ensemble de règles de fonctionnement plus ou moins formelles, dans le développement économique.

— Enfin, un régime d'accumulation engendre des déséquilibres qu'il convient de résorber. Le "mode de régulation", qui peut différer selon l'époque et le lieu, va mettre *"en oeuvre un ensemble de procédures et de comportements individuels et collectifs qui doivent simultanément reproduire les rapports sociaux à travers la conjonction de formes institutionnelles historiquement déterminées et soutenir le régime d'accumulation en vigueur"* (R. Boyer et Y. Saillard, 1995, p. 64).

Dotés de cet appareillage conceptuel, les régulationnistes vont chercher à analyser "les modes de développement", c'est à dire *"comment se stabilisent sur longue période un régime d'accumulation et un type de régulation, et comment ils entrent en crise et se renouvellent"* (id, p. 64). La dynamique capitaliste peut alors être lue comme une succession de régimes d'accumulation qui s'appuient sur des articulations de formes institutionnelles différentes. En quelque sorte, c'est le renouvellement des formes de rapports capitalistes qui pérennise et nourrit la dynamique capitaliste (par exemple par la diffusion à de nouveaux espaces). Il est alors possible d'établir des configurations types de mode de développement et de leur crise<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup>. Les régulationnistes repèrent cinq formes institutionnelles fondamentales :

- les formes de la contrainte monétaire
- le rapport salarial
- les formes de la concurrence
- les modalités d'adhésion d'une économie nationale au régime international
- les formes de l'État

<sup>7</sup>. Rappelons que la théorie économique traditionnelle, fondée sur l'individualisme méthodologique, a des difficultés à traiter des institutions économiques. Elle les aborde en les réduisant à des formes d'échanges. L'entreprise, dans cette tradition de pensée, est perçue comme un "noeud de contrats".

<sup>8</sup>. Marx pensait que toute société capitaliste est traversée par de grandes lois comme la loi de la baisse tendancielle du taux de profit qui conduiraient à la crise inéluctable du capitalisme. L'approche de la régulation adopte une perception différente. Pour elle, le changement dans le capitalisme est permanent et ses causes peuvent être multiples suivant l'époque et le lieu.

C'est surtout par leur conceptualisation du caractère exceptionnel de la croissance économique après la seconde guerre mondiale dans les pays occidentaux que la théorie de la régulation a été remarquée. Dans la mesure où c'est également durant cette période que le nombre de déplacements à des fins touristiques atteint un niveau sans précédent, l'analyse de ce régime d'accumulation particulier nous intéresse en premier lieu.

## I. 2 Le régime d'accumulation fordiste et sa crise

Après avoir exposé les logiques qui structurent le régime d'accumulation intensive qualifié de "fordiste"<sup>9</sup>, nous nous attacherons plus particulièrement à l'analyse de la nature du "procès de consommation" qui se met en place après la seconde guerre mondiale.

### A) Le régime fordiste, un régime d'accumulation intensive

Les auteurs de la théorie de la régulation vont proposer à l'aide de leur cadre théorique une analyse de la croissance forte et continue qu'ont connue les pays développés après la guerre. Cette période correspond à une transformation structurelle profonde du capitalisme. En d'autres termes, elle signifierait le remplacement puis l'épanouissement d'un nouveau régime d'accumulation.

Le capitalisme connaît alors un stade historique de développement caractérisé par une cohérence nouvelle entre l'organisation de la production et la structure de la consommation. La force des cercles vertueux de la croissance d'alors repose sur l'articulation entre production de masse et consommation de masse.

L'extension progressive du salariat, la mise en place de principes tayloristes dans l'organisation du travail (parcellisation des tâches, diminution des flâneries et séparation du travail intellectuel et du travail manuel), l'introduction poussée de la mécanisation conduisent à l'apparition de la grande industrie qui sera le siège de la production de masse. L'accroissement de l'intensité du travail engendre des gains de productivité toujours plus importants (extraction de plus-value relative). Toutefois, les transformations du procès de travail ne pouvaient durablement se poursuivre sans que le niveau des salaires et plus généralement les conditions d'existence du salariat

---

<sup>9</sup>. Le régime d'accumulation intensive a été qualifié de "fordiste" en se fondant sur l'intuition de Gramsci lorsqu'il a cherché à décrire la situation du prolétariat américain.



n'évoluent. La survie de la loi d'accumulation du capital exigeait de nouveaux modes de régulation qui allaient passer par la transformation des normes de consommation<sup>10</sup>. Le régime d'accumulation intensive établit une nouvelle liaison entre production et consommation fondée sur la recherche et l'obtention d'une croissance continue de la productivité et sur la garantie d'une progression du pouvoir d'achat. Ce stade historique de croissance fut qualifié de "fordiste". En effet, Henry Ford défendait le principe d'une augmentation du salaire de ses ouvriers avec pour argument qu'ils allaient pouvoir ainsi devenir clients<sup>11</sup>.

*"C'est avec le développement de l'industrie lourde que se produit la destruction de l'environnement social traditionnel, aboutissant à un déracinement total caractéristique du rapport salarial : la séparation de la force de travail et de l'ensemble de ses conditions d'existence. Il se produit alors une dégradation très profonde du mode de vie du salariat. Cette dégradation est le fondement d'une transformation structurelle gigantesque que toutes les nations capitalistes ont affronté à partir de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle et jusqu'au milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, à l'exception de l'Angleterre qui a dû l'affronter plus tôt et sur une période plus longue. La logique de cette transformation structurelle est la production d'un mode de consommation nouveau qui exprime la relation complète du rapport salarial. Ce mode de consommation est caractérisé par la domination des rapports marchands sur les rapports non marchands (...) Le capitalisme ne peut se reproduire que par une accumulation sans répit dont l'épanouissement est la production et la consommation de masse des marchandises, phénomène généralisé à l'ensemble des activités de la vie en société"* (M. Aglietta, 1976, p. 61).

Par conséquent, c'est parce que l'organisation et le contenu en travail se sont modifiés<sup>12</sup> (la force de travail est devenue marchandise) qu'il a fallu, pour éviter "*la tendance au développement inégal*" de l'accumulation du capital, que les travailleurs se lient "*au capitalisme par la consommation individuelle des marchandises issues de la production de masse. Ce mode de consommation uniforme de produits banalisés est une consommation de masse*" (M. Aglietta, p. 131).

---

<sup>10</sup>. La nécessité de faire progresser la production et la consommation à un rythme équivalent est défendue par Keynes en 1936 dans sa "Théorie Générale de l'intérêt, de l'emploi et de la monnaie". Pour lui, la crise de 1929 et plus généralement les difficultés du capitalisme sont liées au problème de la demande effective, c'est à dire à l'insuffisance de débouchés dans une économie.

<sup>11</sup>. Ford écrivit en 1925 que "*Le capital qui ne crée pas constamment plus de travail, qui n'améliore pas constamment les conditions et la rémunération du travail, est plus stérile que le sable et se dérobe à sa fonction la plus haute*" (cité par R. Rochefort, 1995, p. 64). Il semble pourtant que cet humanisme profond (Ford décide en janvier 1914 de multiplier par deux le salaire de ses ouvriers) doive être tempéré par une volonté de réduire le coût du taux de rotation de sa main d'oeuvre qui était alors très élevé. Il voulait, ainsi, stabiliser l'emploi en créant un différentiel de salaire par rapport aux concurrents.

<sup>12</sup>. Le rapport salarial est au coeur de la régulation fordiste.

L'importance du rapport salarial (rapport du travail et du capital) dans la dynamique fordiste, c'est à dire la conjugaison d'une organisation intensive du travail et la garantie d'un partage équitable des gains de productivité est toutefois insuffisante pour assurer la stabilité du régime d'accumulation. Le compromis salarial fordiste impliquait aussi "*une contractualisation à long terme du rapport salarial avec des limites au droit de licenciement, (...) une vaste socialisation des revenus à travers l'État-Providence qui assurait un revenu permanent aux salariés. La contrepartie en était la reconnaissance par les syndicats de l'autorité patronale*" (Danièle Leborgne et Alain Lipietz, 1991, p. 44). Comme nous l'avons vu, cette stabilité dépend des configurations salariales mais également d'autres formes institutionnelles. Les théoriciens de la régulation expliquent que pour assurer une relative durabilité à cette étape historique de développement, certaines institutions<sup>13</sup> ont dû jouer un rôle de régulation de cette tension entre la croissance de l'offre et la traction de la demande. Par ce jeu combinatoire institutionnel, une certaine régularité économique et sociale a vu le jour après la seconde guerre mondiale.

Pourtant, à la fin des années 60, il semble bien que le régime d'accumulation fordiste s'épuise (montée du chômage, desindexation des salaires par rapport au niveau général des prix, disparition du système monétaire international de Bretton-Wood, interrogations sur le devenir de l'État-Providence, remise en cause des outils keynésiens de politique économique, ...) et que le capitalisme va connaître une nouvelle transformation structurelle. C'est progressivement tout l'édifice fordiste et l'arrangement institutionnel qui lui est associé qui entrent en crise avec toutefois des spécificités suivant les trajectoires nationales<sup>14</sup> et des différences suivant les secteurs d'activité. Le ralentissement de la croissance dans les pays développés est perçu dans ce cadre d'analyse comme une période de transition entre deux modèles de croissance. Les régulationnistes se sont interrogés sur l'après-fordisme (néo-fordisme, post-fordisme ?) et ont développé différentes interprétations (chute de la productivité, crise d'un mode d'organisation du travail, épuisement de la norme de consommation, croissance du tertiaire, internationalisation croissante ...) pour comprendre la crise du fordisme.

Notre objectif n'est pas de passer en revue les nombreuses explications qui sont avancées mais de souligner que les différentes voies<sup>15</sup> proposées semblent avoir des difficultés à caractériser ce nouveau stade historique. Le modèle fordiste n'a été

---

<sup>13</sup>. Le rapport salarial fordiste réclamait des formes de concurrence oligopolistique, un régime monétaire stable fondé sur le crédit et un espace économique national.

<sup>14</sup>. Comme le souligne R. Boyer (1995) "*Un diagnostic commun est celui de crise structurelle qui frappe aussi bien les États-Unis depuis 1967, que le Japon depuis l'éclatement de la bulle financière, en passant par l'effondrement du modèle suédois au début des années 90*" (p. 369).

<sup>15</sup>. On peut penser en particulier au modèle de "spécialisation flexible" de Piore et Sabel (1984) ou au modèle d'organisation japonais décrit par B. Coriat (1991).

conceptualisé et analysé que retrospectivement (dans les années 70-80). L'une des limites de l'approche régulationniste réside peut-être dans le succès théorique qu'elle a connu pour appréhender le régime d'accumulation fordiste.

Néanmoins, ce qui nous préoccupe plus particulièrement dans cette présentation est d'analyser la façon dont la théorie de la régulation envisage le procès de consommation fordiste. Quelle est la nature des produits consommés ? Quelle place la consommation occupe-t-elle dans la régulation de la société ?

## B) Le procès de consommation et la norme de consommation fordiste

Pour que la circulation marchande s'étende au sein du capitalisme, *"il faut que le travailleur collectif modelé par les rapports de production capitalistes soit également structuré par des rapports sociaux qui déterminent les pratiques de consommation. La séparation des travailleurs vis-à-vis des moyens de production, qui est à l'origine du rapport salarial, entraîne une destruction des modes divers de consommation traditionnels et aboutit à la création d'un mode de consommation propre au capitalisme. (...) Par la norme sociale de consommation, le mode de consommation est intégré dans les conditions de production"* (M. Aglietta, 1976, p, 130).

M. Aglietta (1984, p. 97) nous indique que *"pour comprendre la régulation de la société salariale, le mode de consommation est une pièce maîtresse"*. Dans le régime d'accumulation fordiste, la consommation individuelle des marchandises issues de la production de masse constitue à la fois un principe de cohésion sociale et une condition de développement du capitalisme<sup>16</sup>.

La transformation de l'organisation de la production (production en grande série) a eu pour conséquence de faire émerger une société salariale et de faire progresser la productivité. Pour permettre à un régime de croissance de s'installer, à cette baisse des prix relatifs des marchandises devait répondre l'apparition d'un mode de consommation nouveau. L'augmentation régulière et rapide des salaires réels allait soutenir le régime de croissance en stimulant la demande solvable des marchandises entrant dans la norme de consommation. Production de masse et consommation de masse forment, dans ce

---

<sup>16</sup>. Cette thèse s'appuie sur la modélisation macroéconomique du processus d'accumulation de Marx, appelée "schéma de la reproduction élargie du capital" (on les trouve présentés dans le livre III du Capital). En découpant le système productif en deux sections (la section I qui produit les biens de production et la section II qui produit les biens de consommation), Marx montre que des déséquilibres entre les deux sections sont la règle de fonctionnement du capitalisme. Une surproduction de biens de consommation qui ne serait pas vendue risquerait de plonger l'économie dans la crise. *"C'est pourquoi le rythme et l'essor de la consommation de masse est à la fois induit par l'accumulation antérieure qui a transformé les conditions de production et constitue une base pour l'accumulation future"* (M. Aglietta, 1976, p. 131).

cadre, un système cohérent. À cet égard, l'enjeu principal de la régulation fordiste réside dans la croissance massive du pouvoir d'achat de biens par les salariés.

Si l'on définit le "procès de consommation" comme "*un ensemble organisé d'activités à dominante privée mais soumises à une logique générale de reconstitution des forces dépensées dans les pratiques sociales et de conservation des capacités et attitudes impliquées dans les rapports sociaux dont les sujets sont les supports*" (M, Aglietta, 1976, p. 133), il faut reconnaître qu'avec le fordisme, pour la première fois dans l'histoire, la propriété individuelle des marchandises structure la norme de consommation ouvrière. Les modes de vie traditionnels<sup>17</sup> (y compris durant la période de formation de la classe ouvrière) excluaient, jusqu'ici, la possibilité de stabiliser les normes de consommation. Progressivement, le régime d'accumulation fordiste permet l'épanouissement de la consommation en généralisant les rapports marchands.

La norme de consommation fordiste se structure autour de deux marchandises de base que sont le logement et l'automobile. Ces deux marchandises répondent directement aux transformations du procès de travail consécutives à la mise en place des principes tayloristes et fordistes au sein de l'organisation de travail. La norme de consommation fordiste est conditionnée par les rapports de production. La fatigue et la pénibilité des tâches à accomplir dans le travail exigent une réparation, celle-ci se fera hors du lieu de travail (dans un logement privé) et par la consommation individuelle de marchandises. Le logement et l'automobile sont complémentaires (l'automobile permet la séparation de l'habitat et du lieu de travail) et induisent une dynamique sociale de la consommation (multiplication de l'achat de marchandises standardisées qui vont faire l'objet d'une acquisition privée dans le cadre du logement social). Ces nouvelles valeurs d'usage seront produites en grandes séries (à bas prix, par un assemblage de composants normalisés) et devront faire l'objet d'un renouvellement. Les modes de vie fordistes sont donc des modes de vie envahis par une diversité d'objets industriels.

---

<sup>17</sup>. Pendant très longtemps, le rapport que les hommes ont entretenu avec les choses a eu peu à voir avec nos modes de vie actuels. C'est souvent dans la littérature religieuse que l'historien peut trouver des repères lui permettant de comprendre les rapports qui unissent les hommes aux choses. Dans des économies de la rareté, les règles d'allocation s'inspirent de l'économie morale. Comme le précise D. Roche (1997), "*L'idéal de la société de la rareté et de l'État stationnaire repose sur quatre principes : la reproduction de la société à l'identique avec une faible mobilité sociale, la primauté de la redistribution des richesses et le refus de la capitalisation et de l'accumulation, le luxe réservé dans la conformité hiérarchique des pouvoirs sociaux, la primauté de l'être sur le paraître. L'économie et la consommation ne sont pas des fins mais des moyens de faire tourner le monde, le don permettant de concilier salut et enrichissement, justice et inégalité, éloge du travail et ascèse de la dépense*" (p. 86). Le passage d'une société où l'on pense que les vraies richesses ne sont pas dans l'accumulation d'objets à une société où la consommation devient centrale et source du bonheur est lent. Pour que cette nouvelle philosophie qui voit dans la consommation un vecteur de croissance (défendue par Boisguilbert, Cantillon, Mandeville) se développe, il faut rompre avec "*l'autoconsommation familiale et régionale, avec une économie faiblement monétarisée, avec l'immobilité des choses*"(p. 88) et réhabiliter les vertus de la vie terrestre.

Par ces cercles vertueux de croissance (hausse de la productivité = hausse des salaires réels = hausse de la consommation = hausse des profits = apparition d'innovations et créations d'emploi etc.), on pensait que la société de consommation avait "*résolu définitivement les contradictions du capitalisme et aboli les crises*" (M. Aglietta, 1976, p. 138).

Le régime d'accumulation fordiste se caractérise donc par un bouleversement des comportements de consommation. La consommation, et plus précisément l'achat de marchandises, se situe au coeur de cette société. Elle normalise les individus, elle compense la passivité du travail industriel et elle permet à l'accumulation du capital de se poursuivre. Au delà du confort qu'elle procure, elle contient aussi une idée de progrès social. Les stratégies de consommation induisent en effet des volontés de distinction, les objets devenant des supports de luttes sociales.

La théorie de la régulation a proposé une grille de lecture convaincante de l'émergence de la consommation de masse qui s'est produite après la seconde guerre mondiale. C'est aussi durant cette période que s'élaborent de nouveaux usages du temps. La généralisation des vacances pour la classe ouvrière en est la meilleure illustration et constitue un fait majeur de la deuxième moitié du siècle. Pourtant, cette dimension est absente, à notre connaissance, des principaux travaux menés par les régulationnistes. L'objet de la section suivante est d'essayer de montrer que le tourisme, et plus précisément les pratiques touristiques, bien qu'oubliées par les tenants de cette approche, ont fait partie du coeur de la régulation fordiste. Le fait que le temps des vacances émerge au moment où le régime d'accumulation fordiste apparaît n'est pas qu'une affaire de hasard. En quelque sorte, la pratique touristique devient l'une des dimensions des modes de vie fordistes. Avant d'exposer notre thèse, nous nous interrogerons d'abord pour savoir si l'approche de la régulation peut constituer un cadre adapté à notre projet d'analyse théorique des pratiques touristique.

## Section II : Le tourisme et la régulation de l'économie capitaliste : le "modèle du tourisme fordiste"

Si la théorie économique traditionnelle permet d'éclairer les comportements d'achat standard du consommateur, elle s'est révélée plutôt mal adaptée pour appréhender les pratiques des touristes. La conclusion à laquelle nous étions parvenus à la fin de la deuxième partie consistait à dire que certaines hypothèses au centre de l'approche traditionnelle constituaient un obstacle pour construire un cadre d'analyse approprié. Ceci nous conduit à adopter une position de rupture par rapport aux schémas "classiques" de l'économie. L'approche de la régulation qui se définit elle-même comme "*une alternative globale à la théorie de l'équilibre général*" (M. Aglietta, 1976, p. 11) peut, à cet égard, fournir un ensemble d'outils théoriques intéressants, surtout lorsque l'on cherche à rattacher l'avènement des vacances au régime d'accumulation fordiste. Loin d'être un phénomène marginal, l'émergence des pratiques touristiques dans les sociétés développées après 1945 est un des éléments du rapport social fordiste. Pour progresser dans la compréhension des dynamiques du marché touristique, nous avons conceptualisé, à l'aide d'un modèle d'inspiration régulationniste, cette émergence du fait touristique durant la période fordiste. Nous qualifierons cette étape de développement de "modèle fordiste du tourisme".

Un modèle est une représentation simplifiée d'un processus, d'un système qui lie plusieurs variables entre elles. Les modèles de développement ont pour objectif de repérer, de comprendre les mécanismes de la croissance et d'expliquer l'enchaînement et la cohérence des différentes variables qui suscitent l'apparition d'un cercle vertueux, ou, au contraire, d'un enchaînement de crises. Réfléchir aux conditions d'émergence de ce cercle vertueux dans le cadre du développement touristique sera l'un de nos objectifs. Dans la suite de ce chapitre, nous chercherons aussi à comprendre les raisons (plusieurs interprétations seront avancées) pour lesquelles le modèle fordiste du tourisme est entré en crise, exigeant un renouvellement de forme et de contenu. Analyser la transition et clarifier les contours d'un modèle post-fordiste du tourisme est, dans cette optique, une étape nécessaire. Toutefois, s'il est possible de repérer quelques dimensions autour desquelles pourrait se structurer un modèle post-fordiste du tourisme, il semble bien que la théorie de la régulation ait quelques difficultés à anticiper un tel modèle. Ces limites seront pour nous l'occasion, tout en retenant certains concepts et certaines intuitions particulièrement stimulantes, de chercher à dépasser ces cadres. Au coeur de la théorie de la régulation, il y a une conception largement centrée sur les figures du changement et du remplacement. À une étape de développement structurée autour d'institutions succède une autre étape fondée sur un arrangement institutionnel différent. Comme

nous le verrons par la suite, cette représentation théorique particulière qui perçoit le développement comme une succession de modèles historiques rend difficile le fait de vouloir penser la complémentarité, la diversité des modèles et leur coexistence.

## II. 1 La théorie de la régulation, une grille de lecture du phénomène touristique ?

Les théoriciens de la régulation considèrent que, au delà des résultats déjà acquis, leur approche constitue un programme de recherche. Comme le précise R. Boyer et Y. Saillard (1995), cela signifie que "*de nombreuses questions restent à explorer et que des méthodes originales doivent être développées pour mener à son terme le projet de la régulation*" (p. 15).

Néanmoins, la théorie de la régulation n'est pas une théorie fourre-tout où il serait possible d'intégrer n'importe quelle variable ou n'importe quelle réalité. La multiplication des travaux fondés sur des résultats mal établis se réclamant de ce courant de pensée a eu tendance à être interprétée en ce sens. R. Boyer (1986, p. 31) indique qu'il est inquiétant que "*certains jeunes chercheurs aient pu considérer que les pères fondateurs de la régulation avaient d'ores et déjà résolu à leur place tout problème qu'ils pourraient se poser dans leur champ propre de recherche*".

Il convient donc d'établir que l'approche de la régulation peut nous aider à dépasser les objections que nous adressions à l'approche économique traditionnelle et constituer ainsi une grille de lecture stimulante de notre objet.

— Tout d'abord, nous avons établi que le tourisme était un phénomène social total, c'est à dire une réalité qui articulait des formes économiques, des valeurs symboliques et des dimensions sociales. Le recours, que propose la théorie de la régulation, à une diversité d'éclairages disciplinaires (sociologie, économie, ...) nous semble, à cet égard, intéressant.

— Notre détour par l'histoire (cf. partie I) nous a permis aussi de comprendre que le tourisme est une réalité sociale ancrée dans des conditions historiques particulières. Il a, en outre, sa propre histoire qui est faite de formes changeantes et de transformations. Le tourisme n'est pas une réalité qui existe en soi. Il est rattaché à un contexte particulier et peut en être à la fois le produit et un des moteurs. En ce sens, prendre en compte l'histoire pour analyser les conditions d'émergence de l'offre et de la demande touristique et la structuration particulière du marché touristique est une démarche méthodologique nécessaire. Le tourisme s'inscrit dans un temps historique qui est "*l'expression d'un mouvement*" (M. Aglietta, 1976, p. 9). La théorie de la régulation en

concevant la dynamique comme l'étude des forces, c'est à dire des changements d'états, évacue la référence à un temps logique et abstrait et adopte "*des concepts de rapport et de procès incorporant dans leur définition même un principe interne de transformation*" (p. 11). Elle semble, à ce titre aussi, adaptée à notre objet.

— De plus, nous avons émis au chapitre III l'idée que pour aborder la demande touristique, il était préférable de réfléchir en termes de "pratiques" plutôt qu'en termes de consommation. Cette manière de concevoir les individus comme des acteurs qui, tout en suivant des règles et des normes en vigueur, sont capables d'avoir une certaine marge d'autonomie pour conduire des actions qui aient un sens à leurs yeux, est proche des conceptions développées par les théoriciens de la régulation. M. Aglietta (1976) nous explique que la dynamique endogène de la norme de consommation fordiste contient une tension qui articule une stratégie de diversification et un processus d'imitation. "*Ce dont nous avons besoin est (...) fondamental ; c'est une théorie des pratiques qui font de la consommation une activité socialement conditionnée, c'est à dire soumise à des forces contraires d'homogénéisation et de différenciation qui modifient cette activité d'une manière favorable à la généralisation du salariat*" (p. 133). Plus récemment, en 1996, Bernard Billaudot explique que contrairement à la théorie du consommateur individuel de la théorie traditionnelle où les choix sont prédéterminés et inaltérables, la théorie de la régulation optait pour une approche fondée sur la capacité d'innovation des acteurs. En quelque sorte, le fait de vouloir analyser les processus dynamiques oblige les auteurs appartenant à ce courant de pensée à réfléchir en termes de "pratiques".

Billaudot résume la position méthodologique des régulationnistes ainsi : "*Si l'on est en présence de formes stabilisées des rapports sociaux, cela signifie que les acteurs ainsi délimités suivent les règles correspondantes : leurs pratiques ne s'en écartent pas durablement; tout se passe comme s'ils se contentaient d'assumer des rôles d'une pièce déjà écrite, en adoptant les pratiques routinières déterminées par chacune des places sociales qu'ils occupent simultanément ou alternativement. Or s'ils se contentent effectivement de se comporter de cette façon, aucun changement de structure - entendu comme métamorphose de ces formes - ne peut avoir lieu; et même, aucune altération de ces dernières. Si l'on entend se donner les moyens de penser le changement, il ne peut donc être question de refuser l'autonomie des individus et des groupes pris dans les rapports sociaux, leur capacité à se constituer en sujets sociaux capables de transformer les structures*" (p. 35). Cette option méthodologique permet de quitter l'analyse normative pour une analyse plus positive, c'est à dire pour une analyse dont l'objectif vise, avant tout, la compréhension des pratiques concrètes. Ces arguments ont pour mérite de démontrer que l'approche de la régulation, en se prêtant à l'analyse des pratiques des individus, peut constituer une grille de lecture de l'économie des pratiques touristiques.

— Enfin, la conception de la rationalité de la théorie de la régulation ne renvoie pas à l'idée d'un principe de rationalité applicable mécaniquement à l'ensemble des actions humaines. Ceci découle d'ailleurs des hypothèses retenues (importance des structures sur les comportements individuels) par cette approche et qui ont été précédemment exposées. Dans les travaux fondateurs de l'école de la régulation (M. Aglietta, 1976, 1986, etc.), la référence à l'hypothèse structuraliste, c'est à dire au primat des rapports sociaux sur les pratiques individuelles, a eu tendance à accorder à la rationalité individuelle une place mineure. L'individu est, avant tout, mu par des normes sociales. Par conséquent, *"les seuls acteurs pris en compte - ceux dont les pratiques ont une efficacité sur les structures - sont les classes sociales constitutives du mode de production capitaliste et des autres modes de production dominés. Ce sont elles dont l'affrontement est à l'origine des compromis fondateurs des formes institutionnelles"* (B. Billaudot, 1996, p. 114). Plus récemment, pour répondre aux critiques qui estimaient que l'approche de la régulation négligeait l'autonomie de l'individu et la rationalité de l'acteur, certains travaux dont la synthèse se trouve dans "l'État des savoirs" (1995) ont présenté une réflexion poussée sur ce thème. Nous y reviendrons dans le dernier chapitre de la thèse.

Il semble donc que les hypothèses adoptées par la théorie de la régulation fournissent un cadre d'analyse adapté aux critères que nous avons retenus au fil de notre travail théorique. Il nous reste alors à développer une "analyse dynamique de l'économie des pratiques touristiques". C'est la construction d'un modèle fordiste du tourisme qui retiendra dans un premier temps notre attention.

## II. 2 La pratique touristique, un élément du coeur de la régulation fordiste

*"Nous voulons que l'ouvrier, le paysan et le chômeur trouvent dans le loisir la joie de vivre et le sens de leur dignité"* (cité par M. Boyer, 1972, p. 163), c'est ainsi que s'exprimait en 1936 Léon Blum au moment où se mettait en place la première organisation collective des loisirs en France. Progressivement, après la seconde guerre mondiale (cf. chapitre II), les Français et plus généralement l'ensemble des couches sociales des économies développées vont découvrir le temps des vacances. C'est durant cette grande étape de mutations économiques et sociales qui a caractérisé cette période que la mobilité à des fins touristiques est devenue un fait de société et que les vacances ont intégré la structure de dépenses des ménages. Notre objectif est de montrer que

l'émergence du tourisme et l'apparition d'un régime d'accumulation fordiste sont simultanées et que le tourisme participe, dans une certaine mesure, au processus de régulation fordiste. Il intègre la norme de consommation de masse et se définit, en partie, par rapport à la norme de production de masse en vigueur. À cet égard, ce stade historique de croissance exceptionnelle constitue le socle sur lequel apparaît un modèle de développement touristique que nous qualifierons de "fordiste". Ce modèle de développement est en quelque sorte la réplique du régime d'accumulation fordiste. Il intègre les normes de production et les normes sociales de consommation.

De manière étrange, en passant en revue les travaux pionniers des régulationnistes portant sur les "*transformations des conditions d'existence du salariat*" et sur l'évolution des normes sociales de consommation que ce soit aux États-Unis (M. Aglietta, 1976) ou en France (M. Aglietta, 1984), on ne trouve aucune mention de la place et du rôle qu'aurait pu jouer le tourisme dans la structuration de la norme de consommation fordiste<sup>18</sup>. Dans les travaux plus récents, les interrogations sur les pratiques de consommation et sur l'existence de normes évolutives de consommation n'ont plus cours. Il semble bien que l'accent soit porté exclusivement sur l'évolution des formes institutionnelles et sur les rapports de production.

Les pratiques touristiques sont donc absentes des théories de la régulation. Précédemment, nous avons souligné que la norme de consommation fordiste, présentée par les fondateurs de cette théorie, se structurait essentiellement autour de l'automobile et de l'accès au logement privé. M. Aglietta se contente de dire qu'à partir de ces deux marchandises vont se créer des "*complémentarités par lesquelles s'effectue une gigantesque expansion des marchandises supportée par une diversification systématique des valeurs d'usage*" (1976, p. 137). Faut-il inclure dans "cette gigantesque expansion de marchandises" l'accès de l'ensemble des classes sociales à des produits touristiques ?

Pourtant, si on analyse plus en détails "les transformations du procès de travail" et "les conditions d'existence du salariat", il paraît clair que les pratiques touristiques sont une des dimensions importantes de la société fordiste. Plusieurs éléments permettent de l'affirmer :

— Le fordisme, en développant la mécanisation du travail, en parcellisant les tâches et en approfondissant la séparation du travail manuel et du travail intellectuel (mise en place de chaînes de production semi-automatiques), perturbe l'équilibre psychologique

---

<sup>18</sup>. M. Aglietta souligne simplement que "*Un champ nouveau s'est ouvert à la consommation de masse sous le signe de la jeunesse envahissant toutes les fonctions de consommation : les loisirs bien sûr, mais aussi le renouvellement accéléré des modes vestimentaires puis la subversion de la mode par le mélange des styles...*" (1984, p. 109).

du travailleur. "*La soumission à un rythme uniforme, mais croissant de jour en jour, jointe à une compression des temps de repos, augmente immensément la fatigue et crée de nouvelles formes de fatigue nerveuse dont la récupération d'un jour sur l'autre est impossible. Les manifestations de cette forme moderne de destruction des capacités humaines se sont multipliées dans les années 1960 surtout dans les industries les plus mécanisées*" (M. Aglietta, 1976, p. 100). On peut penser que le mode de production fordiste, en se fondant sur l'extraction de gains de productivité par une accélération des cadences, a nécessité un réaménagement des temps sociaux. Si, comme nous l'avons expliqué dans le chapitre premier, la mise au travail généralisée a fait apparaître la figure du temps libre, le procès de travail fordiste a exigé la constitution de blocs significatifs de temps libéré. Les compromis sociaux qui durant les années 30 ont permis l'obtention des congés payés dans la plupart des économies développées (cf. chapitre II) peuvent être interprétés, dans une certaine mesure, comme une compensation sociale intégrée à la norme de consommation et participant ainsi à la régulation de la société salariale. En établissant des rythmes réguliers de temps libre dans la vie sociale, la pratique touristique forge des régularités et du prévisible pour la société salariale. En quelque sorte, elle est un élément qui la structure.

— De plus, si on analyse les marchandises fondamentales du procès de consommation fordiste, on se rend compte que certaines d'entre elles entretiennent des rapports étroits avec le tourisme. On peut, en particulier, penser à l'achat de voitures qui se généralise progressivement à cette époque. L'automobile va rendre les déplacements plus fréquents et va, en quelque sorte, libérer l'individu de l'immobilisme. On prophétise alors que "*tout le monde va vers la mer et tout le monde y va en voiture*" (cité par A. Rauch, 1996, p. 191). L'existence d'une norme de progression des salaires réels en fonction des gains de productivité obtenus dans le procès de production va autoriser à penser des modes de vie nouveaux centrés sur la consommation. La figure du superflu et des besoins factices font alors irruption dans les modes de vie<sup>19</sup>.

— Enfin, la rationalisation intensive du processus de production et la volonté de compresser le temps se sont transmises au procès de consommation fordiste. Si on divise la journée du salarié en trois séquences de temps, temps de travail, temps contraint et temps libre, la dynamique sociale qui anime une part de la consommation fordiste autorise à la fois la réduction du temps de travail domestique et du temps de travail salarié. Ceci permet de libérer de nouveaux usages du temps. L'entrée en grand

---

<sup>19</sup>. Françoise Cribier (1967, p. 49) écrit, pour le cas de la France, que "*au tournant des années 50, le grand essor va commencer, contemporain du "démarrage" de l'économie française; quinze années de croissance continue nous conduiront des 8 millions de vacanciers citadins de 1951 aux 20 millions de 1966*".

nombre des femmes dans le salariat a donné une impulsion à l'achat d'équipements ménagers durables permettant d'économiser du temps. Si on tente de résumer ces différents éléments, on se rend compte que l'un des axes qui traversent la société fordiste réside dans le fait de libérer du temps<sup>20</sup> que ce soit à l'échelle de la journée de travail ou de l'année de travail. Néanmoins, comme nous l'avons vu précédemment, cette libération constitue une condition nécessaire mais insuffisante pour qu'apparaisse le tourisme de masse.

Sans vouloir exagérer le lien qui peut être établi entre l'avènement du tourisme de masse et la mise en place d'un régime d'accumulation intensive, il nous semble que durant cette étape historique du capitalisme, la pratique touristique a intégré la norme sociale de consommation fordiste permettant un nouvel équilibre des temps sociaux. Plus généralement, dans la mesure où la pratique touristique ne passe pas obligatoirement par une consommation de biens et services, elle est devenue un des aspects du mode de vie fordiste. "*Nous voyons ainsi apparaître la structure de la norme de consommation*" et les pratiques touristiques qui lui sont associées "*en même temps que son conditionnement par les rapports de production capitalistes*" (M. Aglietta, 1976, p. 136).

Après avoir expliqué que le tourisme de masse était une des dimensions de la société fordiste, il nous est nécessaire d'analyser les formes de pratiques touristiques en vigueur durant cette étape particulière de croissance.

### II. 3 Un modèle fordiste du tourisme

L'idée qu'à un stade historique de développement économique corresponde un ensemble de pratiques touristiques structurées autour de dimensions économiques, de valeurs et de normes de comportements communes est une idée qui a fait l'objet d'un nombre de travaux relativement peu élevé. Nos propres recherches sur les transformations du tourisme espagnol ont adopté, en partie, cette optique théorique (Pascal Cuvelier, Jean Gadrey et Emmanuel Torres, 1994), à laquelle on peut rattacher la remarquable contribution de John Urry (1990) qui envisage la transformation des pratiques touristiques dans leur contenu et leur forme en s'appuyant sur les concepts de la théorie française de la régulation (p. 14).

---

<sup>20</sup>. Entre 1960 et 1990, tous les pays, à l'exception du Japon, ont réduit la durée du travail dans des proportions analogues (Jacques Rigaudiat, 1996).

Selon cet auteur, les pratiques touristiques se définissent, à chaque période de l'histoire, en relation avec les formes non touristiques de l'expérience et de la conscience sociale. Pour le dire autrement, la pratique touristique est construite et soutenue socialement par une variété de pratiques non-touristiques (le travail rémunéré, le travail domestique, ...). Toutefois, l'objectif de Urry ne consiste pas à faire l'économie de cette pratique, même s'il en présente certains aspects, mais plus spécifiquement, à montrer que l'expérience touristique loin d'être universelle doit se concevoir en rapport à un espace social et culturel donné. Aucune réalité n'est touristique en soi, elle le devient par un jeu de constructions sociales.

Dans son ouvrage, il déplore que le biais théorique "orienté vers la production" présent dans la littérature sur les activités de services ait eu tendance à négliger les analyses de la consommation touristique. De ce fait, il estime que les travaux de l'école de la régulation, en cherchant à conceptualiser le passage d'une société caractérisée par une consommation relativement massifiée à une société où les modèles de consommation deviennent plus individualisés, peuvent offrir un cadre d'analyse fécond pour appréhender les mutations des pratiques touristiques.

En établissant deux formes pures de pratiques touristiques, "la consommation fordiste de masse" et "la consommation post-fordiste", Urry ébauche une analyse relativement proche de celle qui nous a guidé dans nos précédents travaux. C'est à une présentation de l'approche régulationniste des pratiques touristiques que nous allons procéder à présent. Dans une première étape, nous allons essayer de caractériser ces pratiques touristiques de masse pour ensuite envisager leurs conditions de développement.

#### A) le produit touristique de masse, démocratisation et normalisation

Préalablement, il nous paraît indispensable de rappeler que nous entendons par "produit touristique" un assemblage de prestations de service qui vont répondre aux attentes du touriste lors de son déplacement (animation, hébergement, etc.). Il pourra acheter ces prestations avant son départ (chez un intermédiaire touristique) ou sur les lieux sur lesquels il se rend. Les produits touristiques se rattachent à des pratiques. Ils sont consommés car ils sont supposés générer des expériences agréables qui sont différentes de celles que l'on peut rencontrer dans la vie quotidienne. Ce sont les pratiques qui déterminent le type de produit qui fera l'objet éventuel d'un achat par le touriste. Elles ne se réduisent pas obligatoirement à la consommation d'un produit et se développent en relation à un type d'organisation économique et sociale.

L'histoire du tourisme que nous avons présentée au chapitre II nous a montré que la démocratisation des vacances dans la plupart des économies développées s'était déroulée alors que celles-ci connaissaient des taux de croissance économique record. Repérer dans l'histoire un phénomène ne suffit pourtant pas à en comprendre les mécanismes et les logiques. Le cadre de la théorie de la régulation va nous fournir une grille de lecture pour approcher le processus de massification du tourisme qui s'est déroulé après la seconde guerre mondiale.

Comme nous l'avons expliqué, le régime d'accumulation fordiste se caractérise par un compromis capital-travail. L'extraction des gains de productivité issus de l'organisation scientifique du travail doit faire l'objet d'un partage entre le travail et le capital. C'est ce compromis qui est à l'origine de l'expansion de la consommation de masse et d'un processus de normalisation de la consommation. La production en grande série de produits standard a eu pour conséquence de rendre accessible à tous les salariés de nombreuses marchandises. La possibilité d'obtenir des économies d'échelle, c'est à dire de réduire les coûts de production unitaires en augmentant le volume de production, a été rendu possible par les formes d'organisation fordistes. Des effets d'offre, liés à la réduction des coûts, ont donc joué un rôle dans la structuration du mode de vie propre à cette société salariale. Des effets concernant la demande ont également participé à la mise en place de la norme de consommation fordiste. M. Aglietta (1984) nous fournit une explication du processus de normalisation qui a touché les modes de consommation de cette étape de développement économique.

*"La consommation est mue par l'émergence de modèles inventés par des groupes sociaux sous la seule force des stratégies de recherche de distinction et d'imitation. Mais le rythme des inventions et de l'obsolescence des modèles dépend des habitudes de consommation. D'une part ces habitudes impliquent un usage sans lequel la distinction ne peut être socialement reconnue comme une propriété de ceux qui la revendiquent. Or une habitude ne se fait reconnaître que dans la durée et exige un apprentissage où l'on doit investir du temps et des compétences. D'autre part les luttes de classement, comme toute stratégie conflictuelle susceptible de se refermer sur elle-même, secrètent une incertitude qui incite à la prudence. Couplée aux formes de régulation du revenu déjà évoquées, la consommation trouve en elle-même à la fois sa force motrice et le contrôle de son évolution. L'exploration de champs nouveaux de consommation n'intervient qu'à la marge d'une inertie énorme et se diffuse progressivement dans la hiérarchie sociale" (p. 100).*

M. Aglietta, pour rendre compte de ce processus de normalisation de la consommation, rassemble à la fois les arguments liés à l'augmentation des niveaux de

vie et à la thèse veblennienne de la dynamique distinction/imitation. L'intégration d'un nouvel objet dans la norme de consommation, s'effectue de la manière suivante : "*Les organismes de la concurrence capitaliste (commerçants, médias, associations de consommateurs) dépossèdent le groupe qui affirme une différence culturelle et suppriment sa radicalité en décomposant l'attitude culturelle, isolant des stéréotypes, qui deviennent autant de significations partielles se prêtant à la conception fonctionnelle de nouveaux objets. Les nouveaux usages sont ensuite réintégrés dans les fonctions de consommation et prennent les traits universels de marchés de masse*" (p. 109).

On comprend alors comment la pratique touristique a intégré la norme de consommation et plus généralement le mode de vie associé à la société salariale fordiste. Elle est devenue progressivement une norme de cette société. En fait, elle répondait à des attentes et à des insatisfactions provoquées, en partie, par les excès du mode de travail fordiste. L'accès à ces nouvelles réalités fut rendu possible par la progression des salaires. La pratique touristique fordiste et les produits qui lui sont associés vont par conséquent se caractériser par l'achat en masse de prestations de service et de biens standardisés sur des espaces particuliers. C'est la relative pauvreté culturelle des usages de ce qui va être consommé qui caractérise ces pratiques. Elles vont avoir tendance à se ressembler puisque les prestations qu'elles vont incorporer seront peu diversifiées selon les saisons, les modes ou les marchés spécifiques. Quant aux usages, ils seront homogénéisés<sup>21</sup>. En ce sens, le rationalisme fonctionnel va s'opposer à la diversité des pratiques touristiques. Le tourisme s'est massifié parce que la société tout entière, dans son mode d'organisation sociale, était une société de masse.

Pendant la période fordiste, démocratisation de la pratique touristique et normalisation ont donc eu tendance à se confondre. Pour que l'accès à une nouvelle réalité (le tourisme) ait pu avoir lieu, il devait s'effectuer dans les mêmes conditions pour tous. La massification du tourisme renvoie, en fait, à deux aspects différents :

— à la démocratisation de la pratique, c'est à dire à l'extension à de larges couches de la société de l'accès au tourisme

— mais aussi à un modèle de comportement<sup>22</sup> qui peut être caractérisé comme étant une forme d'organisation de voyage dans laquelle le client achète un ensemble de prestations qui sont identiques à celles qu'achètent les autres clients.

---

<sup>21</sup>. "*Mais tout ce qui est fabriqué par l'industrie capitaliste a vocation à être produit en masse, rien ne peut échapper à l'homogénéisation des usages et à une différenciation transitoire selon la capacité d'acheter*" (M. Aglietta, 1984, p. 98).

Le tourisme de masse va bénéficier de coûts rapidement décroissants d'une partie des biens et des services composant la pratique touristique sociale. Cette baisse a été autorisée à la fois par des innovations techniques (par exemple dans le domaine des transports) mais aussi par des innovations organisationnelles (grands hôtels avec des prestations standardisés). En résumé, l'invention d'approches de type industriel des vacances va tendre à uniformiser les pratiques. Le modèle fordiste du tourisme se caractérise donc par l'expansion de marchés simples et massifs de biens et services touristiques à écouler.

Mais le tourisme est aussi une activité qui s'inscrit dans l'espace. Le modèle touristique attaché au régime de croissance fordiste s'est déployé dans des espaces particuliers qui permettaient le plein épanouissement de la norme fordiste. C'est le littoral avec tout l'imaginaire qui lui est associé (cf chapitre II) qui va servir de cadre à la révolution estivale de masse.

B) les conditions du développement des pratiques touristiques fordistes : le modèle des "4S"

La forme principale prise au lendemain de la seconde guerre mondiale par les pratiques touristiques peut être conceptualisée au travers du modèle des "4S". C'est un sigle fréquemment utilisé dans les analyses sur le tourisme et qui liste les principales motivations suscitées par le littoral, "Sea, Sex, Sun and Sand" (Satisfaction des vacanciers en Espagne, 1987). Ce modèle est un modèle d'aménagement et de développement du tourisme qui s'est développé au cours des dernières décennies autour du bassin méditerranéen en particulier, mais pas exclusivement. Le cas espagnol, paradigme du modèle des "4S", servira d'illustration dans le chapitre suivant. Il a

---

<sup>22</sup>. Le concept de "masse" est un concept difficile à appréhender dans la mesure où il renvoie à la psychologie des foules. Certains philosophes ont toutefois essayé de l'approcher. Ortega y Gasset en 1937 dans "la rébellion des masses" cherche à montrer, en anticipant certains faits, que si le tourisme est de masse, c'est parce l'homme est de masse. "*La masse peut se définir comme un phénomène psychologique. Sans besoin d'attendre qu'apparaissent les individus en agglomération, devant une seule personne, nous pouvons savoir si elle fait partie de la masse ou pas*" (1986, p. 67). Le concept "d'homme-masse" se définit comme un homme doté d'un certain nombre de caractéristiques dont la plus importante est qu'il ne peut se distinguer des autres. Selon l'expression de D. Riesman dans "la foule solitaire" (1950), ce sont des "individus extérieurement dirigés", c'est à dire des individus qui livrent leurs conduites à l'appréciation et à l'approbation de leurs contemporains. L'individu de la société de consommation est pour Riesman un individu qui accepte sa dépendance par rapport à autrui. Pour aller dans le même sens, K. Krapf (1964) explique que le comportement de masse est une "*tendance congénitale à l'uniformisation du comportement même en matière de satisfaction des besoins, à l'amalgamation des désirs individuels de consommation donc à l'intégration. Dans certaines conditions, la réflexion et l'affectivité de l'individu sont annihilées par le mouvement collectif, la volonté individuelle s'efface devant l'âme collective*" (p. 50-51).

représenté à partir des années soixante l'archétype du tourisme de masse. À ce titre, il est souvent retenu par les chercheurs des différentes disciplines qui s'intéressent au fait touristique (H. Poutet, 1995, Miguel Segui Llinas, 1995).

Ce modèle fordiste va faire converger une demande conditionnée par une norme de consommation et de comportement et une offre de prestations de service bon marché. Les prestations offertes vont se structurer autour des composantes mer et soleil. Plusieurs raisons, dont certaines sont plus spécifiques à l'Espagne et à certains pays méditerranéens, peuvent être invoquées pour expliquer le processus de massification qu'ont connu de tels sites

— Tout d'abord, c'est le faible niveau des coûts relatifs compte tenu de la faiblesse de la monnaie du pays récepteur et de l'utilisation et de l'exploitation de biens libres qui, par définition, sont sans coût ou avec un faible coût d'opportunité (soleil, plage, mer, ...).

— Une nature initialement vierge sans pollution marine ou terrestre

— La possibilité de tirer des bénéfices élevés. L'organisation du tourisme va être perçue comme un nouveau champ d'activité à investir. Les tour-opérateurs (voyagistes) vont chercher à organiser de manière "industrielle" les vacances en proposant des assemblages de prestations (des "packages"). C'est par le nombre de prestations identiques vendues (effet de capacité) et la possibilité de standardiser certaines composantes de ce produit que ce secteur va se développer. En quelque sorte la profitabilité élevée va stimuler le mouvement de massification.

— La rationalisation de la production des prestations et les progrès techniques ont eu tendance à réduire les postes qualifiés. Le type de territoire retenu pour développer les formes fordistes du tourisme était à l'origine relativement bien pourvu en postes de travail subalterne (emplois dans l'hôtellerie, les restaurants, le commerce, les transports, ...).

— Les politiques publiques nationales visant à la construction d'infrastructures (routes, aéroports, ...) vont bénéficier aux entrepreneurs de tourisme. C'est en quelque sorte une externalité positive.

— Les pays, les régions qui se sont ouverts au tourisme pour implanter le modèle des "4S" ont dans un premier temps soigné l'accueil.

— Enfin, le modèle mer et soleil correspond aussi à un imaginaire qui s'est mis progressivement en place en Occident<sup>23</sup> (cf. chapitre II) et à une réalité qui allie la possibilité d'exhiber et de découvrir son corps, une certaine forme de retour à la nature, le repos et la découverte de nouvelles sociabilités<sup>24</sup>. Comme le précise A. Rauch (1996,

---

<sup>23</sup>. C'est le passage d'un tourisme côtier où la mer constitue, avant tout, un décor à un tourisme où le rivage devient un lieu de fréquentation et un support pour le divertissement (jeux, sports) et la détente.

p. 149), "la présence d'une foule nombreuse ne s'oppose pas nécessairement à la réussite des vacances. Les campeurs se plaignent rarement du surpeuplement. Soleil, sable et foule conviennent le plus souvent aux vacanciers situés au bas de l'échelle sociale".

L'ensemble de ces facteurs (et sans doute d'autres), dont l'influence a été plus ou moins déterminante, ont permis de mettre en place un modèle d'organisation fordiste des vacances fondé sur l'offre à des couches croissantes de population de prestations de service standardisées. C'est ainsi que, par un abus de langage, le lieu touristique disparaît au profit de la destination qui est alors entendue comme "produit touristique". Ce modèle, adapté pour des formes de consommation simple, est caractérisé par des pratiques relativement passives. Si ce modèle fordiste de développement touristique a connu un vrai épanouissement et une régularité dans de nombreux pays à partir des années soixante (cf. section II), il apparaît qu'il ne correspond plus totalement aux exigences actuelles. Tout comme le régime d'accumulation fordiste qui a lui donné sens, le modèle fordiste du tourisme connaît des difficultés. Plusieurs explications que nous allons passer en revue peuvent venir éclairer cette crise de développement. Comme nous le verrons les cadres développés par la théorie de la régulation se révèlent précieux pour comprendre les mutations des pratiques touristiques et des marchés auxquels elles sont associées.

---

<sup>24</sup>. On pourra se reporter à l'analyse que propose J-D. Urbain (1994) des pratiques balnéaires. Pour lui, "la plage apparaît à l'analyse comme un de ces lieux privilégiés où la société se met en scène, avec ses rites et ses symboles, ses coutumes festives et ses conventions, ses désirs et ses normes (...) La plage est spectaculaire. Elle est un théâtre où la société se dévoile, se dénude, mettant en évidence "la dimension affective et sensible des relations sociales" dans le cadre d'une scénographie " qui stylise l'existence, en fait ressortir la caractéristique essentielle". La plage, avec ses rites et ses jeux, propose une épure : une image hyperréelle de la vie collective, qui la différencie de tout, y compris de la villégiature attaché au "repaînement", au retour aux sources. Contrairement à la campagne, la plage n'est pas tant le lieu d'un retour que celui d'un recommencement" (p. 19). C'est la dimension prométhéenne de la plage.

### Section III : La crise du tourisme fordiste : vers un "modèle touristique post-fordiste" ?

Les efforts théoriques déployés par la théorie de la régulation visent à mettre en place un cadre analytique capable de comprendre l'essoufflement d'un modèle de développement économique fondé en particulier sur des pratiques de consommation de masse. La crise que connaissent les économies développées depuis les années 70 est, pour ce courant de pensée, à interpréter comme une crise de développement. La poursuite de l'accumulation économique exige alors l'avènement d'un nouveau stade historique de croissance. L'articulation entre le procès du capital et les pratiques de normalisation en vigueur ne semble plus cohérente pour assurer la cohésion de la société salariale. Des tensions de plus en plus vives apparaissent et constituent, en quelque sorte, des signaux qui anticipent l'émergence d'un nouveau régime d'accumulation qualifié de "post-fordiste". La transformation des pratiques touristiques, la désaffection relative de certains lieux refléteraient en ce sens les mutations de la société industrielle et des modes de vie qui la caractérisent.

Pour rendre compte des mutations des produits touristiques et des modèles de développement touristique, différentes explications théoriques, parfois éloignées des hypothèses qui fondent la pensée régulationniste, ont été proposées par les économistes et les chercheurs qui se sont intéressés au phénomène touristique. L'examen de ces thèses (naturalistes, techniques et sociales) nous apportera de nombreux éléments pour comprendre le dérèglement progressif du modèle touristique fordiste fondé à la fois sur l'achat de prestations standardisées et sur des comportements touristiques relativement passifs. Notre objectif est de les présenter et de montrer que chacune de ces explications éclairent partiellement les processus dynamiques à l'oeuvre sur le marché touristique. Sans nécessairement entrer en contradiction avec toutes ces approches (et pouvant d'ailleurs intégrer certaines d'entre elles), la théorie de la régulation fournit un cadre d'analyse théorique à la fois plus solide et plus cohérent pour comprendre la crise du tourisme fordiste et envisager son remplacement par un modèle de pratiques touristiques "transformées" que nous appellerons "post-fordiste". En quelque sorte, en articulant tous ces éléments partiels dans une synthèse analytique convaincante, elle permet de dépasser les limites de chacune des explications avancées.

Néanmoins, analyser la nature d'une crise n'équivaut pas forcément à fournir une ébauche de la nouvelle structuration de l'économie et de la société. S'il est possible de repérer les principaux germes d'un nouveau modèle de développement touristique, l'analyse de la régulation, comme nous le verrons, se révèle relativement impuissante à penser le "post-fordisme" en général et la diversité des pratiques touristiques post-

fordistes en particulier. Cette diversité des modèles fera l'objet du dernier chapitre de la thèse.

### III. 1 Les approches traditionnelles des mutations des produits et des pratiques touristiques

Avant d'aborder l'analyse régulationniste de la crise de développement du tourisme fordiste, il est peut être intéressant d'examiner les différentes approches qui tentent de fournir un cadre d'explication aux transformations des pratiques touristiques. Chacune de ces thèses privilégie un axe d'analyse particulier. La première (cycle de vie du produit, effet Gossen) cherche à montrer le caractère naturel de l'épuisement d'un modèle de développement, la seconde se fonde plutôt sur des arguments techniques et économiques, et enfin la troisième se centre sur les limites sociales qui s'attachent au développement de certaines formes de tourisme. Constater les insuffisances théoriques de ces approches nous persuadera de l'intérêt de réfléchir à la construction d'une théorie régulationniste des mutations des pratiques touristiques.

A) Une explication "naturaliste" des mutations du marché touristique, le cycle de vie du produit et la loi de Gossen

Le cycle de vie du produit de Vernon (1966) et la loi de Gossen (1854) sont des outils analytiques souvent mobilisés par les économistes et les gestionnaires, y compris dans l'analyse du phénomène touristique<sup>25</sup> (Raymond Butler, 1980, Gérard Tocquer et Michel Zins, 1987, Juan Fuster Lareu, 1991, Chris Cooper, 1992, J. Stafford, 1995) pour rendre compte de la saturation de certains produits et de la nécessité de mettre en place des stratégies de renouvellement. Après avoir exposé les grands principes de ces théories, nous chercherons à en analyser la pertinence.

---

<sup>25</sup> L'utilisation du cycle dans la littérature consacrée au tourisme a fait une irruption précoce. Dès 1963, W. Christaller utilise ce concept pour expliquer que *"le même cycle se reproduit; de plus en plus de lieux deviennent à la mode, changent de nature, tournent au lieu fréquenté par Monsieur Tout-Le-Monde"* (cité par R.W. Butler, 1980, p. 5).

## 1) Le cycle de vie du produit de Butler<sup>26</sup>, analyse critique

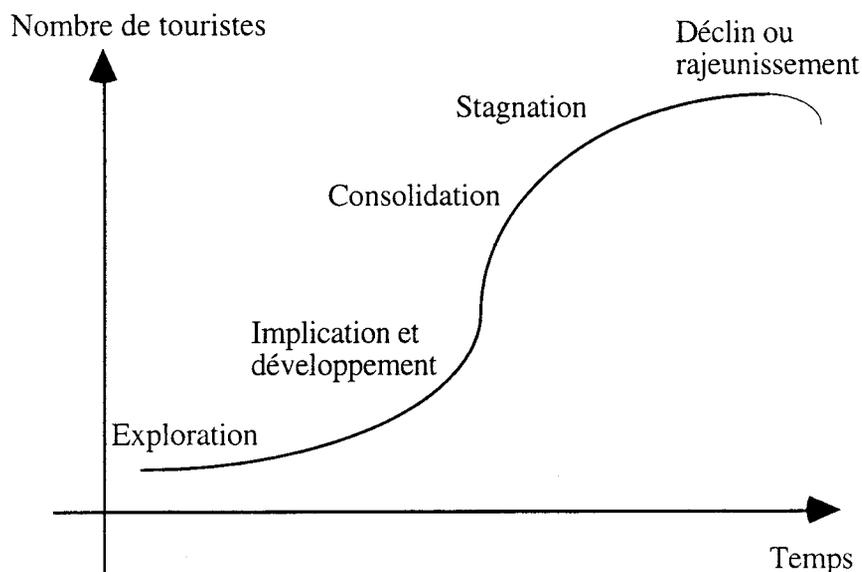
Le concept de cycle de vie du produit a été exporté durant les années 80 dans le domaine du tourisme pour décrire les différentes étapes de développement d'un produit touristique et ainsi comprendre le déclin de certaines formes de pratiques touristiques. Butler (1980) précise que ce concept permet de décrire à la fois l'évolution du marché (en termes de types et de nombre de visiteurs) et le développement économique et physique de la destination (du support touristique). On fait ainsi l'hypothèse qu'à une destination donnée correspond un type de produit. Le produit est ici entendu dans son sens le plus large comme *"l'offre qui est faite au touriste, présent ou potentiel, afin que celui-ci puisse satisfaire ses besoins et ses désirs"* (G. Tocquer et M. Zins, 1987, p. 152). En marketing, on parle d'ailleurs à ce propos de "produit élargi" qui *"correspond au produit résultant global qui incorpore les éléments tangibles et intangibles de l'offre faite au touriste et au client et, tout particulièrement, les bénéfices psychologiques apportés par le produit (dépaysement, extase, appartenance à l'élite, etc.) et l'élément "image" du produit qui s'appuie sur les mécanismes perceptuels subjectifs des touristes et clients"* (p. 153).

Doté de cette approche du "produit" touristique, Butler (1980) passe en revue les différents stades par lesquels le produit touristique est amené à passer (cf. schéma n° 1).

---

<sup>26</sup>. Si à l'origine le concept de cycle de vie du produit a été utilisé en économie industrielle par Raymond Vernon (1966) pour expliquer l'écart de spécialisation internationale qui pouvait exister entre les économies les plus avancées et les économies en développement, c'est en 1980 que R. Butler a adapté cette approche au tourisme.

## Schéma n° 1 : Le cycle de vie du produit touristique



Après avoir indiqué le contenu de chacune de ces étapes, nous nous interrogerons sur la validité théorique d'un tel schéma.

— Exploration : La nouvelle destination est visitée par un petit nombre de touristes aventuriers qui vont institutionnaliser le site. Les beautés naturelles et les caractéristiques culturelles représentent les principales sources de l'attraction. Le nombre de visiteurs est faible en raison de l'absence de commodités. À ce stade, les contacts avec la population locale sont élevés et de qualité.

— Implication et développement : Ces phases correspondent à l'émergence d'un marché et d'une saison touristique. Le nombre de voyageurs est croissant et l'organisation du tourisme revient à des compagnies qui ne sont pas locales (nationales ou multinationales). Le secteur public doit participer à la planification touristique et au développement d'infrastructures. C'est une étape de développement où le changement de nature du tourisme peut venir altérer le cadre naturel et culturel de la destination (détérioration, problème de qualité des prestations).

— Consolidation : Dans cette phase, le taux de croissance du nombre de visiteurs diminue alors que le nombre total de touristes continue de croître. C'est une étape de croissance soutenue de la demande. Les gains de productivité apparus du fait de l'extension du produit, de la rationalisation et de l'amélioration des méthodes de

production se concrétisent progressivement par une démocratisation relative et une massification du produit. Ce dernier devient alors un standard.

— Stagnation : Après avoir atteint un pic de visiteurs, la destination commence à ne plus être à la mode. Les visites sont des visites répétées qui émanent des voyageurs les plus conservateurs. Il faut de plus en plus de moyens et d'efforts (en particulier en matière de marketing) pour maintenir constant le nombre de visiteurs. Les profits des entreprises touristiques tendent à baisser. La destination peut aussi avoir des problèmes d'ordre économique, social et environnemental.

— Déclin : La destination n'est plus en soi un objet de visites. Les ventes et les profits baissent. Des entreprises peuvent alors envisager de redynamiser et de relancer la station en modifiant plus radicalement les caractéristiques du produit.

Selon ces auteurs, tout produit, dans la mesure où il évolue constamment selon la position relative qu'il occupe sur le marché est amené à passer par ces différentes étapes qui correspondent à une standardisation progressive des prestations (extraction de gains de productivité qui abaisse les coûts relatifs). C. Cooper ajoute (1992) que chacune de ces phases est caractérisée par un type de clientèle différent tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif. Plus le produit vieillit, plus les touristes vont chercher à minimiser le risque et à maximiser l'utilité sur le support retenu. Ainsi, le cycle de vie du produit semble correspondre relativement bien au développement du produit touristique fordiste tel que les faits historiques nous en rendent compte, à savoir la démocratisation du voyage par le passage du tourisme réservé à une minorité au tourisme standard cristallisé dans le modèle des "4S" (P. Cuvelier, J. Gadrey et E. Torres, 1994). Il reste à voir si cette approche fournit un cadre explicatif permettant de comprendre la disparition de l'attrait pour certaines destinations et la transformation de certains supports touristiques.

Plusieurs éléments nous amènent à douter de la pertinence d'une telle explication pour comprendre la mutation des pratiques touristiques attachées au modèle de développement fordiste.

— Tout d'abord, les auteurs qui défendent la théorie du cycle de vie du produit reconnaissent que dans bien des cas, *"les produits ne passent cependant pas par un cycle de vie ayant la forme d'une courbe idéale en forme de S. Certains produits connaissent une croissance rapide et soutenue dès leur introduction, d'autres connaissent une maturité rapide avec une introduction réussie mais atteignant rapidement un plafond. D'autres passent du stade de la maturité non pas à celui de*

*déclin, mais à une nouvelle croissance*" (G. Tocquer et M. Zins, 1987, p. 168). Il existe donc une vraie difficulté à repérer les étapes, les points d'inflexion de ces étapes et la durée de celles-ci. De plus, chaque produit ou destination touristique s'inscrit dans un contexte particulier où une multitude de facteurs spécifiques<sup>27</sup> interviennent ce qui rend d'autant plus problématique le caractère opérationnel d'un tel outil. Il semble bien que ce n'est qu'une fois le cycle terminé (quand il existe) qu'il soit possible de le décrire. Finalement, on peut se demander s'il n'existe pas autant de configurations cycliques possibles que de produits.

— De plus, le concept de cycle de vie du produit, bien qu'ayant fait l'objet d'applications nombreuses, est fondé sur une perception naturaliste des phénomènes qu'il étudie. Cette loi unique d'évolution du produit semble reprendre le schéma d'évolution des sociétés proposé par W. Rostow (1963). La relation de proportionnalité entre le nombre de touristes et l'intensité de l'impact sur le lieu témoigne d'un déterminisme absolu qui néglige le caractère historique et culturel des pratiques touristiques. Les capacités de charge sur lesquelles se fondent Butler renvoient à une notion physique objective, or à partir de quel seuil la masse touristique devient-elle inacceptable pour le territoire ? Comme le précise Florence Deprest (1997, p. 51) *"L'acceptable est une notion très relative. Elle est relative historiquement : ce qui était acceptable pour le commun des mortels au moyen âge est sans relation avec ce qui est acceptable pour un être humain de cette fin de XX<sup>ème</sup> siècle. Elle est relative sociologiquement : dans une société donnée, à un moment donné de l'histoire, l'acceptable des uns peut être l'inacceptable des autres. L'acceptable renvoie donc à un choix de principes et de valeurs"*. Le modèle du cycle de vie finalement oublie qu'*"une pratique est un phénomène vivant qui évolue dans sa forme et sa nature en corrélation avec la société dont elle est issue. Ce n'est donc pas un "produit" dont le contenu est figé par des protocoles de fabrication, mais une production sociologique du terme"* (p. 164). En ce sens, cette approche est davantage une description empirique qui a été généralisée dans l'objectif d'en faire un principe, qu'une explication convaincante des raisons pour lesquelles le produit disparaît et se transforme. Pourquoi les pratiques touristiques se transforment-elles ? Pourquoi les touristes se détournent-ils, à un moment donné, de telle destination ? Une des principales limites de cette théorie réside dans l'absence d'une analyse solide des déterminants de la demande.

---

<sup>27</sup>. Comme le précise J. Stafford (1996), pourtant sensible aux mérites d'un tel outil, *"le modèle général du cycle de vie du produit touristique n'est qu'une simplification de la réalité observée. Ce schéma ne peut s'appliquer à tous les produits touristiques; de plus, beaucoup de variantes peuvent exister selon le type de produit, sa dispersion géographique, etc."* (p. 50).

— Enfin, et plus fondamentalement, l'approche du cycle de vie du produit, dans sa version initiale (celle de Vernon) ou dans son adaptation au produit touristique (Butler), est un modèle qui s'appuie principalement sur la possibilité de rationaliser les méthodes de production des prestations vendues aux touristes (utilisation de charters, logements à bas prix, diminution du personnel de chambre,...). Le coeur logique du modèle est constitué par l'application à des activités de services de la notion industrielle de productivité. Sans affirmer que la productivité de l'ensemble des services<sup>28</sup> composant la pratique touristique croît beaucoup plus faiblement que dans les autres activités productives, il faut bien reconnaître que, si l'on adopte la conception industrielle de la productivité, sa progression est plutôt faible. Si la mécanisation, l'apport d'un certain nombre de techniques (casques pour remplacer les guides sur les sites touristiques), la rationalisation des postes de travail, la recherche d'une organisation plus efficace, la diminution de l'effectif (avec maintien de la qualité des services) ont entraîné une réduction du temps requis pour effectuer les opérations demandées, il n'en demeure pas moins que la célérité d'un serveur de restaurant, d'un guide pour effectuer une visite d'un monument ou encore d'un réceptionniste d'hôtel qui accueille les touristes a peu varié au cours du temps. Ces services se caractérisent par une dimension relationnelle qui se prête *"mal à l'analyse quantitative d'un produit immédiat et qui manifestent des réticences intrinsèques vis-à-vis des aspects simplistes et réducteurs des études d'efficience fondées sur la seule productivité. Leur développement (et leur financement) pose des problèmes que les approches "industrialistes" voudraient résoudre par l'alignement des concepts et des pratiques (néotaylorisme, parcellisation, manufacture, standardisation, gains de productivité dans les services), ce qui peut s'avérer contradictoire avec l'efficacité finale de ces activités, en termes d'usage ou d'impact économique et social"* (J. Gadrey, 1996, p. 88). Pour le dire autrement, la productivité n'est pas le seul enjeu du service bien qu'elle influe sur le prix. En effet, à la différence des biens, la rationalisation de certaines activités de service peut, dans certains cas, passer par la non-productivité au sens industriel du terme, en particulier lorsqu'il s'agit de loisirs et de culture (selon l'exemple fameux du quintette à vent de Baumol, 1967). En ce sens, on peut se demander si le cycle de vie du produit dont l'axe théorique central est fondé sur la standardisation des prestations de service, c'est à dire sur la normalisation et sur la reproduction des actes à l'identique, n'est pas un concept propre à la période fordiste. Cet outil se révélerait, par conséquent, mal adapté pour penser "l'après-fordisme".

---

<sup>28</sup>. On peut admettre l'existence de "formes" d'industrialisation de certaines activités de service ou tout au moins de certaines des composantes de ces activités. Cela peut être le cas de l'hôtellerie dans sa fonction de mise à disposition et d'entretien des locaux, de transport dans sa fonction de déplacement.

En guise de conclusion, on peut dire que le cycle de vie du produit décrit plus qu'il n'explique l'évolution des pratiques touristiques liées au modèle d'organisation fordiste. Si les faits stylisés peuvent laisser croire que le modèle des pratiques touristiques fordistes a suivi un cycle de vie du produit, nous sommes amenés à penser que c'est, plus généralement, la consommation de biens et de services soumis à la logique fordiste qui a connu une massification suivie d'une saturation. Dans ce cadre, les transformations qui affectent les pratiques touristiques fordistes seraient davantage à interpréter comme la fin progressive de la consommation de masse. Une autre approche à caractère naturaliste a essayé de comprendre les mutations des pratiques touristiques, cette fois, en privilégiant l'analyse de la demande. Elle se fonde sur la loi de Gossen.

## 2) La loi de la saturation du produit de Gossen (1854)

Une autre approche qui viendrait d'ailleurs compléter l'analyse en termes de cycle de vie du produit a été esquissée par un économiste espagnol, J. Fuster Lareu (1991), pour rendre compte de la nécessité de renouveler les produits touristiques offerts. Elle s'appuie sur la psychologie élémentaire de la courbe d'utilité marginale décroissante de la théorie microéconomique du consommateur. Ce phénomène de satiété et d'ennui ressenti par le consommateur et qui fait suite à une absence de renouvellement des formes de consommation a été étudié par l'économiste allemand Hermann Heinrich Gossen en 1854.

Il est à l'origine de deux lois du comportement humain qui sont pour lui universelles.

— *"La grandeur d'une seule et même jouissance diminue constamment lorsque nous la produisons sans interruption jusqu'à ce qu'enfin arrive la satiété.*

— *Une diminution pareille a lieu dans la grandeur de la jouissance lorsque nous répétons la jouissance précédente. Il y a plus : la grandeur de la jouissance est moindre au début et le temps pendant lequel quelque chose est senti comme jouissance se raccourcit par la répétition : la satiété se produit plus tôt, et la grandeur initiale aussi bien que la durée se réduisent d'autant plus que la répétition a lieu plus promptement.*

*La vie journalière nous offre mille preuves de ces deux lois" (H. H. Gossen, 1995, p. 71-72).*

L'idée consiste à dire que le touriste de l'époque fordiste, à force de répéter le même type de consommation et les mêmes activités a pu ressentir une certaine lassitude qui l'a conduit à modifier et à diversifier ses pratiques. Si Gossen admet que *"cet abaissement de la jouissance par l'effet des répétitions n'est certainement pas le même dans tous les cas et pour tout le monde, il est (cependant) fort général"* (p. 73). Le modèle des "4S",

fondé sur un produit standard relativement pauvre en services et offert à des couches croissantes d'individus se serait donc essoufflé pour des raisons qui concernent les motivations des touristes. La désaffection relative de certaines places touristiques (comme nous le verrons dans le chapitre suivant, par exemple c'est le cas des Baléares à partir du milieu des années 80) et la volonté de les redynamiser par l'événementiel et le patrimoine peuvent s'interpréter dans cette optique en mobilisant l'effet de saturation exposé par Gossen (J. Fuster Lareu, 1991).

Pourtant, bien que les lois de Gossen aient été particulièrement importantes pour les travaux de Léon Walras sur l'utilité marginale décroissante du consommateur, ces lois, trop générales et trop normatives, ne peuvent servir de cadre explicatif pour aborder les transformations qui ont touché le marché touristique. Si elles ont pour mérite de s'attaquer au problème de la psychologie du consommateur, elles le font en partant d'un postulat arbitraire sur la nature de l'homme. En effet, elles ne démontrent pas les raisons pour lesquelles les pratiques de consommation se modifient, elles supposent d'emblée que l'homme est mu par les lois de la satiété et du renouvellement. Comme le précise Gossen, *"cette loi d'abaissement de la grandeur des jouissances s'applique donc à toutes sans exception aux spirituelles comme aux matérielles; et c'est précisément parce que le Créateur a soumis la force de jouir à cette loi qu'il a rendu capable de produire les résultats que nous avons fait pressentir plus haut"* (p. 73).

En fait, au delà d'une conviction profondément enracinée, rien n'indique que l'homme soit animé de l'effet de saturation décrit par Gossen. Les vacanciers et les campeurs qui chaque année décident de retourner au même endroit par sécurité, pour retrouver la convivialité passée ou par habitude défient les principes exposés et fragilisent la pertinence analytique de cette approche.

Il semble bien que, pour appréhender les transformations des pratiques touristiques, les fondements naturalistes du cycle de vie du produit touristique et de l'effet de saturation de Gossen soient faibles. Bien que souvent retenus comme cadre explicatif, ces outils ne résistent ni à l'examen des faits ni aux critiques de fond qui leur ont été adressées. Pour rendre compte de l'épuisement et des limites du modèle touristique fordiste, deux types d'explications, avançant une argumentation plus solide, peuvent être retenues. La première privilégie des limites d'ordre technique et s'appuie sur le modèle d'Harrod-Domar et la seconde met l'accent sur les dimensions sociales qui peuvent ralentir la croissance du modèle touristique. C'est l'analyse de Fred Hirsch (1977) qui servira de base théorique à cette deuxième approche.

## B) Le modèle d'Harrod-Domar (1948) ou les limites technico-économiques du modèle de croissance touristique fordiste

Le modèle de développement touristique fordiste se fonde sur une logique quantitative. Son objectif consiste, en effet, à faire accéder à l'univers des vacances des quantités croissantes d'individus. Minimiser les coûts de production des prestations offertes constitue, dans cette optique, une priorité. Ceci explique, en partie, que les modes de construction des infrastructures hôtelières et plus généralement la manière de penser la station touristique, aient été conçus sur l'idée de l'offre croissante de capacités de prestations.

C'est donc une convention de développement quantitatif qui est au cœur du modèle fordiste des "4S". Or, cette logique de développement connaît des limites d'ordre technique et économique qui sont liées au processus de développement lui-même. Pour comprendre la rupture de croissance du modèle des pratiques touristiques fordistes, J. Fuster Lareu (1991) a proposé une interprétation qui reprend et adapte certains résultats théoriques inspirés de l'analyse des modèles post-keynésiens de la croissance. Il est, en particulier, possible de s'appuyer sur le modèle macroéconomique de croissance soutenue de Harrod-Domar<sup>29</sup> (1948). C'est un modèle d'inspiration keynésienne qui cherche à repérer les conditions d'une croissance équilibrée. Les conditions à réunir étant tellement improbables, Domar et Harrod en concluent que le déséquilibre, loin d'être l'exception d'une économie capitaliste, en constitue la règle. Des dérèglements endogènes provoquent l'instabilité et conduisent le système capitaliste à la contraction.

Après avoir examiné brièvement ce modèle, nous verrons comment il peut, au moins en partie, illustrer la crise du modèle touristique fordiste.

Tout investissement a deux effets :

— un effet de demande ou effet keynésien qui s'appréhende au travers du multiplicateur keynésien

Si on note ( $\Delta I$  : la variation de l'investissement I,  $c$  : la propension marginale à consommer,  $\Delta Y$  : la variation du revenu Y et  $C_0$  : le niveau de consommation incompressible)

on obtient :

---

<sup>29</sup> En 1939, l'économiste anglais Harrod propose un modèle de croissance qui incorpore le multiplicateur keynésien et le principe d'accélération de Clark (tout comme l'oscillateur de Samuelson). Peu après, en 1947, l'américain Domar construit un modèle voisin que l'on a intégré au modèle d'Harrod et que l'on appelle couramment le "modèle Harrod-Domar" (1948). Bien qu'habituellement qualifié de keynésien, ce modèle d'économie fermée est assez éloigné des hypothèses qui caractérisent l'économie keynésienne.

$\Delta I \times 1 / (1-c) = \Delta Y$  (effet revenu qui va affecter la consommation. On retient généralement la définition keynésienne de la fonction de consommation :  $C = cY + C_0$ )

— un effet de capacité car l'investissement a pour effet d'augmenter les capacités productives au rythme de la productivité moyenne du capital (que l'on peut noter  $P = \Delta Y / \Delta K$ , K étant le stock de capital)

L'effet de capacité peut s'écrire :  $P \times I = \Delta Y$

Pour que l'économie soit équilibrée suite à un accroissement de l'investissement, il faut que sur le marché des produits, l'augmentation de la demande (via le multiplicateur) permette d'écouler la masse des biens supplémentaires produits par l'effet de capacité. Pour le dire autrement, l'effet de demande doit être équivalent à l'effet de capacité.

On obtient :  $\Delta I / 1-c = P \times I$  c'est à dire :  $\Delta I / I = (1-c) / P$

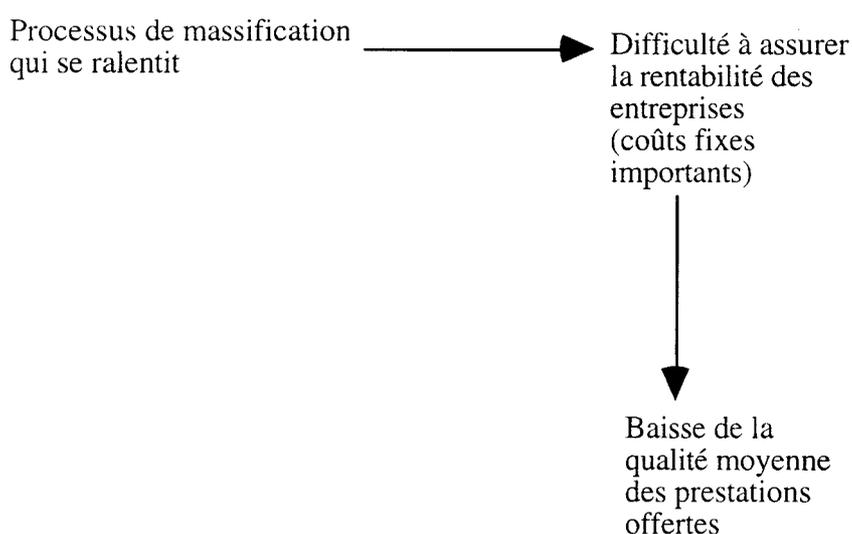
Le maintien de l'équilibre sur le marché des produits se fonde sur une condition, à savoir que l'investissement croisse régulièrement au taux constant  $(1-c / P)$ . C'est un taux de croissance régulière de la production, de l'investissement et de la consommation.

Comme cette condition a peu de chance de se vérifier, le déséquilibre est permanent. Si la croissance de la demande se ralentit des surcapacités apparaissent (effet demande < effet capacité) et aucun mécanisme automatique ne va permettre le retour à l'équilibre. Bien au contraire, l'investissement (et donc l'effet demande) va être freiné par le constat des surcapacités. Comme le précise Domar, "*Si on investit aujourd'hui, il faudra investir demain encore plus (...); tout le problème réside dans le fait que l'accroissement du revenu est temporaire et se résorbe peu à peu (effet du multiplicateur) alors que la capacité a été accrue pour de bon*" (Cité par G. Abraham - Frois, 1995, p. 106). Dans ce modèle, il faut donc sans cesse réinvestir pour stimuler la demande et nourrir la croissance.

Ce modèle simple peut, dans une certaine mesure, nous permettre de comprendre l'essoufflement du modèle touristique de masse (J. Fuster Lareu, 1991). En fait, pour que l'effet capacité de l'investissement soit pleinement utilisé, il faut que la demande globale de la période suivante soit plus importante que celle de la période en cours. Or, le processus de démocratisation touristique, à un moment donné, progresse moins rapidement. Les raisons avancées par Fuster Lareu sont ici différentes de celles invoquées par Harrod-Domar. Le rythme de croissance de la demande touristique se ralentit car nous nous situons dans une étape où un grand nombre d'individus accède déjà à des pratiques touristiques. Il devient plus difficile d'attirer de nouveaux segments de clientèles. Pour lutter contre cet excès de capacité et pour réduire les charges fixes,

les investissements se ralentissent et des effets déflationnistes apparaissent. En clair, pour remplir les hôtels, les charters, et plus généralement l'ensemble des infrastructures dont les aménagements ont été pensés au travers d'une convention de développement quantitatif, on essaie d'attirer par une politique de bas prix de nouveaux segments de demande. Un cercle vicieux peut alors survenir et écarter durablement le retour de la croissance du modèle touristique. En effet, cette politique déflationniste peut alors avoir pour conséquence de diminuer la qualité moyenne des prestations fournies (cf. figure n° 2). Fuster Lareu parle d'"effet narcotique" de la loi des grands nombres (p. 44). La logique de développement touristique contraint la station touristique à avoir, avant tout, une politique d'attraction de la demande.

Figure n° 2 :



Si ce modèle nous fournit quelques indications pour comprendre les raisons pour lesquelles l'écart croissant entre les évolutions de la demande de prestations et les capacités d'offre ruine la logique quantitative du modèle touristique de masse, quelques éléments nous semblent toutefois discutables.

— Tout d'abord, certaines limites sont liées à la simplicité du modèle (modèle à bien unique, absence de décalages, ...). Des développements théoriques ont cherché à flexibiliser le modèle en endogénéisant certaines variables (modèle de Solow, modèle de Kaldor, ...).

— Ensuite, on raisonne dans le cadre d'une économie fermée où c'est l'investissement qui stimule la demande. Cette hypothèse est fort restrictive surtout pour traiter d'un modèle de développement touristique car il faudrait alors supposer que le

tourisme n'est qu'interne aux nations. Le modèle touristique fordiste espagnol par exemple s'est développé essentiellement par l'arrivée des touristes étrangers. On ne peut donc pas dire que c'est l'investissement de l'économie nationale qui relance et stimule la demande touristique.

— Enfin, la portée explicative de ce modèle est limitée en raison de la faible importance accordée à la demande. Dans le modèle de Harrod-Domar, c'est une variable endogène qui n'est appréhendée qu'au travers du multiplicateur d'investissement. Dans l'approche de Fuster Lareu, la pratique touristique se réduit essentiellement à un coût et les raisons pour lesquelles la progression de la demande se ralentit sont peu fondées. Plus qu'une diminution du rythme de croissance de la demande touristique (qui ne se vérifie pas dans les faits), il semble plutôt que le marché touristique ait connu une modification des pratiques et des attentes des touristes. Finalement, la crise de développement du modèle touristique quantitatif renvoie surtout à un problème de rentabilité d'équipements peu flexibles. Rendre compte des difficultés du modèle touristique de masse simplement au travers du problème de remplissage de capacités de prestations nous paraît être une optique limitée. Le problème relatif à la rentabilité des équipements n'est peut être finalement qu'une conséquence des mutations de la demande.

Si on perçoit les raisons pour lesquelles un modèle fondé sur une offre croissante de capacités faiblement reconfigurables peut se fragiliser, on peut douter de la force de l'argument pour comprendre les mutations profondes qui ont affecté le secteur touristique. L'absence de réflexion sur les pratiques et les stratégies des touristes interdit, en fin de compte, à ce modèle de pouvoir éclairer la dynamique du secteur. C'est la présence d'une telle réflexion qui fait toute l'originalité de l'approche de Fred Hirsch (1977).

### C) L'approche de Hirsch (1977), ou les limites sociales de la croissance

Pour expliquer le déclin relatif d'un modèle de croissance touristique et des pratiques qui lui sont associées, l'analyse proposée par Fred Hirsch apporte une contribution majeure. La raison essentielle tient dans la mise en place d'une réflexion sur la composition des pratiques de consommation. La thèse principale de l'ouvrage est de proposer une analyse critique du concept de croissance économique et de montrer que la poursuite "à tout prix" de la croissance peut venir, pour des raisons davantage liées à

des mécanismes de rareté sociale que de rareté physique, contrecarrer le bien être des individus qui composent une société.

### 1) La construction sociale de la rareté au coeur de la croissance

Dans l'analyse économique standard, on se préoccupe peu du contenu et du mode de consommation (cf. Chapitre III). C'est la croissance économique, c'est à dire l'extension des capacités d'offre, qui fournit les moyens de la consommation. Le cadre de pensée de ce courant est bâti sur l'idée d'une limitation physique des ressources contre laquelle il convient de lutter. L'extension de la consommation est ralentie par la rareté physique, c'est à dire par l'incapacité du système d'offre (par la technologie) à contourner l'épuisement des ressources. Si les freins à la croissance se situent dans des obstacles techniques, la relance est donc à interpréter, avant tout, comme une victoire arrachée aux lois de la nature. La progression générale des niveaux de vie, c'est à dire l'accès pour tous à une proportion croissante de biens et services, dépend donc principalement de critères physiques et de la capacité du système à augmenter le niveau moyen de productivité. C'est cette présentation du processus de croissance que Hirsch rejette. Selon lui, les véritables freins à la société d'abondance se situent davantage dans l'existence d'une rareté socialement construite. Cette idée se fonde sur les intuitions de Harrod (1958) concernant les limites à la démocratisation de certaines formes de richesse qu'il a illustrées en expliquant que *"tout le monde ne peut bénéficier des meilleures places dans les meilleurs restaurants"*.

Dans son essai, Harrod distinguait deux types de richesse, la "richesse démocratique" dont tout le monde pourrait bénéficier et qui est fonction du niveau de productivité (c'est à dire qu'elle dépend du revenu atteint) et la "richesse oligarchique" qui n'est disponible que pour quelques uns, c'est à dire jamais pour tous, et ceci quel que soit le niveau de productivité. Le nivellement des niveaux de vie par la croissance économique est donc un leurre.

Hirsch va reprendre l'intuition de Harrod et distinguer deux formes d'économie, "une économie matérielle" qui comprend la production des biens et services susceptibles d'être standardisés et mécanisés par des innovations technologiques et une économie qu'il qualifie de "positionnelle" qui renvoie à une économie de biens et services contingentée par des mécanismes sociaux. Pour le dire autrement, augmenter la quantité physique de ces marchandises positionnelles diminuent la satisfaction de ceux qui les consomment puisque, en fait, cela modifie les caractéristiques de ces marchandises. On peut résumer cette idée en disant que, pour de tels biens, "ce à quoi chacun peut accéder, tout le monde ne le pourra pas". L'objet de la satisfaction ne réside donc pas

tant dans la consommation de la marchandise que dans le fait que peu d'individus puissent y accéder ou tout au moins que "l'individu A" y accède avant les autres (la satisfaction découle alors de la position relative dans la file d'attente). Lorsque la satisfaction découle principalement du symbole attaché à l'objet (plus que de l'usage qui en sera fait), c'est un cas de rareté sociale pure. Les limitations sociales sont de deux types, elles peuvent être directes, c'est à dire que la satisfaction dépend de la satisfaction ou de la position des autres et dans ce cas l'offre du produit est limitée pour des motifs psychologiques (fierté, envie, ...), ou indirectes, quand sans pourtant être liée à la satisfaction des autres, elle est influencée par la consommation et l'activité des autres (ce sont les cas de "congestion sociale", par exemple ceux de la circulation automobile).

L'articulation entre une économie matérielle en croissance et une économie positionnelle qui ne peut être que stationnaire peut avoir des conséquences importantes sur le modèle de croissance économique et sur les attentes des individus. Au fur et à mesure qu'une société devient de plus en plus riche, les individus vont vouloir accéder à une proportion croissante de marchandises "superflues"<sup>30</sup>, de marchandises positionnelles. Au sein de l'économie positionnelle, une compétition entre les individus va s'instaurer pour accéder à ces marchandises volontairement limitées. Cette lutte entraînera des frustrations, des gaspillages, des processus d'encombrement qui peuvent conduire à une réduction de la qualité de ces marchandises de positionnement, voire à leur destruction. C'est par l'instauration de différents mécanismes de régulation comme l'augmentation des prix relatifs et la mise en place de normes d'accès que l'on contingentera ces objets particuliers. Pour tempérer cette convoitise, on pourra aussi développer "des marchandises intermédiaires" que Hirsch définit comme des marchandises produites dans l'économie matérielle qui ne se substituent pas à des marchandises de positionnement mais qui tentent de les symboliser (exemple, le développement des CD rom sur les hauts lieux du patrimoine mondial). Ainsi, il est possible de contrebalancer ou au moins de ralentir le processus de détérioration de qualité de ces marchandises positionnelles et de maintenir une croissance du Produit Intérieur Brut. Cette économie positionnelle absorbe finalement une quantité croissante de ressources pour produire une quantité décroissante de bien être. Ainsi, l'augmentation de la croissance, pour une part, équivaldrait aux efforts qu'il faut de plus en plus déployer pour maintenir un standard de vie.

Notre objectif est de réfléchir à la manière dont cette approche peut éclairer l'univers des vacances de masse.

---

<sup>30</sup>. Dans la mesure où l'individu accède plus facilement aux besoins biologiques (alimentation, ...), la demande de biens et de services positionnels se fait plus forte. On retrouve les résultats de la loi d'Engel (cf. chapitre II).

## 2) Le tourisme, une pratique de l'économie positionnelle ?

En fait, le tourisme peut être considéré comme un objet de positionnement à deux niveaux. Le premier niveau serait lié à la nature même des expériences touristiques qui en fait pour une catégorie de touristes un objet de convoitise et le second au type de supports sur lesquels elles se déploient qui est l'occasion d'une lutte pour l'occupation de ces supports. Ces deux niveaux peuvent se renforcer mutuellement.

— Tout d'abord, le voyage a longtemps été considéré comme un privilège réservé à l'élite (cf. chapitre II). Il était un signe de distinction fondé sur la disponibilité et la culture. C'était une consommation improductive de temps et d'événements exceptionnels qui faisait, en partie, office de marqueur social. Le voyage prenait aussi son sens parce qu'il était une expérience réservée à un faible nombre d'individus. Cette essence particulière du tourisme, bien qu'affaiblie, se perpétue. La satisfaction du voyage réside, pour une part, dans la possibilité d'accéder, par désir de distinction, à des réalités auxquelles d'autres n'ont pas eu accès ou n'auront pas accès (effet réputation, effet prestige). Trouver le petit sentier, l'auberge perdue, le lagon extraordinaire que personne ne connaît, ou fréquenter les plus grands palais de la planète apporte à l'expérience touristique une dimension non négligeable. J-D. Urbain (1993, p. 213-214) signale cette spécificité en citant J-P. Dupuy, *"le paradoxe du tourisme est de même nature que le double bind. Le touriste recherche le différent, l'autre, il se précipite donc dans des endroits "non touristiques". Il lui faut ne pas être là où il veut aller"*. En quelque sorte, certaines pratiques touristiques prennent une partie de leur valeur du fait qu'elles sont rares socialement, c'est à dire qu'elles font l'objet d'une limitation sociale directe pour des motifs symboliques. Ce sont des expériences recherchées car elles témoignent de la position du touriste dans l'échelle sociale. Le fait de les démocratiser modifie leurs caractéristiques et la satisfaction que l'on pourra en retirer.

— De plus, comme le précise d'ailleurs Hirsch (p. 37-38), le tourisme, dans certaines de ses formes, peut connaître des phénomènes de congestion sociale. En effet, chacun désire accéder à des pratiques touristiques qui se déploient sur des supports naturels (plage tranquille, campagne sauvage, ...) soumis à une rareté sociale indirecte, c'est à dire où la satisfaction de l'individu dépend de la consommation et de l'activité des autres individus. La quête du "vrai" et de l'authentique est limitée, en partie, par la possibilité qu'ont les autres d'y accéder. En ce sens, les supports touristiques sont des objets de positionnement dont on pourra réguler l'accès par différentes mesures (plage payante, interdiction d'accès à certaines catégories, etc.). Si on ne le fait pas, la qualité reconnue de ces supports, du fait de la capacité de charge limitée, risque de se dégrader.

Toute pratique touristique ne comprend pas systématiquement ces deux niveaux de rareté sociale (directe et indirecte). Pour autant, cet outillage théorique nous permet d'avancer une analyse capable de comprendre la faillite d'un modèle touristique de masse.

L'examen de l'évolution historique du tourisme (cf. chapitre II) nous a amené à comprendre que les pratiques de l'aristocratie et les lieux de loisirs sur lesquels elle s'est arrêtée ont préfiguré pour une large part la structuration des pratiques populaires. Le modèle des vacances balnéaires et ses usages, la découverte naturelle et culturelle de sites prestigieux, l'exaltation de la mobilité résultent de l'invention d'une temporalité qui s'est diffusée à toutes les classes de la société. Comme le rappelle F. Deprest (1997, p. 17), *"ce n'est donc pas tant l'instauration de la législation sur les congés payés que le travail séculaire des élites culturelles pour diffuser des modèles de pratiques d'espace n'appartenant pas à la quotidienneté qui a permis le développement du tourisme"*. On peut alors proposer une analyse de la dynamique du tourisme de masse.

La pratique touristique, appartenant à l'origine à l'économie positionnelle, s'est diffusée progressivement, par la dynamique du marché, à l'ensemble de la société (processus d'imitation). On peut dire qu'un droit a été accordé à l'ensemble de la société qui rend possible l'usage des pratiques jusque là réservées aux élites. Ceci aurait entraîné deux conséquences :

1) Les espaces touristiques qui sont socialement limités sont saturés par cette démocratisation rapide. C'est une congestion sociale qui en résulte. Le tourisme est ainsi accusé d'être un destructeur de lieux (dégradation de la qualité de l'eau, encombrement du paysage, embouteillages, diminution de la qualité des services, ...). En fait, ce à quoi chacun espère parvenir individuellement, à savoir une pratique touristique de l'économie positionnelle, se révèle être impossible. L'individu ne se rend pas compte que cette lutte pour atteindre cette rareté sociale est vaine. La nature même de l'expérience touristique est transformée puisque le lieu perd, en grande partie, les caractères originaux qui en faisaient une pratique de positionnement. C'est que parallèlement, la massification du tourisme a été rendue possible par la transformation des conditions de l'organisation sociale du tourisme. C'est le passage des pratiques touristiques convoitées de la sphère positionnelle à la sphère des marchandises intermédiaires qui pourrait, en partie, l'expliquer. La pratique touristique a intégré une organisation de type industriel fondée sur la standardisation des prestations. Le mode de régulation de cette économie positionnelle consiste alors, en quelque sorte, à construire et à délivrer de la "contrefaçon". À cet égard, on pourrait parler de "détour de consommation".

2) Suite aux effets de cette arrivée massive de touristes, la clientèle pour qui la valeur de la pratique touristique est avant tout liée au faible nombre d'individus qui y accède, choisit de désertier les lieux touristiques de masse pour s'appropriier d'autres espaces. En effet, pour cette catégorie particulière de touristes, le degré d'attractivité des lieux est inversement proportionnel à leur degré de massification. F. Deprest (1997, p. 176-177) fait allusion à ce mécanisme quand elle souligne que *"les masses remettent en cause l'appropriation par la seule élite car, elles aussi s'approprient les lieux touristiques. La "masse" détruit, mais moins le lieu touristique lui-même, que les privilèges affectés à sa pratique (...) la modification des lieux n'est pas un problème de masse, au sens quantitatif"*.

Dans cette optique, la dynamique du marché touristique est avant tout sociale. La massification de certains supports qu'il faudrait interpréter comme la mise en péril d'un positionnement social aurait pour conséquence l'invention sociale d'un nouveau regard et l'appropriation d'un nouveau lieu. Thierry Quintrie La Mothe (1987, p. 28) note à ce propos que *"les dangers de la mondialisation sont évidents. Plus elle "massifie le voyage, plus le voyage se cherche ailleurs que dans la masse"*. La transformation des pratiques touristiques obéirait donc à une logique d'attraction-répulsion qui consiste à vouloir accéder aux pratiques qui sont perçues par le corps social comme les plus enviables, c'est à dire celle d'une minorité.

Si cette analyse offre un schéma d'explication intéressant pour rendre compte de certaines transformations, par exemple pour analyser la baisse du statut social des touristes qui se sont rendus aux Baléares à partir des années 80 (P. Cuvelier, E. Torres et J. Gadrey, 1994), pour éclairer la massification de certains lieux ou pour comprendre l'extension permanente des territoires touristiques, elle souffre pourtant d'une conception figée et étroite de la pratique touristique qui finit par réduire sa portée. Quelques remarques critiques vont permettre de justifier notre position.

— La première remarque a rapport aux critères utilisés par Hirsch pour distinguer l'économie positionnelle et l'économie matérielle. C'est un critère social qui est retenu pour séparer l'économie en deux sous-secteurs comme si les logiques qui animent la production des biens et la production des services étaient identiques. Finalement, l'obstacle qui est à l'origine du non-accès de certaines couches de population à certaines réalités est d'ordre social. Pourtant, les travaux portant sur la faiblesse de la productivité dans certains secteurs (W. Baumol et Bowen, 1966) nous ont convaincu du fait que d'autres obstacles peuvent en être la cause.

— John Urry (1991) reprend l'analyse de Hirsch à propos du tourisme et se demande si le concept de consommation tel qu'il est défini n'est pas source d'ambiguïté. La pratique touristique serait une marchandise positionnelle parce que la satisfaction des touristes découle avant tout (directement ou indirectement) du choix des autres touristes. Comme nous l'avons vu, la pratique touristique comprend un ensemble d'activités, dont la consommation de biens et services, mais également d'autres actes comme le fait de se promener, de regarder, de se reposer, de parler, ... qui peuvent entraîner, mais pas obligatoirement, l'achat de biens ou services. En adoptant cette position, la notion de rareté sociale attachée à la consommation touristique devient plus complexe. Est-ce la possibilité de louer un logement pendant une période qui est rare ? Est-ce la possibilité de regarder un objet particulier (la mer, la lune, un paysage, ...) ?

Si, comme le pense Urry, c'est le regard (ce qu'il appelle le "gaze") qui est au coeur de l'expérience touristique, la notion d'encombrement social ou environnemental perd alors une partie de sa pertinence. Cela renvoie d'ailleurs à l'approche développée par Xavier Greffe (1990) à propos de l'économie du patrimoine monumental. Selon lui, cette économie "*fonctionne à la spécificité et à l'homogénéité*" (p. 3). Elle articule deux niveaux : le support patrimonial (château, lieux de mémoire, ...) et les services qu'il est possible de produire à partir de ces supports (hôtellerie, visites guidées, ...). La sphère des services patrimoniaux comprend des éléments reproductibles et en partie subsituables, la sphère des supports patrimoniaux des éléments non reproductibles et non substituables. Par conséquent, plutôt que les supports eux mêmes, qui font surtout l'objet d'une appropriation visuelle, ce sont davantage les services attachés au support qui font l'objet d'une consommation. Ceci tend à relativiser la rareté sociale liée à la pratique touristique

— De plus, l'idée que le massification des lieux touristiques entraînerait une congestion sociale est une idée couramment admise par les géographes. Pour autant, il est très difficile d'apprécier ce qu'est une capacité de charge. F. Deprest (1997), dans une étude remarquable, met à nu les conventions sociales qui sont sous-jacentes à cette notion de capacité de charge<sup>31</sup>. "*Les réflexions autour de la notion de capacité de charge montrent une fâcheuse tendance à l'oblitération des procès de production du territoire. La dénégation n'est pas toujours explicite, elle s'immisce par des images anodines qui n'en sont pas moins efficaces. Ainsi l'analogie avec la physique a conduit*

---

<sup>31</sup> L'O. M.T. explique que "*le concept de capacité de charge vise à établir en termes mesurables le nombre de visiteurs et le degré de développement qui sont susceptibles de ne pas avoir de conséquences préjudiciables aux ressources (...)* On peut dire en termes généraux qu'il y a saturation ou dépassement de la capacité de charge lorsque les mouvements de personnes, nationaux ou internationaux, dépassent temporairement le niveau acceptable par l'environnement physique et humain de la zone d'accueil ou destination" (cité par F. Deprest, 1997, p. 43). On comprendra, à travers l'expression "niveau acceptable", toute l'ambiguïté de cette définition.

*aux images de la déformation et de la défiguration du lieu touristique. Elles introduisent l'idée de la cessation, de la privation d'un état (forme, figure) qui participe de l'identité"* (p. 143). Ceci supposerait alors l'existence de ressources touristiques "naturelles".

— La théorie de Hirsch repose sur l'idée que le moteur de la consommation, une fois que l'économie a répondu aux besoins les plus essentiels, réside dans des objets de convoitise. Comme le précise Hirshman (1982, p.104), "*le consommateur en voie d'ascension sociale s'attend, lorsqu'il sera en mesure d'acquérir tel ou tel bien qu'il convoite, à en tirer la même satisfaction qu'ils lui paraissaient promettre à l'époque où ils lui restaient inaccessibles*". L'idée sous-jacente est donc que ce qui fait l'objet de son désir est constitué de réalités socialement construites pour être désirables comme s'il était mu par une volonté de se distinguer en accédant seul ou avant les autres à ces réalités. On peut s'interroger pour savoir si la pratique touristique s'intègre dans un tel cadre. En fait, pour reprendre la conceptualisation de Urry, Hirsch a une conception romantique du tourisme, c'est à dire que ce que les individus recherchent dans leur expérience touristique réside avant tout dans la possibilité de voir avant les autres (pour éviter les phénomènes de congestion) ou de voir ce que les autres ne voient pas. La satisfaction serait liée, en quelque sorte, à la distinction sociale. Une telle approche des pratiques touristiques est fortement réductrice de la diversité des univers de vacances. En effet, certains touristes sont à la recherche de la foule, d'une conception collective du tourisme, c'est la présence d'autres touristes, de gens comme soi même, qui font l'objet d'une satisfaction et le succès de certains endroits (les campings, certaines stations balnéaires, les colonies de vacances, ...). En ce sens, la présence d'un nombre important de touristes n'apporte pas que des phénomènes de congestion, elle crée aussi une atmosphère particulière qui peut être recherchée pour elle même. La convivialité, la sociabilité, la participation à la foule (par exemple sur les plages) font parties pour certaines catégories de touristes des conditions nécessaires à la réussite des vacances. En quelque sorte, la masse touristique, en transformant les paysages et les cadres de vie des lieux sur lesquels elle se porte, devient productrice, en partie, de l'activité touristique.

— Finalement, c'est la caractéristique même de ce qui fonde la pratique touristique qui est niée, à savoir l'utilisation pour le plaisir d'un temps à soi. À cet égard, les touristes sont des individus autonomes qui peuvent trouver leur plaisir dans une variété illimitée de pratiques (y compris la recherche de l'hétéronomie). Le nombre de réalités qui peuvent faire l'objet d'une appropriation touristique est a priori sans limites. Les travaux des historiens (A. Corbin, 1988) et plus généralement de toutes les sciences sociales (J. Urry, 1990) s'accordent aujourd'hui pour démontrer qu'il n'y a pas de

*"ressources touristiques a priori, mais l'émergence d'une conception esthétique et d'une pratique d'un aspect physique de l'espace"* (F. Deprest, 1997, p. 146). Rien n'interdit donc qu'il y ait, pour des segments de population différents, des constructions de significations touristiques propres. En ce sens, la masse produirait, elle aussi, des espaces organisés et codifiés, des représentations particulières de l'espace, des pratiques traversées par des principes et des valeurs. La lutte sociale décrite par Hirsch pour accéder à ces marchandises positionnelles s'en trouve alors fortement amoindrie par l'existence d'espaces de pratiques complémentaires. La rareté sociale attachée à ces marchandises devient relative. Bon nombre de pratiques touristiques sont aussi traversées par l'idée que l'on ne recherche pas forcément ce à quoi les autres accèdent.

Nous pouvons nous demander si Hirsch n'est pas victime de son référentiel historique. En effet, dans une certaine mesure, jusqu'à l'avènement du tourisme de masse, c'est l'élite qui a, pour l'essentiel, "produit" symboliquement les lieux touristiques. Cette sélection était conventionnelle mais elle fut imposée à l'ensemble du corps social par l'élite progressiste (cf. chapitre II). Pour autant, on ne peut tirer de cette étape historique un principe invariant (appropriation-répulsion) qui expliquerait la dynamique du marché touristique. Il oublie que le lieu touristique et les pratiques qui lui sont associées résultent d'une production sociale qui s'inscrit dans une histoire et que, par conséquent, chaque étape influe sur les autres en les transformant, modifiant ainsi les conditions d'évolution.

L'examen de l'analyse de Hirsch est en tout cas une étape de réflexion enrichissante pour progresser dans la construction d'une économie des pratiques touristiques. Les remarques que nous avons formulées nous ont persuadé de l'importance des mouvements historiques dans l'appréhension des faits touristiques. Ils leurs donnent sens. La suite de ce chapitre, fondée sur une approche régulationniste, s'appuiera sur cette idée. Elles nous ont aussi convaincu que les pratiques touristiques pouvaient se structurer en une diversité de modèles. Ce résultat constituera le coeur du dernier chapitre de cette thèse.

Toutes les explications de la dynamique du marché touristique que nous avons passées en revue ont en commun d'analyser les transformations, souvent d'ailleurs sous l'angle de la destruction, d'une station, d'un site ou d'une destination. Aucune d'entre elles ne propose un schéma permettant d'expliquer la modification des pratiques touristiques. Elles ont comme autre ressemblance d'avancer des arguments fondés sur une représentation mécanique des mutations : mécanique biologique (la naissance d'une station, sa maturité, sa mort), mécanique philosophique (tout homme aime la diversité), mécanique physique (la loi des grands nombres), et enfin mécanique sociale (distinction-imitation). Comme nous allons le voir, c'est la théorie de la régulation qui

offre le cadre le plus pertinent pour comprendre l'essoufflement du tourisme de masse. Elle fournit d'ailleurs une grille de lecture où certaines des explications qui ont été avancées prennent place au sein d'un schéma d'analyse plus global. La crise de développement de la société fordiste entraîne la transformation de l'ensemble des "faits sociaux" significatifs. La pratique touristique, comme nous l'avons vu, en est un.

### III. 2 L'approche régulationniste de la crise du tourisme fordiste, Vers un tourisme post-fordiste ?

En inscrivant ses objets d'étude dans le temps historique, la théorie de la régulation évite l'écueil des déterminismes trop stricts. La nature des régulations ne renvoie jamais à des invariants généraux de systèmes abstraits. Elles sont le fruit de luttes sociales, de données économiques et techniques, d'options politiques et de formes institutionnelles. C'est dans l'analyse de la crise du développement fordiste que cette approche a produit ses principaux résultats. En faisant de la pratique touristique l'un des éléments du compromis fordiste, nous avons pu donner une interprétation de l'ampleur de la dimension touristique de la croissance de l'après-guerre mais aussi des formes que ces pratiques ont prises. L'articulation d'un mode de consommation de masse et d'un mode de production de masse exigeait l'émergence d'un processus de normalisation particulier, en l'occurrence, pour notre objet d'étude, la généralisation d'une norme de départ fondée sur la consommation de prestations standardisées. C'est ainsi que s'est déroulé l'apprentissage de la mobilité à des fins ludiques pour la classe ouvrière. L'apport théorique principal qui apparaît dans l'application des approches de la régulation au développement touristique peut se résumer en disant que les pratiques touristiques sont donc des activités qui évoluent dans leurs formes et leur nature en relation avec la structure économique et sociale dont elles sont issues. La transformation du mode de développement économique n'a donc pas pu être sans effets sur les pratiques touristiques. L'essoufflement du fordisme a eu pour conséquence de remettre en question la cohérence générale du régime d'accumulation intensive et de bouleverser chacune de ses composantes. À cet égard, le modèle des pratiques touristiques fordistes est entré en crise et un nouveau modèle de pratiques, fondé sur d'autres principes et valeurs, serait apparu. Nous le qualifierons de "post-fordiste" car il serait articulé à ce nouveau régime d'accumulation issu de la crise du fordisme. Comme nous allons le voir, si l'approche de la régulation se révèle pertinente pour rendre compte des ruptures du régime d'accumulation fordiste, les catégories qu'elle propose pour rendre compte de l'après-fordisme touristique nous paraissent floues et incertaines.

Ce sera tout l'enjeu du dernier chapitre que d'essayer d'y mettre de l'ordre en cherchant à conceptualiser la diversité du réel.

Dans une première étape, nous analyserons les raisons de l'essoufflement du procès de consommation fordiste, puis nous chercherons à comprendre la crise du modèle des pratiques touristiques qui lui était associé. S'interroger sur ce que pourrait être des pratiques touristiques post-fordistes, c'est à dire attachées à la mise en place du nouveau régime d'accumulation consituera le prolongement de cette réflexion. Ce sera pour nous l'occasion de mettre en question et de relativiser les catégories théoriques proposées par le courant de la régulation.

Pour les théoriciens de la régulation, la rupture des tendances économiques depuis 1973 est à interpréter comme une crise structurelle. Le fordisme et les formes institutionnelles sur lesquelles il s'appuyait sont arrivés à leurs limites de développement et nécessitent la mise en place d'un nouveau régime d'accumulation. Un des aspects de cette crise se situe dans l'éclatement du procès de consommation attaché au mode de production fordiste. C'est l'analyse de cette crise et plus spécifiquement ses retombées sur le modèle des pratiques touristiques fordistes qui sera ici envisagée.

#### A) Le procès de consommation fordiste en crise

Les dysfonctionnements qui ont affecté le mode de production fordiste se sont répercutés sur le mode de consommation avec lequel il formait un système cohérent. Les pratiques de consommation, les normalisations propres à cette étape de développement ont été amenées à se transformer pour permettre la poursuite du processus d'accumulation. La décomposition du régime fordiste consécutive au ralentissement des gains de productivité et l'avènement d'un nouveau régime d'accumulation davantage centré sur des formes de croissance plus extensive et un rapport salarial différent ont entraîné la crise de la consommation de masse et l'émergence de nouveaux modes de vie articulés sur de nouveaux principes. Toutefois, au delà de ces éléments, M. Aglietta (1984) repère différents obstacles ou tensions internes aux pratiques de consommation qui pourraient expliquer cette crise :

— La différenciation sociale de type verticale est au coeur de la société salariale. Pour autant, la massification de la consommation a limité fortement la capacité de pouvoir se distinguer. "*L'extension par diffusion d'un même modèle permet d'atteindre des rendements croissants dans la production mais décourage la différenciation*" (p.

154). En réduisant la possibilité d'exister socialement, le désenchantement gagne le mode de consommation. C'est la production de sens individuel et social à travers l'achat de produits industriels qui s'atténue.

— De plus, dans le même ordre d'idées, la pauvreté des usages liée au fonctionnalisme imposé par le producteur a constitué un frein à l'émergence de nouvelles pratiques de consommation. Finalement, la société de consommation a vu sa progression ralentie par l'absence d'innovation dans les modes d'usage proposés. La consommation de produits standard chargés d'un langage immatériel faible ne parvient plus à jouer son rôle d'antidote aux servitudes du travail salarié. Une demande croissante relative à l'amélioration des cadres de vie et à l'assouplissement des rythmes de vie nécessite un rapport aux objets qui dépasse leur simple possession. Les modes de production standardisés ont empêché une prise en compte suffisante de la dimension symbolique et de l'imaginaire attachés aux pratiques de consommation. Cette étape fordiste correspond à une phase particulière de l'histoire de la consommation où le consommateur est guidé, pour l'essentiel, par une normalisation inspirée par les producteurs. Comme le précise M. Aglietta (p. 155), ce stade de développement de la consommation de masse est marqué par une "*aliénation nécessaire, un intermède transitoire pour une société en marche vers la maîtrise de ce qu'elle fait*" (p. 152). La banalisation fonctionnelle a eu tendance à reléguer à un second niveau la qualité esthétique et la valeur symbolique des objets, c'est à dire leur épaisseur sociale et leur dimension culturelle.

— Enfin, le modèle fordiste de production a bouleversé, dans une certaine mesure les rapports des individus au temps. Les aspirations à la réduction et à l'aménagement du temps de travail mais aussi l'arrivée des femmes sur le marché du travail et la crise des valeurs portée par la jeunesse auraient eu pour effet l'éclosion de différents modèles culturels participant ainsi à l'éclatement de la norme de consommation de masse.

Mais d'autres aspects davantage liés aux rapports de production ont pu jouer un certain rôle dans ce processus de demassification de la consommation. En particulier :

— Les possibilités techniques de conjuguer des économies d'échelles et des économies de variété par l'émergence d'un mode de production flexible fondé sur des stratégies de différenciations à la marge. Pour le dire autrement, c'est la possibilité de personnaliser davantage les objets afin de flatter la composante imaginaire qui est autorisée à des coûts désormais réduits.

— La crise du rapport salarial fordiste, à savoir la remise en cause du compromis fordiste fondé sur le partage des gains de productivité<sup>32</sup>, l'apparition du chômage et des formes atypiques d'emploi, s'est soldée par l'éclatement de la hiérarchie des salaires. La norme de consommation fordiste n'a pas résisté à la montée des inégalités. Elle s'est scindée en de multiples composantes allant de modes de vie internationalisés où la consommation prend des formes sur-mesure, à des modes de vie marqués par des formes de paupérisation.

Tous ces éléments, qu'ils soient liés aux transformations du mode de production (par exemple, l'épuisement des gains de productivité), aux mutations du mode de consommation (saturation de certains équipements) ou à la crise des valeurs (revendications pour un certain relâchement du contrôle social) sont autant de facteurs et d'indicateurs d'essoufflement de la norme de consommation de masse et de la disparition progressive de la société fordiste. L'émergence d'une nouvelle configuration articulant d'autres rapports sociaux de consommation, de production, et une attention accrue à certaines valeurs serait à l'origine d'un nouveau régime d'accumulation.

Quelques tendances peuvent caractériser la place qu'y tient le procès de consommation. Loin de perdre de son importance, la consommation y devient centrale car, par la mise en place d'une culture des objets, elle permet la diversité des usages et fonde l'autonomie de l'individu. *"La production permettra l'autonomie de la consommation dans la mesure où les objets techniques seront des contenants et non pas des contenus pour l'usage"* (M. Aglietta, 1984, p. 161). À la différence de la société fordiste, où la normalisation s'opérait par la consommation et l'achat d'objets types, dans cette nouvelle phase de développement c'est l'acte même de consommer qui acquiert une dimension normative, il devient un creuset de socialisation. Les consommateurs sont plus sensibles à *"l'amélioration de leur "pouvoir d'usage" des biens et des services disponibles"* (J. Gadrey, 1990, p. 51). Si la diversité des pratiques n'obéit plus à une stratégie de distinction, puisqu'elles *"deviennent moins déterminées par des niveaux dans une hiérarchie sociale. Les manières de vivre doivent (néanmoins) acquérir une légitimité"* (M. Aglietta, 1984, p. 162). Par conséquent, *"on peut dire que la normalisation deviendra un ensemble lâche et ouvert de principes de crédibilité ne formant pas un système mais donnant des repères pour l'articulation d'éléments composés d'objets polyvalents. Les institutions interviendront alors au second degré. Au lieu de produire un système unique de normes rejetant dans la marginalité tout ce qui lui est étranger, elles contrôleront des réseaux mouvants de croyances permettant à des*

---

<sup>32</sup>. Le ralentissement des gains de productivité dès 1967 dans les économies développées a eu pour conséquence de rompre le compromis fordiste relatif à la progression du salaire réel et ainsi de bloquer l'un des moteurs de la croissance de l'après-guerre.

*projets de vie différents de coexister sans menacer la cohésion de la société salariale et sans dégénérer en enchaînements fatals*"(M. Aglietta, 1984, p. 162-163).

Pour notre propos, nous retiendrons que la crise du fordisme se caractérise, en particulier, par la remise en cause de la norme de consommation de masse. Les conditions sont réunies pour que lui succède un modèle de consommation fondé sur une plus grande individualisation des pratiques et sur un rapport différent de l'usage qui sera fait des biens et services consommés<sup>33</sup>. En ce sens, cette remise en cause n'a pas pu ne pas affecter les pratiques touristiques qui articulent à la fois des pratiques de consommation et des systèmes de valeurs particuliers. C'est ce que nous nous proposons de voir à présent.

## B) La fin du tourisme de masse ?

Comme nous l'avons vu, le processus de massification des pratiques touristiques a relevé autant de la production en série de biens et services standardisés à destination des touristes que de l'organisation sociale de la demande. Cette phase de l'histoire du tourisme a été caractérisée par une relative uniformisation des pratiques. Le dérèglement du régime d'accumulation fordiste et la possibilité technique d'innover et de diversifier les produits, en particulier lorsqu'il s'agit d'activités de service, ont rendu possible la production différenciée d'une offre touristique. Dans une certaine mesure, les changements qui ont affecté la nature et le contenu du travail ont eu des répercussions sur les qualifications demandées, entraînant la transformation des attentes et des pratiques de consommation (R. Rochefort, 1995). La montée des niveaux culturels, les revendications de certaines formes d'autonomie et d'individualisation ont fait éclater le nivellement des pratiques. Les vacances sont devenues ce temps pour soi,

---

<sup>33</sup>. Cette thèse de l'émergence d'un mode de production flexible et d'une diversification des attentes se trouve au centre des travaux d'Alvin Toffler (1971, 1980). Selon lui, nous sommes entrés dans l'ère de "l'hyper-choix", c'est à dire que "*la société de demain n'offrira plus un éventail réduit de produits standardisés, mais au contraire la plus grande collection de biens et de services non standardisés qu'aucune société ait jamais vue. Nous n'allons pas vers une nouvelle extension de la standardisation mais vers sa négation dialectique (...) D'unité homogène qu'il était, le marché de masse a explosé en une série de marchés distincts et fractionnés avec chacun ses propres besoins, ses propres goûts et son propre genre de vie*"(1971, p. 301-302). En France, cette idée a été défendue en particulier par Gilles Lipovetsky dans son analyse de la mode (1987), il écrit que "*loin d'apparaître comme un vecteur de reproduction des différenciations et ségrégations sociales, le système de la mode élargie a permis, plus que tout autre phénomène, de poursuivre la trajectoire séculaire de la conquête de l'autonomie individuelle. Instrument d'individualisation des personnes, non-reconduction de la distance sociale. En institutionnalisant l'éphémère, en diversifiant l'éventail des objets et des services, le terminal de la mode a multiplié les occasions du choix individuel, il a contraint l'individu à s'informer, à accueillir les nouveautés, à affirmer des préférences subjectives : l'individu est devenu un centre décisionnel permanent, un sujet ouvert et mobile au travers du kaléidoscope de la marchandise*" (p. 207). Ces thèses s'inscrivent dans le courant sociologique de "l'open society".

producteur de sens, et que l'on cherche à investir de liberté. Finalement, "*Elles sont devenues aussi un signe majeur de l'intégration sociale*" (A. Rauch, 1996, p. 256).

### 1) Un modèle d'organisation touristique en crise

Les taux de départ en vacances ont été croissants dans la plupart des économies développées depuis les années 50. Le rapport de l'O.M.T (1990) sur "le tourisme à l'horizon 2 000" établissait d'ailleurs que "*si l'on considère les quatre décennies qui se sont écoulées depuis que le tourisme international a été mis à la portée du grand public, cette activité s'est développée à un rythme annuel moyen de 7,4 %, en termes d'arrivées internationales, et de 12,5 % en termes de recettes (aux prix courants et à l'exclusion des dépenses au titre des transports internationaux). Chaque jour de 1989, 1,1 million de voyageurs se sont déplacés hors de leur pays de résidence et ont dépensé une moyenne de 571 millions de dollars des États-Unis en hébergement, repas, loisirs et achats divers. Les mouvements et les dépenses du tourisme national sont de loin supérieurs à ceux du tourisme international, dix fois pour ce qui est des arrivées et sept fois pour ce qui est des dépenses*" (p. 3). Si les projections indiquent pour les prochaines années un ralentissement du taux de croissance du secteur touristique (François Vellas, 1996), il n'en demeure pas moins que les perspectives restent bonnes (triplement du nombre de touristes d'ici à 2020). À cet égard, il peut sembler paradoxal de parler de "crise" de tourisme.

En fait, plus que d'une crise du déplacement touristique en général, il est préférable de parler de l'essoufflement un mode d'organisation sociale du tourisme, à savoir le modèle des pratiques fordistes. Le chapitre suivant, en s'appuyant sur l'observation de pratiques concrètes, tentera de déceler les différentes dimensions de cette crise. Néanmoins, il est possible, en se fondant sur les principales analyses du marché touristiques (O.M.T., 1990, Jean-Pierre Lozato-Giotart, F. Frangialli, 1992, P. Py, 1996), de repérer des éléments qui viendraient appuyer le constat de crise et parallèlement les tendances qui pourraient structurer les pratiques touristiques de l'après-fordisme. On peut constater :

— une désaffection relative, mais réelle, de certains lieux touristiques traditionnels et l'apparition d'un plus large éventail de destinations. La concurrence entre les stations touristiques s'accroît fortement.

— un rapport au temps qui s'est transformé. On perçoit une augmentation du nombre de vacances prises durant l'année. Le fractionnement des périodes touristiques (le court séjour) tend à remettre en cause la norme des grandes vacances d'été.

— une montée des voyages à thèmes (agritourisme, culture, ...) et des séjours ciblés (sports, randonnées) autour de référents multiples (échelle de valeurs (l'environnement), centres d'intérêt). Plus généralement, le déplacement touristique se structure de plus en plus autour d'activités de loisirs qui peuvent être multiples. Ceci correspond à la variété des besoins des différents marchés touristiques. On peut qualifier cette tendance de "segmentation du marché". Cette segmentation a été nourrie par l'accès à l'univers du tourisme de certains types de clients qui jusqu'ici n'y accédaient pas (les personnes âgées, les jeunes, les agriculteurs, les hommes d'affaire, ...).

— l'apparition du "sur-mesure" et d'une plus grande attention portée aux exigences du client qui acquiert progressivement une culture et une expérience du voyage. *"Assurer un service personnalisé est considéré par la plupart comme le meilleur moyen d'attirer et de retenir la clientèle. C'est ainsi qu'il ne suffit plus pour une agence de fournir réservations et billetterie. L'agent de voyage moderne offre d'autres services tels que l'information sur la destination, l'obtention du visa, la recherche de tarifs bon marché et la livraison à domicile"* (O.M.T., 1990, p. 20). La progression du nombre d'organismes de voyage et d'agents de voyage tend à rendre le secteur plus concurrentiel.

Si l'on cherche à résumer toutes ces tendances, on peut dire que le modèle des pratiques touristiques fordistes qui reposait sur l'offre d'un produit standard à des couches croissantes de population connaît une dégénérescence et qu'il est progressivement remplacé par un modèle de pratiques diversifiées fondé sur une offre de prestations plus riches. Dans sa version post-fordiste, le tourisme s'adresse à toutes les catégories d'individu de la société puisque chacun peut y trouver une activité qui l'anime. Par conséquent, le processus de démocratisation<sup>34</sup> se poursuit mais en liaison avec une étape de démassification des pratiques. En quelque sorte, les pratiques touristiques s'adaptent aux transformations de l'organisation économique et sociale et contribuent pour leur part à ces transformations. Les lieux récepteurs se multiplient. Le modèle balnéaire que nous avons qualifié de "4s" et qui avait constitué le support essentiel du développement touristique durant la période fordiste tend à ne plus

---

<sup>34</sup>. C'est pour cette raison que nous ne partageons pas la position de F. Deprest (1997) quand elle écrit que *"le tourisme est donc appelé à devenir de "masse", car, dans la société industrielle, ce sont les masses qui travaillent"* (p. 19). La distinction entre démocratisation et massification nous semble, à cet égard, éclairante.

rassembler les aspirations de la plupart des touristes. Le nouveau modèle d'aménagement et de développement touristique attaché à la société post-fordiste se caractériserait moins par une dimension spatiale particulière (le littoral) que par certaines spécificités qui renvoient aux attentes des individus, à savoir la qualité de l'encadrement, le soin porté à l'environnement, la présence d'équipement et l'intégration d'événements. Par analogie avec le sigle précédent, certains ont pu qualifier ce modèle de "4E" (Léonce Deprez, 1995 ; Casa de Velasquez, 1991; P. Cuvelier, E. Torres et J. Gadrey, 1994).

Conformément à l'esprit du courant de la régulation, *"le dépérissement des anciennes méthodes de production et l'épuisement de la demande de produits correspondants vont de pair avec la recherche de formes alternatives, de nouveaux produits, combinaisons techniques et localisations"* (R. Boyer, 1986, p. 69). Un mode d'organisation de pratiques touristiques nouveau viendrait remplacer le mode d'organisation en crise. Ce modèle post-fordiste doit allier, à la fois, un impératif de diversification et d'innovation et un impératif de démocratisation. Un mode de production et d'organisation plus flexible et fondé sur une autre conception de la gestion des coûts est à l'origine de la diversification des pratiques. C'est le "sur-mesure de masse" tel qu'il est présenté par Albert Bressand et Kalypso Nicolaïdis (1988) qui semble être au coeur du post-fordisme touristique.

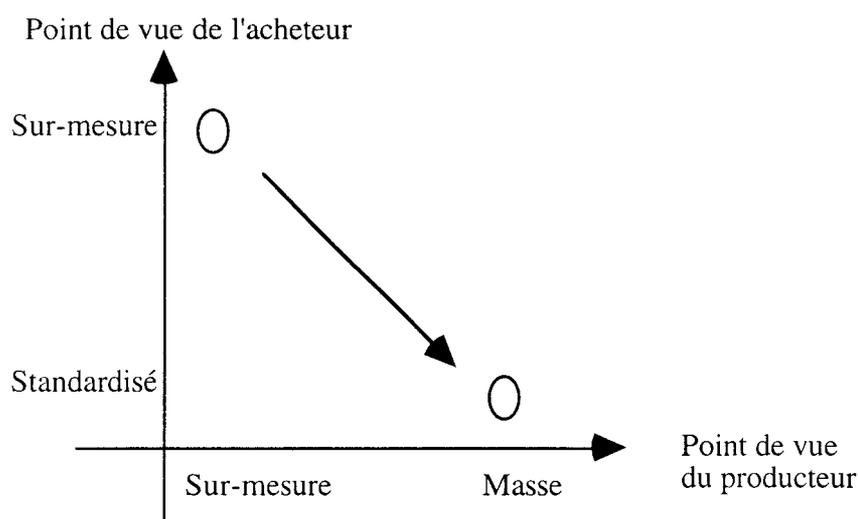
2) Un modèle d'organisation touristique flexible et innovateur adapté à des pratiques touristiques post-fordistes ?

Pour A. Bressand et K. Nicolaïdis, renoncer à la conception du "produit" telle qu'elle est présentée par le courant traditionnel de l'économie est utile puisqu'elle correspond de moins en moins aux modes de production observés. En effet, appréhender le produit comme une association d'inputs au sein d'une "firme point" en vue d'un échange sur le marché, ou comme *"le résultat stable et prévisible d'un processus de production se déroulant dans des frontières clairement repérées d'une entreprise"* (p. 141) est une approche qui ne s'applique pas à ce qu'ils appellent les "compacts" définis comme *"des paquets complexes de services, de biens et de services et de biens"* (p. 142). Le tourisme est l'un des secteurs fondés sur l'échange de tels assemblages de prestations et de biens. La particularité de ces assemblages est qu'ils sont susceptibles par association ou dissociation de certaines fonctions d'aboutir à une véritable ingénierie de produits flexibles. Le produit devient "ouvert", c'est à dire l'objet de combinaisons multiples de type génétique. L'innovation de produit qui fonde la diversification des pratiques s'effectue par recombinaison en ajoutant ou en supprimant des caractéristiques

(techniques ou finales), en combinant les caractéristiques de deux ou plusieurs produits, ou en autonomisant certaines caractéristiques<sup>35</sup>. Par exemple, au simple billet d'avion, peuvent s'ajouter des prestations concernant une gamme d'hôtels (plusieurs catégories), la réservation d'un événement ou d'un mode de transport, ou encore différentes excursions à la carte qu'il est possible d'enrichir en relation de services par un guide ou un accompagnateur. Par ce jeu, le produit va réussir à s'adapter aux exigences du touriste puisqu'il acquiert un caractère unique et individualisé.

Les dérèglements du régime d'accumulation fordiste nous feraient passer d'une économie industrielle classique à une économie du "sur-mesure de masse". Durant la période fordiste, l'artisanat qui reposait sur une interface entre le consommateur et l'acheteur qualifiée de "sur-mesure bilatéral" fut remplacé par un mode de conception du produit fondé sur l'industrie et dont la logique était la production en série d'un produit standardisé qui permettait, grâce aux économies d'échelle, une gestion optimale des quantités et des prix (cf. figure n° 3).

Figure n° 3 : L'émergence de la production de masse



Le "sur-mesure de masse" permettrait *"pour les producteurs de fournir sur une échelle de "masse" des biens qui correspondent à des besoins spécifiques, "sur mesure" aux yeux des acheteurs. Ceci revient à dire que le producteur amortit tout ou partie de ses coûts sur un grand marché, tout en fournissant un produit qui varie avec chaque client. L'avantage comparatif réside dans un dosage subtil entre des économies d'échelle réductrices de coûts et l'individualisation créatrice de valeur"* (p. 149).

<sup>35</sup>. Pour une présentation complète de la problématique concernant l'innovation dans les services et plus spécifiquement sur cette approche lancastérienne en termes de caractéristiques de services, on pourra se reporter à l'ouvrage de Camal et Faïz Gallouj (1996).

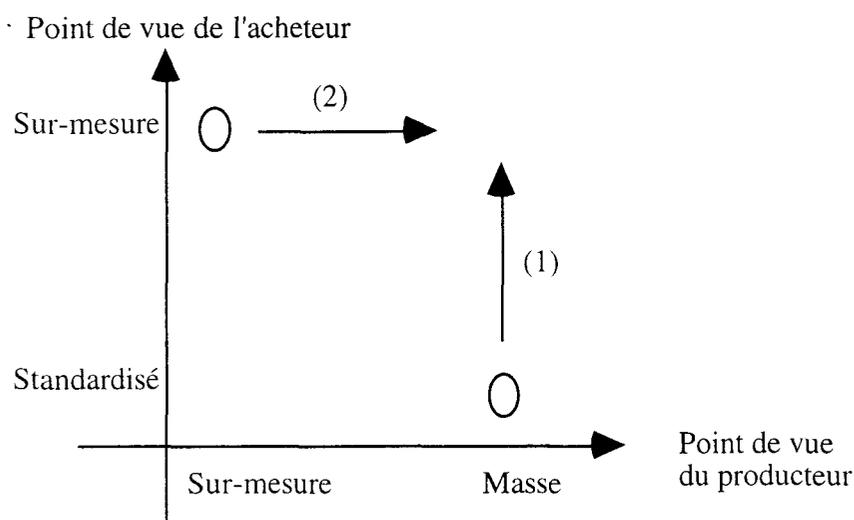
Cette relative personnalisation des produits devient possible par les nouvelles techniques de production flexible, les politiques de gamme, la télématisation des relations qui permettent de mieux connaître le profil du client, mais surtout par les phénomènes d'innovation servicielle.

Deux stratégies sont envisageables pour parvenir à l'économie du sur-mesure de masse (cf. figure n° 4) :

— L'adaptation, qui peut être définie comme "*un mouvement d'individualisation à partir de la production de masse*" (p. 149). Ce mouvement est rendu possible par l'ingénierie innovatrice sous-jacente aux compacts". Il correspond sur notre schéma à la flèche n°1.

— La généralisation, c'est à dire l'élargissement du sur-mesure bilatéral (flèche n° 2).

Figure n° 4 : Le "sur-mesure" de masse



L'apparition de coûts pour parvenir au "sur-mesure de masse" à partir de la production de masse de produits standardisés peut entraîner le basculement de "la relation acheteur/vendeur vers le sur-mesure bilatéral. De même, l'apparition de gains consécutifs à l'extension du marché à partir du "sur-mesure bilatéral" peut faire basculer le produit vers la standardisation.

Le "sur-mesure de masse" constituerait en quelque sorte le nouveau compromis de la société post-fordiste entre des rapports de consommation dominés par une demande volatile et fragmentée et des rapports de production fondés sur la qualification, la flexibilité et le savoir faire (D. Leborgne et A. Lipietz, 1991). Néanmoins cette présentation, pourtant séduisante, ne nous satisfait pas pleinement. Les sorties de crise

peuvent être multiples, les transitions ne sont pas automatiques et comme nous allons le voir, le post-fordisme demeure finalement un concept aux contours incertains qui se définit avant tout par rapport au fordisme. C'est ce constat qui nous conduira, tout en conservant les principaux résultats de cette approche, à poursuivre et à approfondir cette question.

### C) Réflexions autour du post-fordisme

S'il est possible d'éclairer, à l'aide des outils empruntés à la théorie de la régulation, la crise du modèle fordiste du tourisme, il semble que repérer les contours d'un modèle post-fordiste de pratiques touristiques n'est pas un exercice simple. Tirer des conclusions générales des quelques tendances repérées nous paraît être une démarche problématique. Trois analyses divergentes tirées de la littérature portant sur le tourisme vont nous convaincre de cette difficulté.

1) J-P Lozato-Giotart (1991) explique que *"la diversité des demandes et des offres, dans une économie concurrentielle, implique, désormais, une stratégie commerciale de type industriel. C'est en considérant le tourisme comme une activité de service gérée comme une industrie qu'on peut, à notre avis, parler des industries touristiques. Cependant, si on peut toujours agir sur la production, c'est à dire le transport, l'hébergement, l'animation, il ne faut pas oublier qu'il est beaucoup plus difficile de reconsidérer l'aménagement du foyer d'accueil. Sans doute est-ce la principale raison justifiant la préférence accordée aux foyers d'accueil traditionnels offrant des modèles d'aménagement répondant à des produits et à des prix standardisés. Les grands lidos et les principales rivières balnéaires, ainsi que les grandes métropoles et les complexes touristiques, seront encore les phares de la fréquentation touristique mondiale à l'horizon 2010"* (p. 29). Ainsi, le post-fordisme aurait quelque difficulté à émerger au niveau des pratiques touristiques pour des raisons en partie liées à la faiblesse du pouvoir d'achat des ménages.

2) Françoise Vaysse (1993), quant à elle, nous explique que pour des raisons économiques, sociales et psychologique, on peut constater le renouveau et le développement significatif des "vacances non marchandes" en famille ou chez des amis. La pratique touristique "non-marchande" caractériserait, dans une certaine mesure, le post-fordisme qui aurait aussi pour spécificité de rechercher plus d'authenticité, d'autonomie et de lien social. Si la redistribution des gains de productivité se reporte

davantage sur l'augmentation généralisée du temps libre que sur la croissance du pouvoir d'achat, cette option est loin d'être irréaliste.

3) Enfin l'O.M.T. (1990) offre un visage différent de l'évolution et des mutations des pratiques touristiques. On pourrait parler d'évolution radicale par rapport au fordisme. Dans le rapport de cet organisme, on peut lire que *"dans l'ensemble, la segmentation du produit s'accélénera au cours des 10 ou 15 années à venir, la croissance la plus rapide devant sans doute se faire sentir en haut et en bas de gamme, dans les hôtels de luxe et les hôtels bon marché qui offrent le minimum de services et sont donc plus économiques. (...) D'autre part, les deux tendances principales (à savoir le désir grandissant de prendre des vacances et la demande croissante de produits et services sur mesure) se combineront pendant les années 90 pour aboutir à une demande accrue de nouveaux produits et services touristiques plus imaginatifs et variés. Pendant cette même décennie, le "sur mesure" l'emportera sur le forfait"* (p. 17-18). Cette approche de la dynamique des pratiques touristiques se fonde sur l'idée d'une société pleinement développée qui dispose de temps et de moyens financiers où le déplacement touristique prend la forme de produits complexes, plus ou moins riches en services et composé d'une dose significative d'aventure ou de culture. Elle renvoie aux travaux relatifs à la post-modernité (Daniel Bell, 1997, Alain Touraine, 1992).

Finalement, le post-fordisme touristique apparaît comme largement indéterminé. Les pratiques prennent des formes diversifiées ce qui rend leur repérage et leur classification délicate. Ceci fait d'ailleurs dire à Sandrine Trouvelot (1995) que *"on regroupe sous le même mot de vacances des pratiques qui n'ont parfois rien à voir, si ce n'est de se trouver loin de son lieu de travail"* (p. 36). Enraciner l'analyse dans le concret ne doit pas pour autant écarter toute conceptualisation du réel. Or, on peut constater que la théorie de la régulation ne fournit pas les outils nécessaires à cette tâche. Si dans une première étape, les pratiques touristiques ont intégré la norme de consommation et plus généralement les modes de vie des sociétés modernes, elles se sont pourtant transformées. Le processus d'imitation et de distinction qui a été l'un des moteurs de l'avènement du tourisme de masse ne constitue peut être plus le principe qui anime le marché touristique actuel. D'autres logiques sont à l'oeuvre et permettent la mise en forme de ces pratiques. Si le processus de normalisation s'est relâché, nous partageons avec M. Aglietta (1984) l'idée que *"la civilisation industrielle devenant plus diverse et moins hiérarchisée que la consommation de masse, elle va devoir s'enrichir en formes intermédiaires, moins standardisées et objectivées que les réglementations générales, plus conventionnelles qu'attribuées, plus subjectives que prescriptives"* (p. 168).

Tout l'enjeu du travail qui va suivre dans le dernier chapitre de cette thèse sera d'essayer de construire théoriquement cette diversité de pratiques touristiques et de montrer que loin de s'exclure, elles peuvent devenir largement complémentaires. Le concept de "convention" dans cette étape de la réflexion y sera centrale.

## Conclusion du chapitre V

En conclusion, on peut dire que la théorie de la régulation en inscrivant la pratique touristique dans son histoire économique et sociale a fourni un cadre théorique éclairant les dynamiques qui ont caractérisé le marché touristique durant la période fordiste. Fort de ce résultat, elle présente toutefois des difficultés à produire des outils capables de penser l'après-fordisme, comme si elle était victime des catégories qui avaient assuré son succès. Il nous semble que l'une des raisons se situe dans la manière de penser les mutations. Elles sont perçues, pour l'essentiel, à travers une séquence logique qui assure le passage d'un modèle de développement, dominant une phase historique, à un autre modèle qui deviendra dominant. Cette position méthodologique accroît les difficultés pour fonder théoriquement la complémentarité des pratiques et comprendre les changements de fonctions et de rôle des objets analysés. Mais, comme l'indique J. Gadrey (1996, p. 45), d'autres raisons peuvent venir l'expliquer, *"l'analyse de la régulation des activités tertiaires et de la régulation globale d'économie hautement tertiarisées (y compris dans le secteur industriel) n' a aucune raison d'être calquée sur celle qui a été mise au point pour penser l'industrie fordiste"*.

Pour nous persuader de la pertinence de l'analyse régulationniste et pour respecter l'un des principes de base de cette théorie qui consiste par des enquêtes et des observations de terrain à la fois à confirmer ou à nuancer les résultats et à réinterroger les concepts utilisés, nous nous proposons d'étudier les transformations et les changements qu'a connu le tourisme en Espagne depuis son avènement. Cette analyse empirique sera pour nous l'occasion de constater l'intérêt de cette approche mais aussi ses limites pour rendre compte de la structuration et de la dynamique du marché touristique contemporain.

## Chapitre VI                    Les transformations du tourisme espagnol : d'un modèle fordiste à un modèle post-fordiste ?

Pour donner à notre construction théorique, fondée sur l'approche économique de la régulation, une plus grande consistance, nous nous proposons, dans ce chapitre, d'analyser les étapes du développement touristique à partir d'une expérience concrète. C'est le cas du tourisme espagnol qui a été retenu pour tester et affiner nos principaux résultats théoriques. Le choix du cadre espagnol n'est pas neutre et plusieurs raisons peuvent venir l'expliquer.

— Tout d'abord, l'Espagne constitue l'un des pays touristiques les plus importants du monde. Cette importance peut être repérée par le nombre de visiteurs étrangers qui entre en Espagne chaque année mais aussi par le poids qu'occupe ce secteur dans le produit national ou encore par le pourcentage de la population active qui travaille directement ou indirectement pour ce secteur. Le tourisme a joué un rôle considérable dans le développement économique de l'Espagne. Déjà en 1937, Louis Bertrand écrivait que "*S'il y a un pays de touristes en Europe, c'est bien celui-là*" (cité par Hervé Poutet, 1995, p. 13).

— De plus, le terrain espagnol peut s'avérer être un choix fécond pour des raisons historiques. En effet, c'est au moment où émerge la civilisation des loisirs et que les vacances se transforment en nécessité de l'existence en particulier pour la classe urbaine que l'Espagne s'ouvre et décide d'en faire une priorité pour son développement économique. Si c'est après la seconde guerre mondiale que la pratique touristique (par la croissance des niveaux de vie et des temps de loisir) se généralise et devient un moment obligé pour rompre le cours ordinaire du temps (cf. chapitre II), c'est à partir des années 50 que l'Espagne s'ouvre au tourisme. Ce pays va donc donner naissance à un modèle de vacances, à une référence obligée dès que l'on cherche à comprendre l'apparition et la mise en place de cette réalité au coeur de la société industrielle. En quelque sorte, le

tourisme espagnol correspond à un modèle de développement touristique que l'on pourrait qualifier de "tourisme de masse".

— Enfin, ce modèle touristique semble avoir connu à la fin des années 80 et au début des années 90 quelques difficultés. Le ralentissement de la progression touristique amorcée au début des années 50 suscite certaines interrogations. Faut-il y voir la conséquence d'un environnement moins favorable au développement touristique international consécutif à la crise économique mondiale ou plutôt la crise d'un modèle de développement touristique qui n'a pas su s'adapter aux transformations contemporaines ? Nous concentrerons notre analyse sur cette période s'étalant de la fin des années 80 au début des années 90 puisqu'après 1992, le repérage de la crise du modèle touristique fordiste espagnol est plus complexe et ceci pour deux raisons principales. L'année 1992 a été "l'année espagnole". La conjonction d'évènements culturels de grande importance (Exposition Universelle de Séville, Jeux Olympiques de Barcelone et Madrid élue Capitale Culturelle Européenne) rendent cette année particulière et relativement peu significative pour analyser des tendances. De plus, à partir de 1993, rentrent en vigueur l'ensemble des mesures et des plans (comme la loi d'organisation touristique qui diminue le nombre de lits hôteliers) qui ont été adoptés pour relancer le tourisme espagnol.

L'approche de la régulation, comme nous allons le voir, constitue finalement une grille de lecture éclairante pour rendre compte des dynamiques qui ont transformé le marché touristique espagnol. Plus généralement, elle offre un cadre d'analyse pertinent pour expliquer la dégénérescence relative de certains types de modèles de développement et d'aménagement touristiques, ceux que nous avons qualifié dans le chapitre précédent de "fordiste". À cet égard, nous aurions pu retenir d'autres espaces touristiques pour fonder notre analyse. Les difficultés qui touchent les tourisms portugais<sup>1</sup> et marocains dans leur forme balnéaire (Serge Leymarie et Jean Tripiier, 1992) ou encore le tourisme grec et plus particulièrement la région du Dodécanèse (Rhodes, Kos,...) nous semblent constituer de bons exemples pour appuyer nos principaux développements théoriques. Jean Scol (1994) a analysé dans une thèse de géographie la crise et les transformations qu'a subies le secteur du tourisme dans cette région. Il écrit par exemple que

*"Au milieu des années 50, l'État grec comprend le rôle que pourrait jouer le tourisme international dans son développement économique. (...) Le credo est jusqu'alors de multiplier le potentiel d'accueil afin d'accroître le nombre des arrivées et corrélativement la masse des bénéficiaires. À la veille de notre décennie, la croissance*

---

<sup>1</sup>. Concernant la crise touristique qui touche le Portugal, on pourra se reporter à l'article de Brigitte Camus-Lazaro (le Monde du 22 janvier 1994).

*touristique, quasi-continue jusqu'alors, montre des signes d'essoufflement prononcé. La Grèce est concurrencée par des nouvelles destinations moins saturées, plus authentiques, très bien équipées et très compétitives sur le plan tarifaire. Cette nouvelle situation pousse à une redéfinition de la stratégie touristique du pays. L'État en collaboration avec les différents acteurs grecs et étrangers du secteur adopte un nouveau concept de développement touristique basé non plus sur un accroissement quantitatif mais sur une amélioration qualitative des prestations offertes par la destination" (p. 29).*

C'est à un tel constat que nous sommes parvenus en analysant la dynamique du tourisme espagnol. En ce sens, ce cas constitue un modèle type pour comprendre les mutations de ce secteur d'activité. Pour la clarté de l'exposé, nous avons choisi de diviser ce chapitre en deux parties. Après avoir rappelé les conditions de mise en place et de développement du tourisme de masse en Espagne, nous présenterons les différents signes d'affaiblissement que ce secteur a pu connaître à partir de la fin des années 80 et nous observerons les principales stratégies qui ont été envisagées pour sortir de ces difficultés.

## Section I : Le tourisme en Espagne : la mise en place d'un modèle d'organisation de masse

S'il existe un pays qui illustre dans les mémoires et les esprits le "boom" touristique des années 60-70, c'est l'Espagne. Même s'il est vrai que l'incitation à parcourir et à découvrir la péninsule ibérique est plus ancienne, c'est dans la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle que l'Espagne va s'ouvrir massivement au tourisme. C'est cette étape de développement qui sera plus particulièrement analysée ici.

### I. 1 Des origines à l'implantation du modèle de masse

L'Espagne est un pays qui a fait l'objet d'une admiration sans réserve depuis longtemps, comme en témoignent les écrits<sup>2</sup> du roi Alphonse X le Sage au XIII<sup>ème</sup> siècle, mais ce n'est que tardivement qu'elle fera l'objet d'un attrait de la part des touristes étrangers (cf. partie I). Jusqu'au XIX<sup>ème</sup> siècle l'Espagne est essentiellement connue par ses côtes et ses ports pour des raisons liées au commerce et à la guerre. Pour que la péninsule intérieure s'ouvre à la curiosité, il faudra attendre les récits et les impressions des premiers voyageurs romantiques. En 1810, l'anglais Henry Swinburne publie à Londres son *Pittoresque Tour en Espagne* illustré de gravures. C'est le commencement d'une vague rapide et importante de déplacements de voyageurs vers la péninsule ibérique<sup>3</sup>. La mission confiée en Espagne, par Louis-Philippe, au baron Taylor entre 1834 et 1837 qui consistait à rapporter 400 trésors artistiques espagnols pour fonder au Louvre le "*Musée espagnol*", va définitivement mettre la France à la mode ibérique<sup>4</sup>. Le romantisme va faire de l'Espagne son terrain de prédilection où se

---

<sup>2</sup>. Alphonse X le Sage, dans "les Cantigas de Santa Maria", a donné de l'Espagne une de ses plus belles évocations. "*Entre toutes les terres du monde, l'Espagne l'emporte par l'extrême abondance et l'excellence de ses biens (...). L'Espagne est un véritable paradis (...). presque toute l'Espagne est arrosée par des ruisseaux et des fontaines, et les puits ne manquent nulle part (...)*" (Cité par H. Poutet, 1995, p. 51).

<sup>3</sup>. Dans la mesure où la liste est longue, nous ne mentionnerons que les personnalités les plus illustres. (Mérimée en 1830, Stendhal en 1837, Théophile Gautier en 1840, Victor Hugo en 1843, Alexandre Dumas père en 1846, George Sand et Frédéric Chopin en 1855, ...)

<sup>4</sup>. Au début du XIX<sup>ème</sup> siècle, la mode artistique est tournée vers "l'espagnolisme". Si la grande littérature (Hernani en 1838, les Orientales en 1829) témoigne de l'engouement hispanique, les pièces de théâtre de boulevard en sont encore plus marquées. Gautier note en 1839 que "*les castagnettes deviennent très chères, les tambours sont hors de prix*". Les titres et les sujets espagnols se bousculent (1838, Toréador de Teste, Le toréador de Mélesville, 1939, La gitana, ...). Pour plus de précisions, on pourra se

mêleront l'exotisme et la passion. Le XIX<sup>ème</sup> siècle se caractérise donc avant tout par une quête de culture et d'aventures. Cela dit, on repère quand même quelques foyers de touristes anglais appartenant aux classes privilégiées qui viennent hiverner à Alicante ou à Malaga et quelques espagnols fortunés qui choisissent comme lieu de séjour le littoral de la Costa Brava<sup>5</sup> (A. Huetz de Lemp, 1989). De marginal jusqu'à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, le tourisme va connaître un démarrage relatif au début du XX<sup>ème</sup> siècle. Pour comprendre cette histoire, nous effectuerons un découpage chronologique en deux périodes (1902-1950) et (1950-1989), qui correspondent à deux phases particulières du développement touristique.

#### A) Le tourisme espagnol avant la deuxième guerre mondiale

C'est durant le monarchie d'Alphonse XIII qu'apparaît la première disposition de planification touristique qui marque la naissance de la politique touristique espagnole. Plus généralement, cette disposition entraîne la naissance du premier organisme officiel au monde dont la fonction centrale est de promouvoir le développement du tourisme. En effet, le 6 octobre 1905, le ministre du développement, Alvaro de Figueroa, comte de Romanones, présente au Roi un décret visant à développer en Espagne les excursions artistiques et récréatives pour le public étranger. La Commission Nationale du Tourisme est créée.

Pour comprendre l'esprit qui anime cette création, nous reproduisons quelques éléments de ce décret (cité intégralement par L. Fernandez Fuster, 1991, p. 212-213).

*"Parmi les moyens que les nations ont employé pour maintenir leur richesse en croissance et pour obtenir la valeur effective de la monnaie, il faut tout d'abord rechercher une balance économique favorable, c'est à dire une balance où les recettes sont supérieures à l'ensemble des dépenses. Les recettes des balances nationales ne se forment pas uniquement des marchandises exportées, elles ont d'autres sources, parmi lesquelles le désir croissant de voyager qui constitue à l'étranger un sport de toutes les classes sociales et en particulier des plus aisées. (...) L'Espagne réunit des conditions analogues à celles qui existent en Suisse et en Italie, aussi bien en ce qui concerne sa topographie et son climat que pour ses monuments artistiques et ses souvenirs historiques pourtant, l'arrivée d'étrangers n'a pas atteint la même importance, ceci doit*

---

reporter à la préface de Patrick Bertier (1981) du Voyage en Espagne de Gautier.

<sup>5</sup>. Si le prince Régent anglais lança la station de Brighton et Eugénie de Montijo Biarritz, Isabelle II d'Espagne assura quant à elle la promotion de San Sébastian par des séjours prolongés. C'est également sous son règne (en 1863) que l'on supprima les passeports pour les déplacements intérieurs (L. Fernandez Fuster, 1991).

*être la conséquence d'apathies lamentables, filles de notre caractère national. L'initiative privée doit être, comme elle l'a été dans d'autres pays, d'impulser et de développer le tourisme. Mais, face au manque d'action sociale, l'État se crée le devoir de donner l'exemple à tous en stimulant la venue des étrangers dans notre pays. Pour proposer des moyens pratiques de favoriser ces arrivées, étudier les causes qui les rendent difficiles et procurer aux étrangers le plus grand nombre possible de commodités et d'attractions, le ministre demande la création d'une Commission nationale (...)"*.

Tout l'enjeu qui préside à la constitution de cette commission réside dans la recherche de devises étrangères. En effet, à aucun moment n'est envisagée l'idée de développer le tourisme interne comme instrument de régulation macro-économique. L'importance de cette commission fut avant tout symbolique, les budgets n'étant pas à la hauteur des projets.

Pourtant, en 1911<sup>6</sup> (le 19 juin), on décida de remplacer cette Commission par un Commissariat Royal du tourisme. L'arrivée d'un nombre plus important de voyageurs, la publication de guides, les premiers congrès internationaux du tourisme<sup>7</sup> ont contraint à modifier le rôle et les statuts de l'organisme. Le tourisme interne est retenu et la promotion touristique poursuivie. C'est un tourisme essentiellement artistique et monumental qui est proposé et considéré. Dans cette étape de développement touristique à contenu culturel se détache la personnalité du marquis de la Véga-Inclan (1858-1862). Mécène éclairé, il perçoit le rôle important que le tourisme peut concrètement jouer pour l'économie nationale. Il fut le principal promoteur de l'Espagne touristique<sup>8</sup> à cette époque.

Sous la dictature de Primo de Rivera (1923-1931), le Commissariat Royal est remplacé par l'Institut National du Tourisme (1928). Les raisons qui sont apportées pour justifier ce nouvel organisme sont au nombre de quatre :

- le besoin de réfléchir à une organisation touristique territoriale
- le succès remporté par le Commissariat Royal
- la proximité temporelle des grandes expositions de Séville (exposition ibéro-américaine de 1929) et de Barcelone (exposition universelle de 1929)

---

<sup>6</sup>. C'est en 1911 qu'apparaît officiellement le néologisme *turista* dans la langue espagnole, il vient de l'anglais *tourist*. (H. Poutet, 1995). Cette apparition est tardive par rapport aux autres pays européens mais témoigne de la valeur que l'on attache au tourisme en Espagne au début du siècle.

<sup>7</sup>. Une des activités de cette commission fut de développer des Congrès Internationaux du Tourisme. Le premier eut lieu en 1908 à Saragosse (puis en 1909 à San Sébastien, 1910 à Toulouse, 1911 à Lisbonne).

<sup>8</sup> Outre les guides qu'il écrivit, il réhabilita ou créa de nombreux musées et monuments en Espagne (les jardins de l'Alcazar à Séville, la Maison du Gréco à Tolède, ...), il mit en place en 1929 le réseau des "paradores" (hôtels de luxe) et s'occupa de l'organisation d'une exposition hispano-anglaise à Londres intitulée "Sunny Spain" (1914) et à New York (1926).

— la mise en place de mesures de sécurité sur les sites artistiques

Ce nouvel organisme est également chargé d'établir les premières statistiques du tourisme réceptif en Espagne. Cet organisme se maintiendra jusqu'à la seconde guerre mondiale malgré une éclipse de quelques mois en 1931. Le tourisme espagnol durant les années 30 est sur le déclin (de 278 000 étrangers ayant passé la frontière en 1930, on n'en dénombre plus que 190 000 en 1934<sup>9</sup>). La situation économique (les retombées de la crise de 1929) et la situation politique (chute de la dictature de Primo de Rivera en 1931, guerre civile espagnole entre 1936 et 1939, seconde guerre mondiale) vont stopper l'ensemble des mouvements touristiques. Le blocus international qui paralysera l'Espagne jusqu'en 1950 (on appelle couramment cette période les "années de la faim") va prolonger l'absence de redémarrage des déplacements touristiques

En résumé, le tourisme espagnol jusqu'à la seconde guerre mondiale est essentiellement un tourisme réservé à une minorité qui appartient aux classes privilégiées européennes. C'est la culture qui constitue le principal attrait et motif de déplacement. Nous allons voir qu'à partir des années 50 la nature du tourisme qui va se développer, obéit à d'autres logiques. Des évolutions d'ordre économique, politique et culturelle vont venir renouveler fondamentalement le marché, les lieux, les formes et les rythmes.

## B) L'explosion touristique en Espagne à partir des années 50

Pour mieux appréhender le déroulement du développement massif du tourisme en Espagne, nous effectuerons une division temporelle en deux périodes :

— 1950 à 1975 : initialisation du développement et effet de surprise

— 1975 à 1989 : non-maîtrise du processus de développement

Pour constater l'ampleur du développement touristique en Espagne entre 1950 et 1989, nous pouvons nous fonder sur l'évolution du nombre total de visiteurs<sup>10</sup> (tableau n°1) et sur l'évolution des revenus drainés par l'activité touristique (tableau n°2).

---

<sup>9</sup>. Chiffres cités par L. Fernandez Fuster (1991).

<sup>10</sup>. Ce chiffre comprend les touristes étrangers, les excursionnistes et les espagnols résidents à l'étranger (R. Tamas, 1990).

Tableau n° 1 : Évolution du nombre de visiteurs en Espagne de 1951 à 1989 (en millions)

Années	Nombre total de visiteurs (millions)	Années	Nombre total de visiteurs (millions)
1951	1 263	1982	42 001
1955	1 522	1983	41 263
1960	6 113	1984	42 931
1965	14 250	1985	43 235
1970	24 105	1986	47 389
1975	30 123	1987	50 545
1980	38 027	1988	54 578
1981	40 129	1989	54 058

Source : Annuaire des statistiques du tourisme, Secrétariat d'État du tourisme (R. Tamanes, 1990, p. 503)

Tableau n° 2 : Revenus apportés à l'économie espagnole par le tourisme de 1950 à 1989 (millions de dollars au taux de change courant)

Années	Millions de \$	Indice	Années de base	Années	Millions de \$	Indice	Années de base
1952	58	100	1952	1975	3 404	202	1970
1962	513	130	1960	1971	6 716	96	1980
1972	2 511	149	1970	1989	16 174	232	1980

Source : Annuaire des statistiques du tourisme, Secrétariat d'État du tourisme (R. Tamanes, 1990, p. 509)

Ces deux tableaux nous montrent qu'à partir des années 50 l'Espagne connaît une de ces périodes les plus fastes pour le tourisme. Entre 1951 et 1989 le nombre de touristes en Espagne a été multiplié par plus de 4 000 % et L. Fernandez Fuster (1991) parle d'une époque où les "*devises changèrent le pays*" (p. 620).

## 1) 1950-1975 : l'initialisation du processus

La grande impulsion touristique espagnole date des décennies 1950-1960, où l'on passe de 1,263 million de touristes en 1950 à plus de 14 millions en 1965 comme l'indique le tableau n°1. C'est l'une des plus grandes migrations de l'histoire qui s'est déroulée. La popularité de l'Espagne à cette époque a eu pour conséquence de rendre la capacité hôtelière insuffisante par rapport à l'augmentation du nombre de touristes. Un programme d'édification rapide, le recours à d'autres formes d'hébergements (campings, villas, ...) et l'acquisition par des étrangers de terrains bon marché sur lesquels s'implanteront les villages de vacances (les clubs<sup>11</sup>) et les résidences individuelles ont été les principales mesures prises pour faire face à cette excès de touristes. En 1951, on crée le Ministère de l'Information et du Tourisme (le M.I.T.) qui est davantage chargé de l'information que du tourisme. La direction générale du tourisme au sein du ministère est en effet un organisme sans initiative et sans pouvoir (L. Fernandez Fuster, 1991). Quelques mesures sont prises pour développer certaines zones touristiques (comme l'île de Majorque), pour réglementer les guides, l'hôtellerie, ...mais finalement, les plans (1953 et 1959) qui se succèdent sont en décalage par rapport à l'inflation du phénomène touristique. Le Plan de 1959 prévoyait, avec un certain optimisme, pour 1964 l'arrivée de 6,5 millions de touristes. L'Espagne en accueillera plus de 14 millions (R. Tamanes, 1990).

À cette époque, le régime franquiste souhaite avant tout renouer des contacts avec l'Occident et conçoit dans cette optique le tourisme non seulement comme un moyen de financer le développement économique mais surtout comme un instrument de propagande pour réhabiliter l'image de l'Espagne et banaliser le régime<sup>12</sup>. Max Gallo écrit dans son *Histoire de l'Espagne franquiste* (1969) que "*le tourisme intervient ainsi à partir de 1960 comme soutien de la politique économique et, en un sens, facteur d'ordre public. Certes il ouvre l'Espagne au monde extérieur mais en même temps il intègre le franquisme à l'Europe. Or, c'est précisément là, depuis 1957, le but politique recherché*"<sup>13</sup> (p. 326-327). On comprend mieux le mariage entre l'information et le tourisme au sein du M.I.T.

---

<sup>11</sup>. Les premiers villages de vacances ont été installés à Majorque en 1950 puis au Cap Creus sur la Costa Brava (M. Dachary, 1990).

<sup>12</sup>. Cette idée du rôle politique joué par le tourisme dans l'Espagne des années 60-70 est au coeur de la thèse d'Hervé Poutet (1995).

<sup>13</sup>. Dans les années 50, c'est la fin de l'isolement espagnol. Les succès de la politique extérieure espagnole contribuent à l'ouverture et à la réhabilitation du pays. En 1952, elle est admise à l'UNESCO et en 1955 à l'ONU. En 1953, un accord économique est conclu avec les États-Unis. L'aide américaine se développe alors fortement vers l'Espagne qui reçoit en 1959 le président Eisenhower.

À partir de 1962 (jusqu'en 1972) débute la deuxième étape du développement massif du tourisme. Généralement, l'année 1959 est considérée comme le point de départ du tourisme de masse (Danielle Rozenberg, 1990). Le record de 7 millions de visiteurs en 1961 et le changement de gouvernement en 1962 ont pour conséquence de modifier la place accordée au tourisme dans la politique générale. En suivant les recommandations de la BIRD, l'Espagne, avec retard, officialise le rôle économique et politique du tourisme en créant un sous-secrétariat d'État au tourisme. Cet organisme a pour vocation de porter une plus grande attention aux activités touristiques en définissant une politique touristique. De 1962 à 1973, la politique espagnole en matière touristique va se concentrer sur trois domaines : le contrôle des prix, l'action publicitaire et la planification générale des zones touristiques.

— En 1962, la rigidité des prix fait place à une flexibilité relative. Un contrôle devient alors nécessaire pour éviter une éventuelle dérive inflationniste.

— En matière de promotion, les actions de cette époque reposaient sur l'uniformité du message publicitaire. Aucune distinction des différentes ressources touristiques (en termes de patrimoine culturel et de patrimoine naturel) de chacune des régions espagnoles n'était pratiquée. La promotion était celle du soleil, de la mer, du bronzage, de l'environnement exotique, combinés à un substrat pseudo-culturel qui réunissaient tous les stéréotypes et les clichés de l'image espagnole (taureaux, paella, flamenco, ...). À travers le produit espagnol que des Tours opérateurs commencent à vendre c'est l'Espagne tout entière qui est contenue (Frédéric Duval, 1989).

— L'aménagement du territoire se révélera beaucoup plus difficile à mettre en oeuvre. Les politiques qui sont tentées ont peu d'effets.

Tous ces éléments de politique touristique ne seront toutefois pas à la mesure de l'accélération du flot des touristes qui va se produire à partir du milieu des années 60 et qui se poursuivra jusqu'à la fin des années 80.

## 2) La croissance exponentielle des années 1975-1989

L'État espagnol, persuadé que l'activité touristique constitue l'activité motrice de son économie, va inciter à son développement tant au niveau de l'offre que de la demande. La suppression des visas en 1963 ainsi que la simplification des formalités douanières vont encourager la venue des touristes. L'initiative privée va également être encouragée par une politique d'ouverture aux capitaux étrangers et diverses mesures fiscales incitatives (1959, 1963).

L'afflux de visiteurs individuels ou organisés va dépasser les prévisions établies pour cette période. Les chiffres sont éloquentes, de 6 millions en 1960, le nombre de visiteurs

enregistrés aux frontières va dépasser les 50 millions en 1987 (Secrétariat Général du Tourisme,). Cette étape de développement est caractérisée par une croissance continue et fortement progressive et par les initiatives des investisseurs étrangers relayés par des intermédiaires espagnols. C'est une phase d'industrialisation touristique où le tour-opérateur maîtrise l'ensemble du processus de production des prestations de services, allant du vol charter jusqu'aux détails de l'organisation du voyage. Comme l'indique M. Dachary (1990), *"si, dans le budget de vacances, le coût du séjour est abaissé, le coût du voyage peut être augmenté en sorte que tout un marché éloigné d'éventuel clients peut être atteint. Des agences de voyages anglaises ont, en conséquence, adapté le voyage organisé traditionnel aux vacances en Espagne moyennant un prix forfaitaire incluant le coût du séjour et du transport par avion"*<sup>14</sup> (p. 235). La clientèle touristique qui accède à ces "produits" appartient pour l'essentiel à des classes sociales disposant d'un niveau économique moyen ou relativement limité (cadres moyens et employés, ouvriers qualifiés, salariés divers, ...). D. Rozenberg (1990) explique qu' *"à cette capacité de dépense limitée de la clientèle touristique répond une offre adaptée. (...) Les hôtels sont principalement des établissements de trois, deux ou une étoile et se caractérisent par des services de faible qualité"* (p. 127).

Durant cette étape, la croissance de la demande dépassant largement celle de l'offre, les supports touristiques balnéaires (en particulier les Baléares, Ibiza et la Costa Brava) ont subi, sans véritable planification, un développement anarchique des constructions. Cette explosion de bâtiments et la possibilité de s'enrichir rapidement dans le tourisme ont été des facteurs de déséquilibres pour l'économie traditionnelle<sup>15</sup> (les capitaux de l'agriculture et de l'industrie s'investissant dans le tourisme). L'objectif consistait donc à répondre au plus vite à la massification du tourisme. Comme le précise Miguel Seguí Llinas (1995) pour le cas des Baléares, *"les tour-opérateurs vont financer la construction des hôtels pour assurer les lits nécessaires à la clientèle et le tout se fera à l'étonnement de la population et de l'Administration locale qui ne vont réagir que très tardivement. Les hôtels et les "urbanizaciones" vont pousser comme des champignons, là où bon leur semble, car aucune réglementation ne les régit et les communes, en général, n'ont aucun Plan d'Aménagement. Ce sera l'occasion de construire de véritables "murailles de béton" en première ligne avec des matériaux de qualité douteuse, car l'important*

---

<sup>14</sup>. Le voyage à forfait utilisant cette logique a été essayé pour la première fois en 1950 pour un séjour en Corse à Calvi organisé par l'agence anglaise Horizon Holidays. Toutefois, *"c'est en Espagne que cette forme de tourisme a été, dans la décennie, le plus largement pratiquée"* (M. Dachary, 1990, p. 235).

<sup>15</sup>. Norman Lewis a raconté dans un ouvrage intitulée "Le chant de la mer" (1995) le long séjour qu'il a effectué durant les années 50 dans un petit village de la Costa Brava qui se nomme Farol. C'est un précieux témoignage sur la métamorphose économique, sociale et culturelle qu'ont connu les villages côtiers espagnols suite à l'arrivée massive du tourisme. Concentré depuis des siècles sur le chêne-liège et la pêche à la sardine et habitué *"à une pauvreté discrète, partagée par tous"* (p. 27), le tourisme va transformé profondément cette société fondée sur la tradition.

*était de mettre les lits sur le marché le plus rapidement possible et on ne souciait pas de la durée de la construction ni de son impact sur le milieu, (expression vraiment inconnue pour les acteurs touristiques du moment)" (p. 26).*

C'est donc une politique du "laissez faire" qui domine cette phase de développement touristique. Le manque de planification et de contrôle s'explique en partie par la période d'euphorie financière qui accompagne cette période. *"La politique du gouvernement fut alors d'encourager cette arrivée de devises et de touristes par tous les moyens, en offrant toutes les facilités possibles avec l'obsession que les chiffres de touristes continuent d'augmenter tous les ans, l'important étant de battre les records à n'importe quel prix ! C'était aussi une publicité politique pour montrer l'ouverture internationale, la fin de l'isolement et l'intérêt des étrangers pour l'Espagne"* (M. Seguí Llinas, 1995, p. 26).

L'apparition de la démocratie en Espagne en 1977 puis l'arrivée des socialistes au pouvoir en 1982 vont simplement modifier le rattachement administratif du domaine touristique. L'étendue des compétences des structures concernées ne fut pas véritablement l'objet d'une révision. Rattaché d'abord au Ministère du Commerce et du Tourisme en 1977, le tourisme l'est au Ministère des Transports et des Communications en 1981. On décide finalement en 1982 la création d'un secrétariat d'État au tourisme. Le rôle de ces structures et plus généralement le degré d'intervention de l'État dans les activités touristiques fut donc, durant cette période, particulièrement faible. De toute façon, à cette époque, le tourisme espagnol, appréhendé avant tout au travers du montant de devises apportées par les visiteurs étrangers, se portait plutôt bien, il n'y avait donc aucune raison pour que l'on modifie son mode de développement spontané et désordonné.

## I. 2 Les raisons du "miracle touristique" de l'Espagne

Comme l'écrit D. Rozenberg (1990, p. 121), *"la réussite du tourisme espagnol est incontestable (...) et le "miracle" économique de l'Espagne fait figure de modèle de référence pour les pays en développement qui fondent leurs espoirs de croissance sur une ouverture au tourisme étranger"*. Pourtant, si le tourisme a pu devenir si déterminant pour la société espagnole, c'est que l'Espagne réunissait les différentes conditions nécessaires à son éclosion. Les raisons qui peuvent expliquer le processus de massification touristique sont multiples. Parmi les plus importantes, il est possible de repérer trois facteurs internes et trois facteurs externes qui semblent avoir été décisifs pour comprendre l'implantation durable en Espagne du tourisme de masse.

## A) les facteurs internes

### — La virginité du territoire et l'importance des richesses naturelles

L'Espagne bénéficiait à cette époque de facteurs de bases indéniables pour répondre aux aspirations d'une majorité de touristes. Son climat chaud et ensoleillé combiné à l'existence de plusieurs milliers de kilomètres de côtes et de plages (presque 8 000 km de côtes dont 40 % de plages) ont permis à l'alliance du bronzage et du bain (constitutifs de ce que nous avons qualifié de "modèle des 4S") de trouver un terrain pour s'épanouir. Ceci peut expliquer, en partie, que la façade méditerranéenne et les îles espagnoles (Ibiza, Canaries, ...) plus ensoleillée que la façade atlantique ait constitué les principaux supports du développement touristique à partir des années 60.

### — Les avantages en terme de coûts

Le niveau des prix particulièrement bas et les taux de change favorables aux monnaies étrangères peuvent expliquer pour une grande part, le processus de massification du tourisme. L'avantage d'une main d'oeuvre bon marché (le tourisme étant une activité de service à fort contenu en travail) va assurer dans une première étape la compétitivité de la destination espagnole. Durant la période 1950-1970, le décalage en terme de coût par rapport aux autres pays européens est significatif. Les hôtels, en particulier, pouvaient être souvent deux à trois fois moins chers qu'en France ou en Allemagne à confort égal (G. Cazes, 1989). Cet avantage économique a permis, en rendant possible l'accès à des catégories modestes, d'amorcer le processus de massification. Néanmoins, l'Espagne devra lutter pour conserver cet atout. Les hausses de salaires consécutives à une élévation du niveau de vie plus rapide que dans les autres pays européens obligeront l'Espagne à recourir à plusieurs reprises, et de manière rapprochée, à la dévaluation de la peseta (1959, 1967, 1976, 1977, 1983) (G. Cazes, 1989).

### — La fin de l'isolationnisme politique et économique

*"Il est incontestable que c'est dans l'Espagne franquiste que le tourisme de masse devient un phénomène dont il est peu d'exemples dans l'histoire mondiale, au point de reléguer au second plan les aspects les moins reluisants d'un régime politique allant à contre-courant de l'évolution générale vers la démocratisation"* (H. Poutet, 1995, p. 14). Comme nous l'avons vu, à la fin des années 50, Franco décide, afin de revaloriser l'image détériorée de l'Espagne une ouverture politique et économique dont le tourisme constitue le principal outil. Le régime franquiste, par l'intermédiaire de Manuel Fraga

Iribarne à la tête, à partir de 1962, du Ministère de l'Information et du Tourisme a su utiliser les effets du tourisme pour forger "*une propagande nationaliste donnant libre cours au triomphalisme*" (p. 13). Le choix du phénomène touristique comme axe privilégié pour assurer le développement économique s'explique aussi, dans ce contexte particulier, par le désir d'offrir un système de représentation particulier de la société espagnole. La souplesse de la législation pour acquérir appartements et villas, la politique du "laisser faire" quant à l'implantation des capitaux étrangers tant dans le transport, l'organisation du voyage ou l'hôtellerie cherchent à forger une image ouverte et libre.

L'Espagne a pu bénéficier, en outre, de la caractéristique du tourisme qui est de permettre les exportations au sein du territoire national. Comme le souligne Mathieu Boaglio (1973), à la différence d'autres secteurs d'activités, dans le tourisme c'est l'individu qui se déplace pour consommer. Cette spécificité a été utilisée pour exporter des produits "sur place", c'est à dire pour vendre à l'étranger les productions nationales. "*Une analyse des avantages entraînés par la substitution aux exportations des ventes aux touristes, dans le cas où il existe une rigidité de la production, nous montre de manière évidente que les ventes sur le marché intérieur donnent lieu à des recettes brutes et à des marges bénéficiaires plus élevées. (...) En effet, dans la vente à l'intérieur, la marge commerciale de la distribution et les commissions des agents demeurent dans le pays au lieu de profiter aux commerçants étrangers*" (p. 7). Pour certains produits, comme la chaussure pour l'Espagne, la vente aux touristes a excédé, à une époque, les possibilités que pouvaient offrir une exportation organisée.

## B) Les facteurs externes

— Le succès du développement touristique en Espagne n'aurait pu avoir lieu si parallèlement certains pays occidentaux, grâce à des niveaux de développement économique records, n'avaient pas préparé les conditions de la généralisation des vacances (cf. chapitre II). La prospérité des foyers émetteurs (Europe, États-Unis) constitue un élément déterminant pour comprendre le caractère massif qu'à pris le développement touristique espagnol. L'allongement de la durée des congés, l'augmentation du pouvoir d'achat, la transformation des modes de vie, la concentration urbaine, les normes tayloristes d'organisation du travail sont autant d'éléments qui caractérisent la société fordiste et qui, comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent, conditionnent l'avènement du phénomène touristique.

— La proximité géographique des foyers émetteurs

Dans les années 60-70, l'ère fordiste rend possible la possession, pour un nombre relativement important de ménages, d'une automobile individuelle (cf. chapitre VI). L'Espagne se trouvant à proximité de nombreux pays de l'Europe occidentale, elle devient, grâce à l'automobile, une destination accessible et appréciée. Comme l'indique le tableau n° 3, presque 2/3 des flux de visiteurs qui se rendent en Espagne chaque année (hors Portugal) sont constitués de citoyens de l'Europe occidentale. La démocratisation par l'automobile et par l'avion à réaction de type charter (pour les Baléares et les Canaries) pour des couches de population chaque fois plus importantes a constitué un facteur essentiel au processus de massification touristique.

Tableau n° 3 : Pays d'origine des arrivées à la frontière espagnole en 1980 et 1988

Pays	1980	1988
France	27,54	22,3
Italie	1,31	2,45
Royaume Uni	9,80	14,10
Allemagne	12,84	12,73
Bénélux	6,6	6,23
Suisse	1,91	2,06
États-Unis	2,24	1,58

Source : Annuaire des statistiques du tourisme, Secrétariat d'État du tourisme (Eugeni Aguilo Perez et Enrique Torres Bernier, 1990)

— un produit adapté aux attentes des touristes

En offrant principalement la nature avec ses composantes (soleil, plages, repos) et en vantant, par l'intermédiaire de la publicité, les plaisirs ibériques (fiestas, ferias, traditions), l'Espagne proposait un modèle de loisirs qui répondait aux désirs des populations de la période fordiste. Le sociologue espagnol, José Miguel Iribar, membre du bureau général du plan à Bénidorm a enquêté en 1985-86 auprès de 1 200 touristes nord-européens pour connaître le motif principal de leur présence sur le littoral. Les résultats sont éloquentes. 64 % des touristes avouent que c'est principalement le soleil qui les a motivés à venir, pour 25 % c'est le sexe et les rencontres et pour 12 % c'est la plage (Satisfaction des vacanciers, Enquête du 31/07/87). Même s'il convient de relativiser la portée de ces chiffres et de considérer avec précaution les techniques employées, il est intéressant de percevoir que la vocation touristique de l'Espagne et l'image véhiculée par la majorité des touristes se résument à sa balnéarité<sup>16</sup>.

<sup>16</sup>. Une autre enquête réalisée en 1974 dans 16 villes touristiques espagnoles établit que les

Pour conclure, on peut résumer notre position en reprenant les propos de D. Rozenberg (1990). "*Si le succès touristique de l'Espagne s'explique largement par des conditions "objectives" : proximité géographique, ensoleillement, plages, patrimoine culturel, disparité des niveaux de vie entre ce pays et ses proches, l'action de l'État espagnol s'avère décisive*" (p. 120).

Pourtant, le "miracle" touristique espagnol semble connaître des difficultés depuis quelques années. Après quatre décennies de croissance rapide, le nombre de touristes se ralentit. Le modèle de développement et d'organisation touristique tel qu'il fût pensé en Espagne à partir des années 60 est-il devenu inadapté aux attentes des touristes ? Pour le dire autrement, le modèle des pratiques touristiques fordistes peut-il survivre aux transformations sociétales profondes ?

L'analyse approfondie du tourisme espagnol ou plus exactement de sa composante balnéaire (ou fordiste) entre 1988 et 1992 va nous apporter quelques éléments pour répondre à ces interrogations.

---

préoccupations culturelles arrivent loin derrière les considérations climatiques, l'animation touristique et la plage dans les motifs de déplacement (cité par D. Rozenberg, 1990, p. 167).

## Section II : La crise du modèle touristique espagnol

:

1990 : la presse espagnole déclare que c'est une "année noire" pour le tourisme. Les indicateurs traditionnels (nombre d'entrées, dépense moyenne par touriste) qui permettent de mesurer l'évolution du tourisme semblent progresser à la baisse. S'il est vrai que le ralentissement de la croissance touristique s'est déjà produit à la suite des crises pétrolières de 1974, 1976 et 1980 (M. Seguí Llinas, 1995), chaque fois, la croissance touristique est repartie, dépassant les chiffres des années précédentes. En 1988, l'Espagne atteint des chiffres records en termes de nombre d'arrivées. *"Depuis, aucune année n'est arrivée à égaler ces chiffres et c'est à partir de ce moment qu'on a commencé à parler de crise, aussi bien crise du système que crise des structures"* (p. 29). De fortes discussions vont être engagées en Espagne pour analyser la situation touristique. Comme nous allons le voir, certains avancent l'idée d'une conjoncture passagère défavorable qui serait la cause de cet essoufflement. D'autres préfèrent voir dans ces difficultés la mutation structurelle du modèle d'organisation touristique espagnol.

Après avoir constaté les signes et l'étendue de la récession touristique au niveau national mais aussi à un niveau moins agrégé, c'est à dire en nous focalisant sur les principaux foyers touristiques moteurs (Baléares, Canaries, Costa Brava, Costa del Sol), nous examinerons les arguments avancés par les partisans d'une explication conjoncturelle et ceux proposés par les défenseurs d'une explication structurelle. Notre position consiste à dire que c'est moins le tourisme espagnol qui est en crise qu'un type de modèle touristique, celui que nous avons qualifié dans le chapitre précédent de "fordiste". La première partie de cette thèse nous a montré que l'évolution des pratiques touristiques est liée à celle de la société qui leurs donne sens. Dans ce cadre, l'éclatement de la configuration fordiste a eu tendance à bouleverser les pratiques touristiques qui lui étaient associées. Ce serait, en quelque sorte, parce que l'Espagne a développé sur ses supports naturels l'un des modèles touristiques les plus significatifs de la période fordiste que la crise y a été plus profonde et plus visible.

## II. 1 La fin de "l'euphorie du développement"<sup>17</sup>

En 1973, M. Baoglio prédisait au tourisme espagnol *"un avenir brillant encore pendant de nombreuses années, sauf si la hausse des coûts devient trop importante"* (1973, p. 40). Il semble que ce diagnostic se soit révélé inexact. Comme nous allons le voir, de nombreux éléments sont à interpréter comme autant d'indices qui laissent supposer la transformation du modèle d'organisation touristique.

### A) La rupture du modèle de massification ?

Même s'il n'est pas facile d'établir statistiquement que le modèle touristique espagnol a connu à la fin des années 80 des difficultés significatives, on ne peut nier qu'il s'est produit une rupture dans le trend de croissance touristique espagnol (cf. tableau n° 4).

Tableau n°4 : Évolution du tourisme étranger en Espagne pour la période 1980-1990

Années	Nombre de touristes (millions)	Nombre de visiteurs (millions)
1980	22,5	38,0
1982	25,3	42,0
1985	27,4	43,2
1987	32,9	50,5
1988	35,6	54,2
1989	35,3	54,1
1990	33,9 (-4,1%)	51,9 (-3,9%)

Source : Secrétariat d'État du tourisme espagnol

Pour autant, ce premier constat statistique ne suffit pas pour diagnostiquer la crise du secteur touristique espagnol. En effet, le tourisme d'un pays est composé non seulement de l'arrivée des étrangers (tourisme externe) mais aussi de déplacements internes effectués par les résidents. Or, on constate, bien que le tourisme interne soit difficile à appréhender statistiquement, que parallèlement à la chute relative du nombre de visiteurs étrangers, il y a eu une croissance de la demande intérieure (cf. tableau n°5).

<sup>17</sup>. Cette expression est empruntée à l'ouvrage de Michel Drain sur l'économie de l'Espagne (1988).

Tableau n°5 : Évolution des nuitée (hôtels et pensions) de 1987 à 1989 en Espagne (en milliers)

	1987	1988	1989
Espagnols	44 276,7	48 987,3	53 123,1
Étrangers	92 444,3	88 351,0	78 320,4

Source : I.N.E. (Institut espagnol des statistiques)

À la lecture de ces données, on peut émettre l'hypothèse que le tourisme interne compense le ralentissement du tourisme externe. Dans ce cas, l'emploi du concept de "crise" serait fortement abusif. Mais, 1990 fut également une année difficile pour le tourisme intérieur qui connaît une relative décroissance. De toute façon, même si le tourisme des espagnols a atténué le processus récessif, le déclin de l'arrivée des touristes étrangers constitue une nouvelle caractéristique dans l'évolution du tourisme. Entre 1989 et 1990, le tourisme espagnol a enregistré une perte de 2,2 millions de voyageurs. On assiste en fait à la rupture de la tendance expansive que le tourisme avait connu jusqu'ici. En effet, les prévisions qui avaient été réalisées pour l'année 1990 reposaient sur l'hypothèse d'une croissance annuelle du tourisme autour de 3 %, ce qui devait amener pour 1990, 37,8 millions de touristes (il y en aura 33,9 millions). Une telle hypothèse n'était pourtant pas irréaliste car le taux de croissance annuel moyen avait été de 9 % entre 1985 et 1988. On peut émettre l'idée que cette rupture de tendance loin de caractériser le tourisme espagnol toucherait le tourisme international. Pourtant, au regard des indicateurs fournis par l'O.M.T. pour cette période, on constate que la demande touristique internationale entre 1989 et 1990 a maintenu un taux de croissance de 3,15 %, faisant passer le nombre de voyageurs de 390 millions à 415 millions. Face à une expansion continue de la demande internationale, la part captée par l'Espagne se réduit. Elle est passée de 9,5 % du total mondial en 1987 à 8,2 % en 1990. (Manuel Figuerola, 1991).

Se contenter d'indicateurs relatifs aux entrées de visiteurs est insuffisant pour établir un état des lieux. Il est nécessaire de s'appuyer sur le montant des dépenses effectuées par les touristes. Pour cela, dans la mesure où la dévaluation du dollar a été pour 1990 de 14,1 %, le maintien du pouvoir d'achat du touriste exigeait un accroissement minimum des dépenses en dollar de 20 % pour compenser à la fois l'effet de la dévaluation et l'effet de l'inflation intérieure. Or, comme l'indique le tableau n° 6, si les dépenses en dollar ont été plus importantes en 1990 en Espagne (+ 10,48 %) par rapport à 1989, cette progression n'a toutefois pas suffi à compenser les deux effets précédents.

Tableau n° 6 : Dépenses par visiteur en 1990

	Montant des dépenses	% de variation / 1989
Dépenses en \$	330,3	+ 10,48
Dépenses en pesetas courantes	33 367,6	- 6,20
Dépenses en pesetas constantes (année de base 1989)	31 360,6	-11,83

Source : Travaux de Figuerola (1991)

M. Baoglio concluait en 1973 son étude sur la place du tourisme dans le développement économique espagnol en expliquant que le tourisme espagnol "a constitué et constitue le principal moteur du développement économique du pays" (p. 39). S'il a joué un rôle essentiel dans le décollage de l'économie espagnole, force est de reconnaître que la participation du tourisme dans le P.I.B. espagnol a tendance à diminuer passant de 9,7 % en 1987 à 7,9 % en 1990 (M. Figuerola, 1991). La dépression qu'a connue le tourisme en Espagne semble donc confirmée. Néanmoins, on a supposé jusqu'ici que ce déclin relatif avait touché uniformément et avec la même intensité le territoire espagnol. L'analyse de la situation touristique des principaux foyers va nous permettre de nuancer notre propos général et va nous offrir une image plurielle de cette crise.

#### B) La situation dans les principaux bassins touristiques

Nous passerons successivement en revue la situation touristique dans les Baléares, aux îles Canaries, sur la Costa Brava et sur la Costa del Sol, c'est à dire dans les grands sites balnéaires où le mode de développement touristique retenu a été fondé, avant tout, sur un processus d'attraction croissante du nombre de touristes.

##### — Le cas des Baléares

Le tableau n° 7 nous permet de voir qu' à partir de 1988 se produit une inflexion du nombre de touristes qui se confirment pour les années 1989 et 1990.

Tableau n° 7 : Arrivées aux aéroports des Baléares (en milliers)

Années	Nombre de touristes	Variation / à l'année précédente
1980	3 524	—
1986	5 207	18,3
1987	6 046	16,1
1988	6 135	1,5
1989	5 721	-6,7
1990	5 188	-9,0

Source : Secrétariat d'État au tourisme (Eugeni Aguilo, 1991)

L'enquête portant sur les dépenses touristiques quotidiennes confirme le caractère critique de la situation depuis le milieu des années 80. Durant les années 1989 et 1988, non seulement le nombre de touristes se rendant aux Baléares a sensiblement diminué mais la dépense par jour et par touriste (aussi bien en pesetas constantes que courantes) a suivi la même tendance comme l'indique le tableau n°8.

Tableau n° 8 : Dépenses réalisées aux Baléares par touriste et par jour

Années	Montant des dépenses (pesetas courantes)	% de variation	Montant des dépenses (pesetas constantes)	% de variation
1984	4 317	—	—	—
1985	4 815	11,8	4 435	-3,9
1986	5 039	4,4	4 260	-3,9
1987	5 094	1,1	4 088	-4,0
1988	5 394	5,9	4 130	1,0
1989	5 284	-2,0	3 815	-7,6
1990	5 088	-3,7	3 407	-10,7

Source : Enquête sur les dépenses touristiques, Conseil de l'Économie, de l'Industrie et du Tourisme (Eugeni Aguilo, 1991)

— Le cas des îles Canaries

L'évolution du nombre d'arrivées ne permet pas de diagnostiquer pour 1990 une situation de crise touristique aux îles Canaries (Manuel Navarro Ibanez et Miguel Becerra Dominguez, 1991). En fait, les difficultés sont à venir et l'on constate pour cette période un ralentissement du taux de croissance économique des îles (passage de 7,4 % en 1988 à 2,4 % en 1989). C'est la détérioration massive des taux d'occupation des hôtels qui pourrait expliquer, en partie, cette récession (1986 : 72,55 %, 1988 : 70,60 %, 1989 : 61,01 %). Cette chute des taux d'occupation est consécutive à l'écart qui se creuse entre la croissance continue du nombre de lits et le ralentissement progressif du nombre de touristes. Elle est l'une des principales causes du déclin de la rentabilité de l'île déjà fortement érodée par la pression des tour-opérateurs et par l'endettement massif auquel l'île a dû recourir. De plus, à la différence de l'archipel des îles Hawaï, le modèle de développement touristique appliqué aux Canaries est celui de l'offre d'un produit identique pour l'ensemble des îles ce qui fait peser le risque de l'hyper-spécialisation (M. Navarro Ibanez et M. Becerra Dominguez, 1991).

— La situation en Catalogne

La Catalogne, comme les deux foyers précédemment étudiés, connaît un tourisme balnéaire, mais avec pour différence sa situation géographique péninsulaire. Le principal indice qui nous permette de nous prononcer sur les difficultés de cette région se situe dans le caractère déflationniste du prix des nuitées hôtelières<sup>18</sup>. Comme nous le montre le tableau n° 9 qui s'appuie sur des observations effectuées dans la zone de Maresme, on peut repérer qu'un certain nombre de places hôtelières se sont offertes à des tarifs qui arrivent à être, en août 1990, de 50 % inférieurs à ceux de l'année précédente.

Tableau n° 9 : Évolution du prix de la pension complète par jour dans la zone de Maresme (en pesetas)

	1989	1990
Haute saison	1 400	750
Basse saison	850	400

Source : Joan Cals (1991)

<sup>18</sup>. En Catalogne, 1990 fut une année touristique plutôt mauvaise par rapport à 1989. Néanmoins, les indicateurs touristiques, par leur caractère trop global, ont eu tendance à masquer les mutations et les difficultés de certaines formes de tourisme. Par exemple, si de janvier à juillet 1990, le tourisme catalan a connu la situation la plus dramatique de son histoire récente, la baisse très importante des prix et le déclenchement des hostilités dans le Golfe persique ont drainé de nombreux touristes dans la deuxième partie de l'année, venant ainsi compenser les pertes du premier semestre.

La situation décrite par cette enquête constitue un cas limite mais néanmoins réel qui illustre l'épuisement d'un modèle quantitatif qui semble soumis à la "loi du rabais" pour pouvoir se vendre.

— Le cas de la Costa del Sol

Concernant la situation sur la Costa del Sol, on constate la réduction significative du nombre de nuitées en 1990 par rapport à 1989 comme l'indique le tableau n° 10.

Tableau n°10 : Évolution du nombre de nuitées hôtelières (janvier-août<sup>19</sup>)

(en milliers)	1989	1990	% / variation
Touristes étrangers	4 213,3	3 618,9	- 14,1 %
Touristes espagnols	1 930,7	1 864,6	- 3,4 %
Total	6 144,4	5 483,5	- 10,8 %

Source : I.N.E.

La Costa del Sol a connu également, dans la première partie de l'année, une relative baisse de fréquentation. À celle-ci s'est ajoutée une diminution du temps de séjour moyen passant de 4,82 jours en 1989 à 4,43 jours en 1990 et du taux d'occupation des hôtels passant de 61,17 % en 1989 à 50,91 en 1990 (Rafael Esteve Secall, 1991).

Le repérage d'une situation de récession et de transformation dans le domaine du tourisme est un exercice délicat à mener car certains effets conjoncturels peuvent venir compenser certaines mutations structurelles. Toutefois, nous avons tenté en nous concentrant sur les sites ayant développé les formes d'organisations touristiques "fordistes", c'est à dire reposant sur l'extension d'un ensemble de prestations peu diversifiées à des couches croissantes de population, de montrer qu'entre 1989 et 1992 l'Espagne, avec des différences suivant les régions touristiques, avait connu une crise touristique sans précédent. Cette crise, comme l'indique R. Esteve Secall (1991), "*est fondamentalement une crise hôtelière qui caractérise certaines zones balnéaires espagnoles, même si, celle-ci révèle finalement la crise du modèle touristique espagnol constitué de soleil et de plage bon marché*" (p. 19). Après avoir constaté l'existence d'une désaffection relative pour l'Espagne à partir de la fin des années 80, il convient de

<sup>19</sup>. S'en tenir à la série des nuitées s'étalant de janvier à août permet d'éviter les effets de report liés aux événements de la guerre du Golfe.

réfléchir sur les principaux arguments avancés pour caractériser cette étape particulière de développement.

## II. 2 Les raisons de la crise du tourisme en Espagne (1989-1992)

Face à cet affaiblissement du secteur touristique espagnol, un certain nombre de réflexions ont été menées dans le cadre de tables rondes et de conférences pour caractériser la situation. Les positions qui ont été développées sont de deux types. Si les premières cherchent à minimiser l'ampleur de la récession en invoquant des éléments d'ordre conjoncturel, les secondes accordent aux changements de structure une place prépondérante. Nous opterons pour une vision globale qui consiste à soutenir l'idée que même si la conjoncture économique et politique des années 1989 et 1990 a été plutôt mauvaise pour le tourisme de la péninsule, il n'en demeure pas moins que c'est le modèle d'organisation et de développement touristique tel qu'il a été pensé au cours des années 60 qui semble n'être plus adapté aux pratiques touristiques contemporaines. À cet égard, les éléments conjoncturels qui ont pu perturber l'activité touristique en Espagne sont autant d'indices qui prouvent que les conventions sous-jacentes au modèle fordiste du tourisme sont demeurées identiques alors que les conditions de production et de consommation avaient évolué. L'apparition de la crise peut alors être interprétée comme une contradiction au sein d'éléments qui, à une autre époque, avaient pu apparaître comme formant un ensemble cohérent et à l'origine d'une dynamique vertueuse.

### A) Une crise conjoncturelle ?

Les éléments conjoncturels qui ont pu affecter le tourisme espagnol sont multiples. Notre objectif consiste à repérer ceux qui sont les plus fréquemment avancés dans la littérature (Casa de Vélasquez, 1990, M. Segui Llinas, 1995).

— L'Espagne, au cours de cette période, a cessé d'être un pays "bon marché". La croissance du tourisme a été touchée, en partie, par l'accroissement de la valeur de la peseta. Un citoyen anglais ou allemand a dû payer en 1991 entre 15 et 20 % de plus en moyenne qu'en 1990 pour obtenir le même type de prestations. Deux raisons importantes peuvent expliquer cette valorisation de la monnaie espagnole. L'intégration de l'Espagne à la communauté économique européenne en 1986 a entraîné un

nivellement des niveaux de vie qui a réduit l'avantage monétaire de la péninsule. De plus, l'Espagne a été caractérisée pendant cette période par les taux de croissance économique les plus élevés d'Europe (en particulier grâce à un afflux important de capitaux étrangers), 5,5 % en 1987 et 5,0 % pour les années 1988 et 1989 (M. Drain, 1990). M. Drain, spécialiste de l'économie espagnole, en 1990 résume cette tendance en écrivant que "L'Espagne est l'un des pays du monde qui inspire le plus de confiance aux agents économiques et, notamment à ceux qui investissent" (p. 275).

— Parallèlement, l'Espagne a dû affronter l'apparition de pays concurrents relativement compétitifs qui offrent des assemblages de prestations touristiques dont le contenu est similaire à ceux proposés par l'Espagne. Le type d'attraction (essentiellement balnéaire), les prestations hôtelières, les conditions relatives au transport sont sensiblement identiques dans ces pays mais, ces derniers disposent d'un meilleur rapport qualité-prix. Ces destinations nouvelles, mises au goût du jour, auraient en plus l'avantage de bénéficier de "l'effet nouveauté" qui, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, peut jouer un certain rôle dans la structuration des pratiques touristiques. Cette concurrence est apparue aussi bien au sein du bassin méditerranéen qu'à l'extérieur. En effet, on constate depuis quelques années une forte accélération des départs des occidentaux vers des destinations nouvelles, souvent plus lointaines, qui s'incorporent de manière dynamique aux offres traditionnelles. Nous prendrons trois exemples de pays qui ont connu une croissance touristique spectaculaire et récente durant la période qui nous intéresse. Le tableau n° 11 nous en donne une illustration.

Tableau n° 11 : Évolution des arrivées et des recettes touristiques en République Dominicaine, sur l'Île Maurice et en Thaïlande pour la période 1986-1990

		République Dominicaine	Île Maurice	Thaïlande
Arrivées Internationales (en milliers)	1986	873	163	2 818
	1990	1 633	292	5 299
	Taux de croissance	86 %	77 %	88 %
Recettes du tourisme international (millions de \$)	1986	420	88	1 421
	1990	750	264	4 326
	Taux de croissance	78,5 %	200 %	204,4 %

Source : Compendium des statistiques du tourisme (O.M.T., 1990)

Même si dans le même temps, comme nous l'avons signalé, le tourisme mondial ne cesse de croître, il semble bien que tous les pays touristiques ne bénéficient pas de cette croissance mondiale mais qu'au contraire une modification s'opère dans la répartition des destinations. Le renforcement de la concurrence est d'autant plus important que sont apparues des destinations "bon marché" relativement proches géographiquement et disposant des mêmes facteurs de base (mer, plage, soleil, patrimoine historique, ...). Les avantages en terme de coûts, de qualité et d'accueil peuvent, en partie, expliquer le succès remporté par la Turquie au moment où l'Espagne connaît un déclin relatif de son secteur touristique (cf. tableau n° 12).

Tableau n° 12 : Comparaison de la situation touristique entre la Turquie et l'Espagne

Pays	Années	Visiteurs	% de variation	Recettes (millions de \$)	% de variation
Turquie	1988	4 173		2 355	
	1989	4 459	+ 6,0 %	2 557	+ 8,57 %
	1990	5 387	+ 20,0 %	3 308	+ 29,3 %
Espagne	1988	54 178		16 686	
	1989	54 058	- 0,22 %	16 174	- 3,07 %
	1990	52 044	- 3,72 %	18 593	+ 14,95 %

Source : Compendium des statistiques du tourisme (O.M.T., 1990)

La conclusion que l'on peut tirer de ce tableau est que la Turquie se situe sur un trend de croissance touristique positif. Néanmoins, ces données ne nous renseignent pas sur le type d'organisation touristique qui a été retenu par ce pays.

— Enfin, outre des arguments d'ordre climatique (en effet, les années 1989, 1990 et 1991 n'ont pas été de "bonnes années" d'un point de vue météorologique), on peut penser que l'extrême dépendance du marché touristique espagnol vis à vis de quelques pays émetteurs européens en crise (en particulier le marché anglais) a pu freiner les arrivées touristiques. La clientèle étrangère qui compose le marché touristique espagnol est à plus de 80 % européenne<sup>20</sup> (R. Tamanes, 1990). La structure des touristes se rendant en Espagne relève d'un ensemble stable de quelques nationalités (française,

<sup>20</sup>. Cela dit, les français et les portugais introduisent dans les données touristiques un biais statistique puisque le système de comptabilité touristique espagnol repose sur des conventions de calcul fondées sur le passage à la frontière.

anglaise, allemande). Ainsi, selon R. Esteve Secall (1991), la cause principale de la crise touristique que traverse l'économie espagnole se situe principalement dans l'effondrement du marché britannique. En effet, on a pu constater que, durant les dix premiers mois de 1990, le nombre de britanniques se rendant sur la Costa del Sol a diminué de presque 180 000, ce qui a entraîné une perte de nuitées que l'on peut estimer aux alentours d'un million et demi (R. Esteve Secall, 1991).

Les partisans d'une explication conjoncturelle de la crise touristique espagnole ont trouvé des principes de justification pour les années qui ont suivi, en particulier, 1991 et 1992, où semble-t-il la crise du tourisme a disparu et où l'Espagne accueille, à nouveau, des masses importantes de touristes. En effet, en 1991, "l'effet guerre du Golfe" a eu tendance à raccourcir les distances des destinations et à drainer les populations vers le continent européen. De même, en 1992, l'Espagne par la force des événements s'est retrouvée à la mode. Elle s'est lancée dans "*l'année de tous les paris ibériques*" en stimulant "*le défi à l'événement*" (Bartolomé Bennassar et Bernard Bessière, 1991, p.). Pourtant, certains ont souligné que c'est le caractère exceptionnel de ces années qu'il convenait de signaler et qu'en quelque sorte, le modèle touristique traditionnel espagnol semblait irréversiblement sur le déclin. C'est ainsi que s'exprime Gonzalo Pascual, Président de la Commission "tourisme", en 1992 à la presse (MK, numéro de janvier) : "*Face aux chiffres espagnols, notre tourisme suppose beaucoup plus que ces événements et nous devons prendre conscience que ce qu'il faut soigner c'est le touriste de la plage et du soleil*".

## B) Les dérèglements du modèle d'organisation touristique espagnol

Percevoir les difficultés du tourisme espagnol comme étant le résultat de transformations structurelles profondes revient à considérer le modèle d'organisation touristique comme déréglé. Plusieurs explications ont été avancées pour comprendre les blocages qui sont apparus dans les cercles vertueux de la dynamique touristique. Nous ne mentionnerons que les arguments les plus développés dans la littérature.

— La crise touristique qu'a connu l'Espagne, et dont les années 1989 et 1990 ont révélé la gravité, serait la conséquence d'un modèle d'organisation touristique fondé sur des conventions de développement quantitatif. Cet argument paraît particulièrement bien adapté à la situation des principaux foyers touristiques espagnols et trouve une illustration dans l'évolution du nombre de places hôtelières. Comme l'indique M. Seguí Llinas (1995) pour le cas des Baléares, depuis 1959 "*la croissance du nombre de lits est*

*presque continue et ne correspond pas à la croissance ou à la diminution du nombre de touristes. Ce qui veut dire que la construction de lits touristiques suit des règles économiques à plus long terme et qui se situent au delà des fluctuations temporaires des flux de visiteurs" (p. 30). Il faudra attendre la Loi d'Organisation Touristique de 1990, qui a pour objectif principal la limitation totale de la croissance, pour que soit stoppée la construction de nouveaux hôtels (en 1993) et pour que l'on convertisse certains logements touristiques en logements privés<sup>21</sup>.*

C'est la logique de développement qui est en cause. Un nombre continu et massif de touristes a, en effet, accédé à des prestations de même type, que l'espace balnéaire méditerranéen était en mesure de procurer à des coûts relativement réduits. Cette convention de développement a encouragé la construction de capacités d'hébergements, prioritairement des hôtels comme nous le montre le tableau n° 13. Cette croissance hôtelière reposait sur l'hypothèse du maintien de la croissance de la demande et percevait le processus de massification comme l'élargissement progressif du nombre d'individus accédant au tourisme. Dans cette optique, les nouveaux touristes ne faisaient que s'ajouter aux anciens augmentant ainsi la masse totale de pouvoir d'achat supplémentaire injectée dans l'économie espagnole. Deux freins pouvaient venir remettre en cause la dynamique d'ensemble de ce processus.

— Le ralentissement général de la demande qui, en diminuant les taux d'occupation hôtelier, allait réduire la rentabilité des équipements et compromettre la survie des professionnels du tourisme.

— Le fait que l'augmentation du nombre d'arrivées ne signifie pas forcément l'accroissement d'acheteurs potentiels. Elle peut être un phénomène plus complexe qui renvoie à deux processus, à savoir un accroissement du nombre de touristes et une substitution de touristes disposant de revenus élevés par des touristes à revenus plus modestes. Cette transformation du type de clientèle captée peut être à l'origine de la diminution de la qualité des prestations offertes. L'apparition d'un cercle vicieux de la qualité aurait alors eu pour conséquence d'entraîner la relative désaffection de la part de certaines couches de population.

---

<sup>21</sup>. En 1991, on a fermé aux Baléares 99 hôtels (surtout des petits hôtels et des pensions) et 115 blocs d'appartements touristiques ont été transformés en appartements à vendre. Le nombre de lits se réduisit de près de 8 000. Parallèlement l'ouverture de 12 nouveaux hôtels plus grands et d'une catégorie supérieure a amené 3 000 lits supplémentaires. Après 1992, il était prévu d'éliminer progressivement 50 000 lits supplémentaires aux Baléares afin d'accroître les taux d'occupation (M. Seguí Llinas, 1995).

Tableau n° 13 : Évolution du nombre de places hôtelières en Espagne depuis 1960

Années	Nombre de places hôtelières	Indice (année de base 1980)
1960	130 319	22
1970	362 608	61
1975	571 006	96
1980	596 874	100
1985	622 428	104
1987	658 569	110
1988	683 152	114
1989	707 974	119

Source : Secrétariat d'État au tourisme (E. Aguilo Perez et E. Torres Bernier, 1990)

— Un deuxième argument pour tenter de comprendre le déclin relatif de l'attrait pour l'Espagne se situerait au niveau des conséquences qu'auraient fait peser le modèle d'organisation touristique fordiste sur l'environnement. Le processus de massification tel qu'il s'est déroulé à partir des années 60 a obéi, avant tout, à des arguments d'ordre économique et politique. La rapidité avec laquelle il fallait répondre à l'excès de la demande internationale et le souci de bénéficier de cette source abondante de devises s'est fait au détriment du respect pour l'environnement. À partir des années 80, des problèmes liés à l'espace, à l'eau et à la qualité physique et esthétique du cadre de vie apparaissent (M. Dacharry, 1990). La pollution visuelle et auditive, la dégradation du milieu aquatique, la qualité insuffisante des services publics en termes d'assistance sanitaire ou d'infrastructures ne feraient que traduire "le mal développement"<sup>22</sup> touristique dont aurait été victime l'Espagne.

---

<sup>22</sup>. La lettre de pâques des trois évêques des Baléares en avril 1990 s'intitulait "Écologie et tourisme". Elle est révélatrice de la perception qu'ont les espagnols de l'implantation du modèle fordiste. *"Nos îles souffrent de graves problèmes écologiques qui sont une menace pour l'équilibre naturel et humain que tous désirons et nécessitons. Le mal vient de loin. Tout au long des trois dernières décennies est apparu une espèce de fièvre immobilière dans les zones touristiques et urbaines. Se construisirent de grands ensembles d'appartements et d'établissements hôteliers en contradiction ouverte avec notre style et notre culture, sans le goût et la qualité minimale exigée et sans respecter les exigences naturelles du paysage. Nos villes et beaucoup de nos villages ont connu une croissance anarchique et déshumanisée avec des critères simplement instrumentaux et une utilisation abusive du sol sans la moindre attention pour l'espace public. Cela nous affecte de voir que le terme de "baléarisation" est devenu synonyme de destruction de la nature et de manque de planification rationnelle touristique et urbaine"* (Casa de Velasquez, 1990, p. )

— Un dernier élément pour compléter les explications de type structurel proviendrait de l'incapacité du modèle d'organisation touristique à renouveler les facteurs de base à l'origine du succès espagnol. H. Poutet (1995) indique que "*le niveau de vie des touristes a beaucoup évolué, leur esprit critique aussi, mais les prestations offertes par l'Espagne n'ont pas suivi, et le produit offert demeure, pour l'essentiel, identique à celui qui avait eu tant de succès dans les années soixante*" (p. 365). Fondé sur l'offre saisonnière d'un mono-produit balnéaire constitué de prestations bon marché et peu diversifiées, il semble que ce modèle n'ait pas su véritablement intégrer les nouvelles attentes des touristes (sports, culture, activités, ....), les multiples transformations des rapports au temps (multiplication des courts séjours) et la montée de la segmentation. Conçu et imaginé pour une société structurée par des normes de consommation précises (cf. chapitre V), ce modèle symbolise une époque du développement touristique. Le modèle d'organisation touristique fordiste, historiquement forgé et dirigé par les structures d'offre, a éclaté par la différenciation des pratiques et la diversité des valeurs. Cette non-diversité, c'est à dire cette normalisation forte des pratiques, est interprétée aujourd'hui comme un signe de non-qualité. Les formes contemporaines de tourisme, qui renvoient à des manières de vivre "un temps à soi" dans un espace de liberté, semblent s'intégrer avec difficulté dans cette articulation de principes fordistes.

Les explications conjoncturelles et structurelles proposées pour comprendre la nature de cette crise ne s'excluent pas. Elles illustrent, à leur manière, les blocages qui viennent progressivement remettre en cause la croissance du modèle d'organisation touristique qui s'est implanté en Espagne dans les années 60. La transformation des modes de vie, l'évolution des formes de la concurrence, le mode d'inscription de ce modèle dans l'économie mondiale sont autant d'éléments qui ont bouleversé "*la progression générale et relativement cohérente*" (R. Boyer, 1986, p. 46) de ce modèle. En ce sens, les difficultés du tourisme en Espagne à la fin de la décennie 80 peuvent être interprétées en s'appuyant sur les travaux de l'école de la régulation. Pour le dire autrement, la crise du tourisme espagnol serait avant tout une crise de la régulation fordiste.

### II. 3 La "qualité" au coeur des modèles de sortie de crise touristique en Espagne

C'est le concept de qualité qui semble le plus approprié pour résumer les arguments avancés par ceux qui perçoivent une étape de mutations profondes au sein du modèle d'organisation touristique espagnol. La qualité se dégrade au niveau des prestations de services hôteliers, au niveau du milieu ambiant et plus généralement de l'environnement, et au niveau de l'attractivité des lieux touristiques qui offrent une game

de services peu diversifiés. C'est la remise en cause du modèle de masse fordiste qui est sous-jacente dont la "crise de la qualité" apparaît comme l'indice le plus significatif..

Dans cette optique, on comprend que les mesures décidées par les autorités espagnoles, à partir des années 90, aient eu pour principal objectif la restauration de cette qualité<sup>23</sup>. H. Poutet témoigne de cette prise de conscience : "*Les séminaires, les symposiums et les colloques se succèdent afin d'approfondir la réflexion sur les causes d'une crise dont on ne peut que constater qu'elle s'aggrave malgré le regain d'optimisme provoqué par les événements de 1992. (...) S'y trouvaient, (...) d'éminents spécialistes du tourisme, des professeurs de différentes Universités espagnoles, des professionnels du secteur touristique, des représentants officiels du tourisme espagnol et des Autonomies, qui, au terme de leur intervention, ont tous affirmé que la Qualité était désormais le seul remède pouvant encore sauver le tourisme espagnol*" (p. 364). Nous verrons, dans le dernier chapitre de cette thèse, que cette mesure n'est pas sans poser de sérieux problèmes théoriques. Quelques éléments de l'histoire touristique récente de l'Espagne vont nous persuader de la place occupée par la qualité dans les politiques touristiques actuelles.

— Tout d'abord, la diversification des marchés est retenue comme une priorité. Begona de Miguel déclarait à la revue espagnole MK en 1992 que "*l'Espagne ne doit pas devenir le refuge du tourisme pauvre et de basse qualité mais plutôt un pays choisi pour une relation qualité/prix acceptable*". Dans cette optique, on a demandé à chaque communauté autonome d'établir les potentialités touristiques (naturelle, culturelle, sportive) de son territoire afin d'élargir la gamme des produits offerts. Ceci permettrait de répondre à la segmentation croissante des marchés et en particulier de capter une clientèle disposant d'un pouvoir d'achat plus important. C'est ainsi que l'Espagne s'est lancée dans certaines formes de tourisme que l'on qualifie "d'alternatives". La conclusion générale d'un colloque tenu à la Casa de Velasquez en 1990 sur le thème de "la crise touristique" établissait d'ailleurs que "*la sortie de la récession passera par le développement des tourisms spécifiques*" (Manuel Marchena Gomez; 1990, p. 405). Le développement du tourisme rural en consitue une dimension. Venancio Bote Gomez

---

<sup>23</sup>. Il semble d'ailleurs qu'aujourd'hui le concept de qualité inonde la littérature sur le tourisme (Revue espace. Janvier-Février 1994) sans toutefois que l'on sache souvent ce que cette notion recouvre. Différents exemples vont nous en persuader. S. Leymarie et J. Tripier (1992) expliquent que le Maroc s'il souhaite jouer un rôle touristique significatif doit "*opter pour un tourisme de masse tout en améliorant la qualité*" (p. 140). Dans leur optique, il s'agit de promulguer des règles sévères pour protéger l'environnement. J. Scol (1994) précise, quant à lui, que pour résoudre les difficultés de l'archipel du Dodécannèse grec. "*il est indispensable de rendre ses lettres de noblesse à la destination. Cet objectif n'est réalisable qu'à condition d'une amélioration de la qualité du produit touristique proposé. Il convient donc de passer d'une logique de développement quantitative du tourisme : accroissement de la capacité d'accueil et des arrivées, à une logique de développement qualitative : hébergement, clientèle, infrastructures, accueil, services...La qualité doit prévaloir sur la quantité*" (p. 288). On perçoit à la fois toute la difficulté et tous les enjeux à approcher cette notion de qualité.

(1990) a décrit l'expérience d'implantation du tourisme qui s'est déroulée dans 17 villages du nord de l'Estrémadure. Cet essai, particulièrement réussi, est devenu un modèle de développement de cette forme de tourisme. La stratégie adoptée est une stratégie artisanale qui a renoncé à toute forme de massification, évitant ainsi les coûts et les risques liés à une occupation irresponsable de l'espace rural. V. Bote Gomez nous explique qu'il a fallu faire face à la segmentation de la demande par la création d'une hôtellerie familiale de haute qualité, la reconstruction de logements vieux et abandonnés pour créer une certaine image d'authenticité, et le maintien d'une offre extra-hôtelière. Cette expérience a permis la reconstruction d'un patrimoine architectural et populaire et a donné naissance à une petite économie locale. Progressivement, c'est toute l'Espagne, y compris ses régions les plus reculées qui cherche à mettre l'accent sur la richesse de son patrimoine et sur les possibilités d'animation.

— C'est dans cette optique de diversification qu'il faut aussi interpréter les transformations de l'offre hôtelière. "*Les nouvelles tendances en ce qui concerne la construction d'hôtels s'orientent vers la création d'établissements 5 étoiles*" (M. Segui Llinas, 1995, p. 62) et vers "*des logements plus personnalisés, loin des grands hôtels froids et impersonnels, avec de beaux panoramas, où l'essentiel se trouve dans l'accueil chaleureux et les détails conviviaux*" (p. 82).

— l'amélioration de la qualité s'est également concrétisée dans la mise en place de mesures législatives visant à soigner les espaces naturels. Par exemple, la loi du 30 janvier 1991 vise à protéger les espaces naturels et le régime urbanistique des Îles Baléares. Il n'est plus possible de construire où on le souhaite. Une plus grande attention est également apportée à la qualité des eaux de baignade et plus généralement au patrimoine naturel et culturel<sup>24</sup>.

Tous ces éléments nous montrent que l'Espagne a décidé, pour maintenir sa place sur le marché touristique, de transformer et de rénover sa manière de penser et d'organiser le tourisme sur son territoire. Elle s'est engagée dans la reconversion de son image et dans la démassification progressive de ses supports. Il semble que la priorité affichée de la qualité sur la quantité constitue la réaction la plus vive d'une société qui cherche à ranimer son secteur économique le plus important. C'est l'un des indices des limites d'un fordisme quantitativiste par essence. Il fallait "*changer l'idée d'un tourisme de masse homogène (fait d'une masse d'individus qui veulent tous venir au même moment et qui tous cherchent la même chose au même endroit), en un tourisme, qu'on pourrait*

---

<sup>24</sup>. Il existe un Programme des Nations Unis pour l'environnement qui regroupe l'ensemble des pays européens (le Plan Bleu, 1990).

*appeler aussi de masse, car l'infrastructure des îles (les Baléares) exige une masse, mais une masse faite par l'addition de différentes sortes de touristes, étalés tout au long de l'année, occupant des espaces différents et venant à des périodes différentes. On éviterait ainsi la massification et la saisonnalité" (M. Seguí Llinas, 1995, p. 65). C'est donc vers un tourisme que l'on pourrait qualifier de "post-fordiste" qui est centré davantage sur la qualité de l'équipement, de l'environnement et de l'encadrement que semble se diriger l'Espagne touristique.*

## Conclusion du chapitre VI

Ce chapitre nous a persuadé de la relative pertinence du cadre régulationniste pour analyser les transformations du marché touristique. Grâce à cette grille de lecture, il est possible d'interpréter la crise du tourisme espagnol comme la dégénérescence progressive d'un modèle d'organisation touristique. Si notre analyse de terrain nous a permis de vérifier qu'effectivement, à la fin des années 80, le tourisme espagnol a connu quelques difficultés de développement, celle-ci est largement insuffisante et nécessiterait un travail d'enquêtes plus approfondies à la fois sur le territoire espagnol mais aussi sur d'autres territoires touristiques afin de repérer des spécificités, des nuances et des contradictions. Ce n'est qu'en adoptant ce type de démarche qu'il sera possible d'enrichir notre analyse et la connaissance du marché touristique (en établissant par exemple une typologie des modèles touristiques fordistes).

L'Espagne serait en train d'abandonner le modèle de développement touristique fordiste, auquel elle avait pourtant assuré un réel succès, pour adopter un modèle plus riche en services et où l'enjeu central serait la qualité. C'est le type d'enseignements qu'il est possible de tirer de l'observation et de justifier à l'aide de l'approche de la théorie de la régulation. Néanmoins, si d'un point de vue théorique, on avait déjà ressenti une difficulté à percevoir ce que pouvait recouvrir le concept de "post-fordisme", il semble bien que cette difficulté demeure. Le "post-fordisme" touristique se définit, avant tout, par le modèle d'organisation fordiste. Il cherche, par tous les moyens, à éviter et à dépasser les pièges et les travers de la massification. La qualité y est perçue comme l'objectif à atteindre sans que l'on sache véritablement comment y parvenir. En effet, la notion de qualité est une notion très relative. Elle peut varier au sein d'une société donnée, à un moment donné de l'histoire, entre les individus eux mêmes. Elle dépend largement de principes et de valeurs. En ce sens, il existe peut être plusieurs constructions possibles et acceptables de la qualité qui amèneraient à penser à plusieurs post-fordismes touristiques possibles ou à différentes configurations de pratiques touristiques. Dans cette optique, le modèle des pratiques fordistes renverrait à une conception particulière de la qualité et plus généralement des vacances. On touche peut être là une limite de l'approche en termes de régulation qui consiste à accorder aux pratiques individuelles un rôle minimal et à négliger les approches microéconomiques. Les résultats obtenus dans la deuxième partie de cette thèse vont servir à consolider notre construction générale. Tout en n'abandonnant pas la perspective régulationniste, c'est en réintégrant les pratiques et les attentes des touristes dans notre schéma d'analyse

qu'il sera possible d'élaborer et de comprendre la diversité des pratiques et des modes d'organisation touristique. Ce sera tout l'enjeu du dernier chapitre.

## Chapitre VII : Une approche socio-économique des pratiques touristiques : "les mondes du tourisme"

C'est sans doute le qualificatif de "diversité" qui caractérise le mieux les pratiques touristiques actuelles, comme le montre, parmi d'autres, le cas espagnol que nous avons retenu. Les propositions pour tenter de surmonter la crise touristique qu'a connue ce pays, à la fin des années 80, allaient dans ce sens : l'objectif consiste, en grande partie, à s'adapter rapidement au foisonnement des pratiques et à ce nouveau rapport que les individus entretiennent avec le temps libéré.

En fait, le tourisme semble, de plus en plus, perçu comme un bloc de temps social qui appartient à l'individu et qui est chargé de valeurs et de liberté<sup>1</sup>. Jean-Luc Michaud (1992) résume cette tendance en expliquant que dans l'histoire on repère, après l'âge du voyageur et celui de la massification, une troisième période *"marquée par un souci de différenciation qui résulte non seulement d'une réaction de la clientèle la plus familiarisée avec le tourisme, face à l'uniformisation des pratiques et des lieux de vacances, mais aussi de la tendance plus générale, dans les sociétés industrialisées, à l'individualisation des choix et des mœurs. Cette évolution de la demande fait écho aux tendances de l'offre, attentive à des "segmentations" de plus en plus fines des gammes de produits. De même ces produits sont-ils de plus en plus complets, "intégrés", et caractérisés par un glissement raisonné vers des thèmes et des activités valorisant la personnalisation des pratiques de loisirs, et par conséquent l'individu lui même"* (p. 65).

En s'intéressant au cas du tourisme espagnol, les concepts théoriques de la régulation ont pu être jugés sur leur capacité à constituer une bonne grille de lecture de la réalité.

---

<sup>1</sup>. Pour reprendre la pensée de Jean Viard, le tourisme a *"dessiné les premiers moments de non-travail sans Dieu"* (1987, p. 36).

Cette théorie nous a permis de comprendre les raisons pour lesquelles le modèle d'organisation touristique de masse, en intégrant avec difficultés, dans sa logique de développement, les évolutions économiques, sociales et culturelles, avait fini par ne plus répondre aux attentes de l'ensemble des touristes. On a pu constater que ce "fait social majeur" de notre époque était soumis à des forces émanant d'autres sphères de l'économie et de la société. Dans une optique régulationniste, les déséquilibres et les tensions doivent être interprétés, avant tout, comme l'indice d'une crise de développement, comme le signe d'un changement, fruit de l'inventivité sociale. Au temps du tourisme de masse qualifié de "fordiste" succéderait donc un tourisme exaltant l'éparpillement des repères et des goûts, que l'on pourrait qualifier de "post-fordiste". Si cette analyse permet d'approcher la dynamique des pratiques touristiques, elle le fait en envisageant la figure du changement comme le remplacement progressif d'un modèle d'organisation et de consommation cohérent sous l'angle de la demande et de l'offre par un autre modèle qui trouve sa cohérence et sa légitimité en articulant différemment des structures d'offre et de demande. Cette conception de la dynamique en général et plus particulièrement de la dynamique des pratiques touristiques ne nous satisfait pas totalement, et ceci pour plusieurs raisons :

— Le concept de "post-fordisme" est un concept pratique mais peu opérationnel. Il se définit avant tout en référence au régime d'accumulation fordiste comme s'il constituait un "non-fordisme". Cette définition par défaut semble obéir plus à des arguments idéologiques ou logiques qu'à une analyse approfondie des pratiques nouvelles. Les contours de ce nouveau régime d'accumulation semblent, en effet, avoir été obtenus en appliquant un raisonnement fondé sur une séquence logique. Ceci peut paraître paradoxal pour un courant de pensée qui a pour hypothèse principale le caractère historique des mouvements du capital et qui rejette, a priori, les lois mécaniques et abstraites.

— On peut constater une certaine difficulté des auteurs régulationnistes eux-mêmes (R. Boyer, 1995) à préciser les principales caractéristiques du "post-fordisme". On peut d'ailleurs se demander si l'après-fordisme touristique ne pourrait pas prendre la forme d'un modèle d'organisation et de pratiques composés d'un "bricolage" d'éléments fordistes, plutôt que la voie d'un changement radical. D'autres interrogations demeurent sans réponses. La segmentation du marché touristique ne va-t-elle pas conduire au maintien d'un modèle d'organisation fordiste pour une catégorie d'individus et à l'apparition d'autres modèles d'organisation pour d'autres catégories ? Lesquelles ? Sur quels principes ou "régulations" seront-ils structurés ? Dans ce cas, il faudrait envisager la diversité des modèles d'organisation et de pratiques touristiques, leur légitimité et

leur complémentarité. C'est alors la question de l'unicité du "post-fordisme" qui est posée (Georges Benko et Alain Lipietz, 1995). Cette question renvoie à des problèmes méthodologiques sérieux car constater la coexistence de modèles post-fordistes différents pose le problème de leur conceptualisation au sein d'un cadre régulationniste. C'est peut-être parce que la théorie de la régulation est davantage une théorie macroéconomique de la reproduction des rapports sociaux qu'une approche microéconomique ou sectorielle<sup>2</sup> de la coordination et de l'innovation, qu'elle éprouve ce type de difficultés.

— En fait, cette approche théorique nous a permis de comprendre les raisons pour lesquelles la pratique touristique est apparue, en intégrant la norme de consommation, comme un élément central de la régulation fordiste. Pour autant, si cette théorie rend compte de l'essor de ce modèle d'organisation touristique "fordiste" et des pratiques qui lui étaient associées, on peut s'interroger sur sa capacité à expliquer les mutations de ces pratiques et la crise de ses supports principaux. Dans le cadre régulationniste, la crise *"se définit par l'arrivée aux limites et à la montée des contradictions au sein des formes institutionnelles les plus essentielles, celles qui conditionnent le régime d'accumulation"* (R. Boyer, 1986, p. 68). Si nous pouvons repérer quelques éléments capables d'expliquer partiellement ces transformations (montée des inégalités, augmentation des niveaux scolaires, ...), il est difficile, dans le cas du tourisme, de repérer les principales formes institutionnelles qui sont entrées en crise, et surtout de percevoir les contours de la nouvelle configuration institutionnelle qui viendrait favoriser la mise en place des nouveaux modèles d'organisation touristique. Plus qu'une théorie du changement institutionnel, le cadre régulationniste se présente comme une théorie de la cohérence passée et de sa crise. En se cantonnant à une lecture de la société au travers d'acteurs collectifs, *"la théorie de la régulation risque d'être surtout utile pour reconstituer les cohérences passées"* (Olivier Favereau, 1994, p. 10).

En résumé, c'est donc l'analyse du changement des formes institutionnelles qui nous semble peu développée dans ce cadre. Dans la théorie de la régulation, les individus suivent des règles et se conforment à des normes sociales. En se fondant sur cette hypothèse du primat des rapports sociaux sur les pratiques individuelles, cette approche

---

<sup>2</sup>. On peut toutefois signaler que certains travaux, privilégiant une approche régulationniste, comme ceux de Christian du Tertre (1995) ou Amédée Mollard (1995) cherchent à développer une approche sectorielle. Comme C. du Tertre (1995, p. 323) le souligne à propos du rapport salarial, *"l'approche macroéconomique ne peut pas rendre compte de la diversité des configurations que prennent le travail, la technique et l'organisation. En revanche, l'approche sectorielle de type méso-économique est susceptible de fixer, sous certaines conditions, des principes d'intelligibilité des processus de différenciation de la place du travail dans la production"*.

remporte des succès mais éprouve en même temps des difficultés à comprendre les mécanismes de constitution des acteurs collectifs (comment les systèmes de valeurs qu'ils soient de type moral ou passionnel se constituent-ils ?), de leur renouvellement et de l'apparition de pratiques innovantes. Comme le précise Bernard Billaudot (1996), "*Il ne suffit pas de comprendre pourquoi les individus suivent des règles, comme étant la condition possible d'une socialité. La vision requise doit inclure une définition des comportements des acteurs telle que, face aux manifestations de certaines contradictions et selon la prise de conscience qu'ils s'en font, ceux-ci soient à même d'innover*" (p. 35). Sans nier les apports théoriques et l'originalité forte de l'éclairage régulationniste, il semble qu'il présente un certain nombre de limites. C'est donc à un enrichissement théorique qu'il faut procéder, au moins dans le champ qui nous occupe.

La prise en compte de la diversité des pratiques individuelles dans un cadre régulationniste peut, selon nous, se faire en intégrant certains des apports théoriques de l'économie des conventions. Notre démarche va consister, en reprenant la terminologie d'Olivier Favereau (1995), à articuler "*la macroéconomie de la régulation*" qui "*est une macroéconomie de la reproduction*" à "*la macroéconomie conventionnaliste*" qui "*est une macroéconomie de la diversité*" (p. 517). Pour le dire autrement, notre objectif est d'essayer de fonder théoriquement la diversité des modèles d'organisation et de pratiques touristiques comme autant de modèles de régulation coexistant durablement et par ailleurs interconnectés. Nous appellerons, en nous fondant sur les travaux de Robert Salais et Michael Storper (1995), "Monde du tourisme" chacune des configurations de conventions obtenues. Nous verrons que chacun des mondes articule un niveau d'analyse macro-socio-économique puisqu'il fait référence à un modèle global d'organisation et de régulation des pratiques touristiques, et un niveau micro-socio-économique analysé en s'appuyant sur la théorie économique des conventions.

La construction d'une typologie des mondes du tourisme nous permettra de disposer d'une interprétation de la diversité des pratiques touristiques et des coordinations économiques correspondantes.

Ce chapitre comprend trois parties :

Dans une première étape, nous nous interrogerons sur les raisons pour lesquelles l'analyse économique des conventions peut participer au renouvellement des conclusions et des résultats présentés par la théorie de la régulation, puis, nous nous intéresserons au type d'applications et d'impulsions que cette analyse a pu recevoir dans le cadre de l'analyse des "mondes de production".

Dans une deuxième étape de notre réflexion, revenant à notre objet d'étude, c'est l'élaboration d'une typologie des mondes du tourisme qui nous animera. Celle-ci comblera deux dimensions qui sont apparues progressivement au cours de la thèse. Les réflexions menées dans le chapitre IV sur le fait que l'espace des choix du touriste pouvait théoriquement être étendu aux modalités contractuelles elles-mêmes (à savoir l'arbitrage entre "faire" ou "faire-faire") et les tentatives effectuées dans le chapitre V pour tenter de percevoir les formes que pourraient prendre le modèle "post-fordiste" par rapport au modèle fordiste (à savoir la passage de produits standardisés à des pratiques réclamant une exigence de services) vont constituer nos deux axes. L'exercice final consistera à les réunir.

Enfin, nous nous attacherons à l'analyse des différentes composantes de ces mondes du tourisme. La question de la qualité qui s'était posée à la fin du chapitre VI, le rapport à l'incertitude, la place et le mode de prestations des services seront autant de dimensions au coeur de la pratique touristique qui recevront un éclairage, grâce à cette typologie. Ce sera l'occasion pour nous de constater que ces développements théoriques, loin de rejeter les apports de l'analyse en termes de régulation, participent plutôt à son renforcement.

## Section I : Les "mondes" de production, une analyse théorique de la diversité

L'objectif de cette section n'est pas tant de réfléchir aux hypothèses ou aux développements de l'économie des conventions que de voir dans quelle mesure la notion de "convention" peut venir enrichir les analyses menées en termes de régulation. C'est sur ce concept de "convention" que l'approche en termes de "mondes de production" s'est appuyée pour construire son appareil conceptuel. Ce type d'analyse qui cherche à montrer l'existence et la complémentarité de plusieurs formes d'efficacité économique nous semble particulièrement intéressant pour réfléchir aux différents modèles d'organisation et de pratiques touristiques possibles.

### I. 1 Un enrichissement théorique : les apports de l'économie des conventions

Face aux difficultés que présentent les théories économiques standard et standard élargie (cf. chapitres III et IV) pour rendre compte des rapports sociaux et pour interpréter avec plus de réalisme les pratiques concrètes des individus, s'est développé, durant les années quatre-vingt, en France<sup>3</sup> et dans une moindre mesure aux États-Unis<sup>4</sup>,

---

<sup>3</sup>. L'économie des conventions, version française, est un programme de recherche récent qui trouve son origine dans la parution d'un numéro de la Revue Économique en 1989. Lors de cette publication, c'est l'expression "convention" qui a été retenue, malgré l'hétérogénéité des voies de recherche, pour servir de cadre commun à ces différentes contributions théoriques. Plus récemment, sous la direction d'André Orléan (1994), un ouvrage de synthèse a été publié témoignant de la vitalité de ce courant et de sa structuration progressive.

<sup>4</sup>. L'approche américaine (T. Schelling, 1977) s'inscrit dans le cadre de la théorie des jeux. Elle se présente comme une théorie microéconomique de la décision en incertain et s'appuie sur le concept de convention tel qu'il a pu être défini par D. Lewis en 1969. "*Une régularité R dans le comportement des membres d'une population P quand ils agissent dans une situation récurrente S est une convention si et seulement si, à chaque exemple de S, au sein des membres de P :*

— Chacun se conforme à R

— Chacun anticipe que chacun des autres se conforme à R

— Chacun préfère se conformer à R à condition que les autres le fassent. Puisque S est un problème de coordination, la conformité générale à R aboutit à un équilibre de coordination". (cité par R. Salais et M. Storper, 1993, p. 48).

Cette approche ne remet pas en cause le postulat de l'individualisme méthodologique. Son objectif est de chercher à voir comment des accords finissent par émerger pour résoudre collectivement des situations que le calcul individuel ne peut résoudre. Comme le précise P-Y Gomez, "*elle tâche de comprendre comment peuvent naître des conventions, en définissant celles-ci comme des classes de comportements standard. Les individus, libres de leurs décisions, peuvent être conduits à préférer se conformer à ces standard, plutôt que de chercher de manière isolée à trouver des solutions*" (1994, p. 81). Pour une synthèse de ces questions, on pourra se reporter à Laurent Cordonnier (1997).

un programme de recherche en économie centré sur le concept de "convention". Il se présente comme un modèle alternatif à l'approche traditionnelle de l'économie. L'idée générale qui est au coeur de cette théorie consiste à dire que le système économique fonctionne (les agents économiques échangent, travaillent, etc.) grâce à "*des cadres communs sans lesquels aucune forme d'échange, même ponctuel, ne serait possible*" (Henri Amblard, Philippe Bernoux, Gilles Hereros et Yves-Frédéric Livian, 1996). En relâchant les hypothèses qui constituent le noyau dur de la théorie traditionnelle, c'est à dire en plaçant l'individu dans un univers incertain et en le privant de la rationalité substantive, la coordination entre acteurs ne peut plus se concevoir comme le résultat du jeu de l'offre et de la demande. Des procédures collectives (des conventions) viennent en quelque sorte aider l'agent économique dans ses décisions individuelles.

La théorie de la régulation, comme certains le proposent (O. Favereau, 1995, B. Billaudot, 1996) pourrait bénéficier de ces apports théoriques. Une telle articulation entre l'économie des conventions et l'approche de la régulation permettrait ainsi de construire une analyse nouvelle du "*rôle des pratiques individuelles dans le changement des formes institutionnelles*" (B. Billaudot, 1996, p. 133).

#### A) Présentation de la notion de "convention"

L'approche contractuelle du marché touristique que nous avons envisagée au chapitre IV perçoit les "coûts" comme les variables décisives pour que se réalise la coordination entre acteurs économiques rationnels. Contrairement à cette approche, l'analyse économique des conventions, en réinterrogeant les qualités dont sont dotés les individus de la théorie économique traditionnelle, cherche à montrer qu'au coeur des échanges et des relations entre individus, se situe un espace normé par des conventions. Notre objectif n'est pas ici d'exposer ou d'entrer dans les débats relatifs à la question de la clarification conceptuelle qui entoure cette notion, mais plutôt de retenir la définition qui semble la plus appropriée à notre objet d'étude.

La définition proposée par J. Gadrey (1994, p. 142) qui fait des conventions un ensemble "*d'attentes réciproques largement tacites, de savoirs partagés et de règles de comportements non contractuelles, c'est-à-dire implicites*" nous paraît à la fois éclairante et suffisamment large pour aborder les pratiques touristiques.

Le positionnement méthodologique de l'économie des conventions est particulier. Il se situe à l'articulation de l'individualisme et du holisme méthodologique. C'est par une réinterrogation systématique des hypothèses centrales du modèle traditionnel de l'économie (univers des choix risqué, rationalité substantielle) que s'élabore une vision alternative de l'économie.

— Si l'individu demeure "*le point de départ du modèle conventionnaliste*", les caractéristiques qui le gouvernent sont différentes de celles proposées par le modèle standard. En effet, dans l'optique conventionnaliste, l'individu décide et vit dans un univers incertain<sup>5</sup> au sens de Frank Knight (1921), c'est à dire dans un univers où le futur n'a aucune raison de ressembler au passé. Cette impossibilité de probabiliser le temps et donc de choisir et d'agir en étant sûr du résultat de l'action réduit la souveraineté et la puissance de calcul des agents économiques. Aucune règle logique de calcul ne peut venir apporter la meilleure stratégie quant au choix à effectuer. Ainsi, prendre une décision dans un tel contexte se révèle impossible. Pourtant, on observe que l'individu agit, échange et décide malgré les difficultés qu'il rencontre pour fonder rationnellement ses choix. C'est donc qu'il a recours à d'autres moyens pour atténuer ces entraves à l'action. "*C'est parce que l'individu n'est pas seul qu'il peut obtenir des indications sur la manière de décider seul. L'existence d'autrui n'est alors ni une contrainte, ni une concurrence, mais une indication de conduite normative*" (P-Y. Gomez, 1996, p. 171). Ce sont des règles, des habitudes de faire, des codes, des usages qui vont finalement lui fournir des repères et qui vont l'éclairer sur la manière d'agir. Dans ce cadre, on peut dire que la convention permet et "*oriente le calcul*" (P-Y. Gomez, 1996, p. 174). Elle réduit l'incertitude car chacun va pouvoir anticiper ce que les autres vont faire si tous le monde adopte les conventions en vigueur. En ce sens, "*la convention normalise l'espace des comportements individuels*" (P-Y. Gomez, 1996, p. 174). Le concept de convention renvoie à un comportement paradoxal où l'individu est à la fois libre et soumis à des constructions et des structures collectives. En fait, l'individu est libre d'adhérer ou non à un système conventionnel de règles donné. "*Une véritable lutte pour rendre convaincante les conventions auxquelles on se réfère*" (P-Y Gomez, 1996, p. 178) donne lieu à une dynamique sociale qui est à l'origine de l'évolution et de l'apparition de nouvelles conventions. Autrement dit, les individus ne sont pas programmés pour assurer la reproduction des formes institutionnelles, mais par leur adhésion à ces formes (ou leur rejet), ils en assurent la continuité et la transformation. Des tensions peuvent toutefois survenir entre les individus et leurs cadres normatifs ce qui ouvre la voie à la mise en place d'un nouveau système conventionnel.

— L'économie des conventions s'oppose aussi à l'analyse traditionnelle de l'économie fondée sur l'intérêt et la rationalité économique. En fait, envisager les

---

<sup>5</sup>. La différence que Frank Knight établit en 1921 entre une situation risquée et une situation incertaine est célèbre. Elle se situe dans la possibilité de probabiliser une situation risquée alors qu'il est impossible par définition pour un acteur de prévoir (par le calcul) l'incertain.

individus en situation d'incertitude radicale a pour corollaire de rompre avec une approche substantive de la rationalité. Privés de la possibilité de décider et de calculer en faisant appel aux cadres de la raison universelle, les individus vont davantage chercher des solutions en adoptant "la raison commune". Cette raison est le fruit d'une construction sociale qui recouvre ce qui est perçu par les acteurs comme étant raisonnable à un moment donné et dans un contexte social particulier. Une action sera dite raisonnable si les individus sont capables de l'expliquer et de la justifier a posteriori. En fait, avec une telle conception de la rationalité, ce sont les façons de rationaliser les comportements qui deviennent l'enjeu de l'analyse. Comme le précise P-Y. Gomez (1995, p. 181) "*La rationalité cesse d'être une propriété intrinsèque et devient un processus. (...) Il importe davantage de savoir selon quelles modalités elles (les pratiques) sont reconnues comme rationnelles, c'est à dire rationalisées*". La rationalité, pour reprendre le concept de B. Billaudot (1996) devient "située" ou "contextuelle", c'est-à-dire qu'elle s'explique et se définit en relation avec "*un certain capital cognitif commun (aux agents qui interagissent), sous la forme d'une communauté d'expériences, qu'elles soient culturelles ou historiques*" (R. Boyer et A. Orléans, 1991, p. 236). On peut résumer cette idée en disant que les comportements et les actions des individus ont un sens à leurs yeux car ils sont rattachés à un cadre commun. C'est donc par l'émergence de conventions, c'est-à-dire de structures collectives de représentation et de décision, que les agents parviennent à se coordonner librement et à justifier la manière dont ils s'y sont pris.

C'est en repensant les hypothèses qui définissent l'individu de la théorie économique traditionnelle que l'économie des conventions est parvenue à mettre en place une approche de la diversité des modes de coordination fondée sur l'idée que les agents économiques ont besoin, pour agir, de référents communs et de représentations partagées. Dans ce cadre, la rationalité optimisatrice de la théorie économique apparaît comme l'une des rationalités possibles pour fonder leur action. C'est parce que les individus adhèrent librement aux conventions qu'il est possible d'envisager leur renouvellement. Les conventions, bien qu'offrant un cadre stable d'action, peuvent si le contexte change, ne plus satisfaire "*la même fonction face à l'incertitude*" (B. Billaudot, 1996, p. 121). Les transformations du contexte réclament donc l'émergence de conventions nouvelles capables de renouer avec l'esprit coopératif et de maintenir la référence à l'intérêt personnel. On comprend ainsi que les conventions évoluent, se transforment et finalement se confondent avec l'histoire.

L'économie des conventions parvient, en envisageant l'homme tel qu'il est, à construire une représentation de l'espace socio-économique qui éclaire les pratiques des individus. Notre objectif est d'essayer de voir dans quelles mesures la théorie de la

régulation, qui dans sa version initiale "sur-socialise" les acteurs, peut bénéficier des avancées théoriques du cadre conventionnaliste.

## B) La conjugaison des programmes régulationniste et conventionnaliste

La théorie de la régulation, telle qu'elle a été développée durant les années 70 et 80, est avant tout macro-économique et holiste. Comme nous l'avons exposé dans le chapitre V, son principal objectif consiste à montrer que la dynamique économique globale du capitalisme, loin d'être le résultat de lois atemporelles, dépend de l'apparition, de l'adaptation et de la mutation de formes institutionnelles. Dans ce cadre théorique, le changement est donc envisagé comme la conséquence d'une transformation des structures. Cette approche qui tend à minimiser le rôle et l'influence des actions individuelles dans le processus de transformation sociale s'explique, en partie, par un certain attachement aux concepts de la théorie marxiste. La tradition marxiste qui fait de l'homme un être déterminé, pour l'essentiel, par les structures sociales (la classe sociale, ...) et le poids des habitus tend en effet à concevoir le mouvement global de la société comme une lutte entre groupes d'individus.

Pourtant, *"une contradiction sociale est une pure abstraction si elle n'est pas rapportée aux vécus des acteurs : elle n'a pas d'existence autre que celle qui tient à la prise de conscience de ces derniers. Cela vaut notamment pour les contradictions externes, celles qui apparaissent lorsque ces acteurs éprouvent une difficulté à se conformer, en même temps, à des conventions et valeurs différentes"* (B. Billaudot, 1996, p. 35). La théorie de la régulation, en sous-estimant les pratiques des agents économiques et plus précisément leur capacité à vouloir changer les cadres de leur espace social, rencontre des difficultés à rendre compte de l'émergence de nouvelles règles et de processus d'innovation. Plus largement, se pose la question de savoir comment apparaissent les formes institutionnelles et pourquoi les individus suivent des règles. O. Favereau (1994, p. 10) fait remarquer que si la théorie de la régulation postule l'existence d'acteurs collectifs, *"l'ordre du compromis n'est dès lors pas plus solide que l'ordre du contrat, car nous ne savons pas comment il se tisse, jour après jour, dans les représentations, les intentions et les actions des acteurs de la vie économique"*.

C'est pour répondre à ces défis théoriques qu'un certain nombre de théoriciens de la régulation<sup>6</sup> (R. Boyer et Y. Saillard, 1995) ont appelé à un principe de renouvellement

---

<sup>6</sup>. Précisons que cette volonté d'intégrer une réflexion sur les conventions n'a pas été perçue par tous les théoriciens de la régulation comme une avancée théorique. A. Lipietz qualifie même cette optique de

de leur cadre théorique. Il fallait donc chercher à dépasser la première approche de la régulation<sup>7</sup> (que certains ont qualifié TR 1) qui a été développée au cours des années 70 et 80 en partant d'autres travaux ou courants de recherche. C'est principalement sur les travaux de l'économie des conventions que les recherches se sont portées.

Certains auteurs ont souligné que les hypothèses retenues par la théorie des conventions (insistance sur l'autonomie des acteurs, c'est-à-dire individualisme méthodologique plus marqué, attachement à la figure de la coordination et de l'accord plutôt qu'à celle du conflit, caractère a-historique de l'analyse, moindre proximité par rapport aux traditions d'analyse issues de Marx) constituaient autant d'obstacles à une possible articulation des deux programmes théoriques. Pourtant, il nous semble que l'enrichissement de la théorie de la régulation par le concept de convention est possible. Plusieurs raisons nous portent à le croire.

— Tout d'abord, ces deux voies de recherche ont en commun une même dénonciation du caractère abstrait des hypothèses de l'analyse standard de l'économie (rejet de la rationalité optimisatrice et d'une approche atomistique de l'individu). Elles s'appuient sur une approche pluridisciplinaire et développent une conception élargie de l'objet de l'économie, en s'occupant aussi des normes, de la production des règles, des institutions, etc. Finalement, ces deux courants cherchent, mais de manière différente, à penser l'encastrement du social et de l'individuel au cœur duquel on trouve des institutions, des règles, et des processus de régulation.

— De plus, la théorie des conventions n'est pas aussi a-historique qu'on pourrait le penser. Pour elle, l'individu ne peut se définir hors de son contexte social et historique (environnement institutionnel, règles, ...). Même s'il est vrai que les modes de coordination entre acteurs n'y sont pas enracinés dans des formations sociales historiquement déterminées, les règles y sont analysées comme des processus historiques que les individus adoptent puis rejettent ou modifient en fonction de leurs convictions, individuelles ou collectives.

— Ces deux programmes partagent aussi l'idée que *"le collectif ne se réduit pas à l'interindividuel"*. *"Ce qui les différencie c'est que les acteurs individuels sont seuls*

---

"grand bond en arrière". Il écrit, par exemple, qu' *"alors que la régulation privilégiait les contradictions verticales (dominant/dominé) et introduisait un peu de subjectivité et d'agir communicationnel dans la reproduction conflictuelle des structures, la théorie des conventions fait chemin inverse. Elle part de la compétition horizontale d'individus supposés égaux, et cherche à rationaliser cette compétition en la rigidifiant autour de quelques "conventions", ces structures cognitives inventées dans le passé puis "oubliées"* (1995, p. 44).

<sup>7</sup>. Cette approche de la régulation numéro 1 (TR 1) est également appelée "théorie des cinq formes institutionnelles" (O. Favereau, 1995).

*fondamentaux dans l'Économie des conventions, cela ne signifie pas qu'il ne puisse exister d'acteurs collectifs mais plutôt que ceux-ci sont, en quelque sorte des acteurs dérivés" (O. Favereau, 1994, p. 11). ;*

Sans vouloir minimiser l'écart qui peut exister entre ces deux cadres théoriques, nous pensons que l'introduction du concept de convention et du mode de pensée scientifique correspondant peut contribuer à surmonter les obstacles que rencontre la théorie de la régulation pour comprendre le changement institutionnel qui se joue dans une période de crise de la régulation fordiste.

Grâce à la théorie des conventions, il devient possible, en principe, d'interpréter la dynamique économique comme le fruit d'une "*interaction réciproque permanente entre formes institutionnelles et pratiques individuelles*" (B. Billaudot, 1996, p. 137). La convention est, en effet, une règle stable mais qui peut évoluer. Les individus disposant d'un référentiel de calcul particulier (rationalité située) peuvent l'adopter ou la rejeter selon qu'elle leur apparaît plus ou moins convaincante. Si la conviction pour un ensemble de règles se relâche, c'est-à-dire s'il devient plus difficile pour les acteurs de mesurer la logique de ce qu'ils font, l'adhésion aux règles communes est moins forte. Toutefois, l'incitation au changement est atténuée par les formes institutionnelles en place. L'incitation au changement progressera si les difficultés qu'éprouvent les individus à justifier leurs actes augmentent de manière significative et s'ils disposent de ressources collectives et de pouvoirs suffisants pour changer l'ordre des choses. À ce stade, se pose, en effet, la question de l'action collective et du pouvoir d'intervention des acteurs sur l'ordre antérieur des choses. Les systèmes de rationalisation qui ne sont plus producteurs de sens et de coordination sont délaissés par les acteurs. Un processus de recomposition sur la base de nouvelles conventions peut alors s'opérer à condition que l'expression collective du changement soit possible. Si cette expression est suffisamment forte, les pratiques innovantes et différenciatrices qui renvoient à l'expression de la liberté des individus peuvent générer et proposer de nouvelles conventions à l'ensemble du corps social. Si elles sont acceptées, elles seront à l'origine de nouvelles pratiques qui, après avoir été dans un premier temps imitées, finiront par s'institutionnaliser. On peut donc dire que les pratiques individuelles, à l'origine de la genèse de nouveaux systèmes conventionnels, jouent un rôle essentiel dans la dynamique sociale, sous réserve qu'elles ne restent pas seulement individuelles et qu'elles s'élargissent soit sur le mode progressif de l'imitation, soit sur le mode de l'action collective et de la rupture.

B. Billaudot (1996) résume cette idée en écrivant qu' "*une grande crise s'ouvre lorsque la conformité conjointe aux conventions courantes, celles qui sont relatives aux diverses formes institutionnelles formant système, pose de plus en plus de problèmes à tout ou partie des individus*" (p. 138).



Comme on peut le constater, intégrer les apports de l'économie des conventions n'implique pas que l'on renonce à la problématique régulationniste. On cherche toujours à analyser l'apparition et l'adaptation des formes institutionnelles à l'origine des mouvements du capitalisme. Simplement, on éclaire ces changements par la nature conventionnelle de ces institutions. La succession des régimes d'accumulation se conçoit dans cette "approche régulationniste élargie" (TR 2) comme le renouvellement de systèmes conventionnels. Finalement, l'intégration du concept de convention au sein de la problématique régulationniste consiste à réduire la pression que les normes, définies comme étant des règles de comportements imposées aux individus par les rapports sociaux, exercent sur les pratiques des individus. La convention n'est pas une norme imposée, une contrainte non négociable, elle est une règle choisie par l'individu car elle lui semble conforme à ses pratiques. Les pratiques individuelles et les structures sociales forment, en quelque sorte, un système co-constituit. B. Billaudot (1996, p. 35) explicite cette idée en soulignant qu' "*il n'y a pas de structures sans sujets et de sujets sans structures (ou institutions); même quand les règles sont édictées, un rapport social entre en désuétude, s'il n'est actualisé par des pratiques conformes aux règles qui lui sont attachées*". Ainsi, en s'appuyant sur le concept de convention, il devient possible de rendre compte de manière plus convaincante des crises de régulation et des changements de structures.

Les acteurs sont donc capables, pour surmonter certaines situations d'indécidabilité, de produire des conventions par leurs actes. Ces conventions recevront une adhésion significative si ces acteurs-producteurs sont en mesure de les légitimer par des critères de justification. La stabilité de ces conventions va se cristalliser sous la forme de pratiques courantes et acceptées. La diversité des formes et des critères de rationalisation possibles autorise à penser que plusieurs configurations conventionnelles peuvent coexister sur un même espace socio-économique et qu'à certains moments, certaines configurations sont plus importantes que d'autres puisqu'elles sont rationalisées de manière plus efficace. C'est cette volonté de repérer la diversité des modèles conventionnels possibles de systèmes productifs et de relations professionnelles qui est au coeur des travaux de Robert Salais et de Michael Storper (1993) portant sur "les mondes de production". La typologie à laquelle ils parviennent est éclairante. Elle permet de justifier théoriquement la complémentarité de modèles de production. L'analyse de leur approche nous fournira un cadre stimulant pour réfléchir aux formes possibles d'une économie touristique post-fordiste.

## I. 2 La théorie des "mondes de production" de Salais et Storper (1993)

C'est en partant du constat d'une spécialisation internationale croissante dans les produits, et de la difficulté d'en rendre compte sur la base des arguments des théories traditionnelles du commerce international (théorie des avantages absolus et comparatifs), que R. Salais et M. Storper ont bâti leur approche. L'existence d'une diversité de produits effectivement recherchés par les agents économiques, mais aussi de savoir, de savoir-faire et d'attentes constitue en effet un défi théorique pour la théorie traditionnelle. Fondée sur l'hypothèse d'une rationalité optimisatrice, et donc sur l'idée que l'individu, par le calcul, est en mesure d'apporter à tous types de problème la meilleure solution, la théorie économique standard rencontre des difficultés pour interpréter l'existence d'une pluralité de solutions, de produits, de manières de faire. Comme les auteurs l'indiquent, *"la diversité reste perçue comme la conséquence négative d'obstacles à la diffusion des meilleurs pratiques, engendrées par des réalités institutionnelles"* (p. 13). Persuadés qu'un modèle doit être évalué à l'aune de sa capacité à éclairer les pratiques observées, R. Salais et M. Storper ont cherché à fonder théoriquement cette diversité. Pour cela, ils utilisent le cadre de l'économie des conventions.

Placés dans une situation d'incertitude radicale au sens de F. Knight, les acteurs pour se coordonner vont chercher à s'appuyer sur un "système d'attentes réciproques" (R. Salais et M. Storper, 1994). A priori, il n'y a aucune raison de supposer qu'il n'existe qu'un mode de coordination entre les acteurs. Les producteurs et les consommateurs peuvent engendrer différents types de conventions dans les situations dont ils font l'expérience, par exemple s'entendre tacitement sur la nature et les qualités de ce qui va être produit. On peut donc imaginer *"une pluralité de mondes possibles dans lesquels une action économique pertinente puisse être engagée. De cette pluralité des mondes possibles découle la diversité des produits qui arrivent à réalisation"* (p. 14). Chacun des mondes possibles peut donc être défini comme un modèle de conventions complexes et cohérentes qui se trouvent imbriquées. On obtient ainsi des configurations particulières de conventions.

Pour construire les mondes de production possibles, les auteurs sont partis de *"l'observation des enchaînements d'actions productives et d'échanges qui conduisent les acteurs à la réalisation du produit"* (p. 18). Ils ont ainsi pu repérer différentes modalités d'efficacité économique et les critères qui permettent de les construire. En croisant deux à deux les critères retenus, ils obtiennent une typologie composée de quatre

mondes possibles de production où chaque produit se présente "comme le résultat d'un processus de coordination entre producteurs et demandeurs où l'accord sur la qualité du produit se construit dans le même temps que le produit se fabrique" (p. 42). La qualité, dans ce cadre, ne préexiste donc pas à l'échange et à la production, elle est le résultat d'une construction sociale.

Cette typologie utilise deux entrées. La première est une "entrée par le produit" où l'on distingue les produits qui répondent à des demandes spécifiques, que les auteurs qualifient de "produits dédiés", et les produits qualifiés de "produits génériques" où l'on ne tient pas compte de la singularité des personnes qui vont les utiliser. La seconde est une entrée relative aux conventions de travail où l'on différencie les tâches standardisées et celles qui sont plutôt spécialisées. Comme l'indique le schéma n° 1, on aboutit à quatre registres d'actions correspondant chacun à une combinaison de conventions alliant une dimension de demande et une dimension d'offre. Ce sont quatre mondes possibles, c'est-à-dire quatre mondes "purs" résultant d'une construction théorique et non pas de mondes concrets. En fait, "considérée sous l'angle des formes possibles de la coordination, la variété concrète des produits peut être ramenée à celle d'une combinatoire des registres élémentaires d'action définis par les mondes possibles de production" (p. 41). Sans entrer dans les détails, il est possible de décrire chacun des mondes possibles ainsi obtenus.

Schéma n° 1 : Les mondes possibles de production

	Produits spécialisés (travail peu standardisé)	Produits standard (travail standardisé)
Produits dédiés	Monde de production interpersonnel	Monde de production marchand
Produits génériques	Monde de production immatériel	Monde de production industriel

source : R. Salais et M. Storper (1993)

— Le monde de production industriel correspond à celui de la production de masse où le prix constitue la variable essentielle. On ne tient pas compte des spécificités de la demande, la qualité répond donc à un standard général. C'est par la recherche d'économies d'échelles que ce monde se rationalise et trouve sa légitimité. Dans une optique régulationniste, on le qualifierait de "monde fordiste".

— Le monde de production marchand "*est le monde des produit standard, mais dédiés à un demandeur particulier. Le désir du demandeur coordonne dans l'instant les activités*" (p. 15). Le prix et la qualité, qui cette fois répondent à des attentes particulières, jouent un rôle significatif. Ce monde correspond au marché de type "marshallien" et, dans une certaine mesure, en combinant les économies d'échelles et les économies de variété, au modèle du "sur-mesure de masse" selon A. Bressand et K. Nicolaidis (1988).

— Le monde interpersonnel est un monde composé de produits uniques et spécialisés. Il se construit par la relation que va nouer l'offreur et le demandeur. Dans le processus de coordination des acteurs, la réputation et la confiance y jouent donc un rôle central. A priori, la qualité étant difficilement mesurable, le prix devient "*la seule modalité d'évaluation externe qui soit possible et observable dans cette forme de coordination*" (p. 45).

— Le monde immatériel (ou intellectuel) renvoie à celui de la création. C'est le monde de la recherche. Le producteur est supposé détenir un domaine de compétences spécialisées mais il fait face à une demande indifférenciée. L'incertitude y est radicale et, en quelque sorte nécessaire, puisque l'on ne peut connaître par avance ce que l'on cherche. Ce seront des règles éthiques ou scientifiques qui servent de support à l'évaluation de la qualité.

Chacun des mondes est construit sur des conventions particulières. Ces conventions portent sur plusieurs dimensions constitutives du produit et renvoient à différents principes d'organisation et d'action. Ces dimensions sur lesquelles doivent porter les accords sont nombreuses mais la qualité, le rapport à l'incertitude, le type de concurrence et de traitement en constituent les principales. Pour synthétiser l'épaisseur conventionnelle des produits, nous reprenons ci-dessous le schéma proposé par les auteurs (p. 43).

Schéma n° 2 : Description des principales dimensions des "mondes possibles" de production

	Produits spécialisés (travail peu standardisé)	Produits standard (travail standardisé)
Produits dédiés	<p>Évaluation de la qualité : Le prix</p> <p>Forme d'incertitude : incertitude vis-à-vis de l'autre</p> <p>Traitement : compréhension au sein d'une communauté de personnes</p> <p>Concurrence : qualité</p> <p>Monde de production interpersonnel</p>	<p>Évaluation de la qualité : Standard particulier à la situation</p> <p>Forme d'incertitude : Méconnaissance du futur immédiat</p> <p>Traitement : disponibilité immédiate</p> <p>Concurrence : prix, qualité</p> <p>Monde de production marchand</p>
Produits génériques	<p>Évaluation de la qualité : règles éthiques et scientifiques</p> <p>Forme d'incertitude : incertitude sur le futur</p> <p>Traitement : confiance envers l'autre</p> <p>Concurrence : par l'apprentissage</p> <p>Monde de production immatériel</p>	<p>Évaluation de la qualité : standard général</p> <p>Forme d'incertitude : risque probabilisable</p> <p>Traitement : prévision à court et moyen termes des événements et des comportements</p> <p>Concurrence : prix</p> <p>Monde de production industriel</p>

source : R. Salais et M. Storper (1993)

Cette typologie permet de visualiser la pluralité des modèles de production possibles et des produits qui leurs sont attachés. Elle constitue un instrument méthodologique essentiel pour analyser les mondes réels de production. Dans leur ouvrage, cette construction sert de grille d'analyse pour éclairer la dynamique et la spécialisation des économies modernes.

Notre objectif n'est pas tant de discuter la thèse des auteurs que de nous intéresser à leur démarche. Dans notre volonté de réfléchir à l'existence de différents modèles

d'organisation et de pratiques touristiques, l'idée de construire des mondes articulant différentes conventions cohérentes nous paraît constituer une voie originale et féconde. La question est alors de savoir si la typologie établie par R. Salais et M. Storper peut convenir à notre objet d'étude ou s'il convient de la transformer. Les auteurs, à la fin de leur ouvrage, appellent d'ailleurs à ce que "*chaque lecteur, acteur économique et social ou simple observateur, ait pu découvrir par lui-même au fil de sa lecture des questions nouvelles, des angles de vue différents sur certains points, une méthode pour aborder certains des problèmes d'action et de connaissance qu'inévitablement il rencontre dans son monde*" (p. 393).

Après avoir exposé la construction théorique proposée par les auteurs, émerge donc l'idée de sa possible adaptation aux services et pratiques touristiques et plus généralement à l'ensemble des prestations de service. Il semble que certains problèmes apparaissent et rendent problématique cette extension. Si l'on conçoit assez bien que le modèle d'organisation et de pratiques touristiques que nous avons qualifié de fordiste dans le chapitre V puisse correspondre au monde industriel fondé sur l'offre massive de produits standardisés, on a plus de difficultés à se représenter ce qui différencie le monde touristique marchand du monde touristique industriel. Tous deux fonctionnent en effet pour le marché et sous une logique industrielle. Le "standard particulier à la situation" qui caractérise le monde marchand est difficile à interpréter. Quant au monde touristique immatériel, il apparaît largement indéterminé. Nous partageons la position de J. Gadrey (1996) qui estime que cette typologie remarquable exige des adaptations pour traiter des "mondes de services", de leurs produits et de leurs performances. L'accent porté sur la référence industrielle tant dans les exemples retenus par les auteurs que dans l'analyse (les auteurs font du concept de "convention de productivité" un concept central pour analyser les conventions de travail) semble nuire à la possibilité de "*mener une réflexion en amont sur la diversité des conceptions possibles des produits de certains services*" (J. Gadrey, 1996, p. 39).

Par exemple, toute une série de pratiques touristiques fondées sur l'auto-organisation, c'est-à-dire où l'individu lui-même cherche à concevoir et à produire les différentes composantes de sa pratique, ne trouvent pas leur place dans cette typologie. Il semble que la référence à la qualification du travail constitue finalement un obstacle pour élaborer une grille pertinente de la diversité des modèles d'organisation et de pratiques touristiques. Tout en conservant la méthode de construction et les fondements théoriques "conventionnalistes" qui l'accompagnent, c'est en modifiant "*l'angle de vue*" choisi par les auteurs qu'il sera éventuellement possible de produire une typologie capable de rendre compte des comportements observés. Cela revient à dire qu'il convient, de façon pragmatique, de repérer et d'identifier les conventions auxquelles les individus se rapportent dans l'espace des pratiques touristiques. Ces conventions sont

apparues au cours des réflexions que nous avons menées sur la pratique touristique et son inscription dans une histoire.

La section suivante se présente donc comme une tentative de construction théorique d'une typologie des mondes d'organisation et de pratiques touristiques à partir d'autres critères. L'utilisation du concept de "monde" par rapport à celui de "modèle" se justifie par la nature conventionnelle du concept auquel nous nous référons. En ce sens, un "monde" peut être défini comme un espace socio-économique fondé sur des conventions reconnues par les participants et auxquelles ils adhèrent.

## Section II : Les "mondes" du tourisme, une approche conventionnaliste des pratiques touristiques

L'objectif de cette section est d'essayer de représenter la diversité des pratiques touristiques et des modèles d'organisation qui leur sont associés en utilisant les outils de l'approche conventionnaliste. Plus précisément, nous allons nous fonder, en les adaptant, sur les travaux de R. Salais et M. Storper. Chercher à construire une typologie pour mieux cerner les comportements et les pratiques des individus est une démarche méthodologique relativement courante pour ceux qui s'intéressent au phénomène touristique, compte tenu de l'élargissement et de la diversification des pratiques touristiques contemporaines. La plupart des typologies que l'on a pu repérer dans la littérature portant sur le tourisme se fondent sur des enquêtes de terrain et sur des interviews et retiennent, comme concept central, le concept sociologique de "style de vie". Ces styles de vie sont également des "types".

La typologie socio-économique que l'on cherche à élaborer est plus ambitieuse sur le plan théorique puisqu'elle porte non seulement sur les pratiques préférées des touristes, mais aussi et surtout sur l'articulation de pratiques de production, de consommation et d'échange. Après avoir passé en revue les principales typologies des pratiques touristiques en établissant à la fois leurs mérites et leurs limites, nous nous proposons d'exposer le mode de construction de notre propre typologie des "mondes" possibles du tourisme.

### II. 1 La construction des typologies, une tradition dans l'analyse des pratiques touristiques

Dans le domaine du tourisme, de nombreuses tentatives ont été faites, depuis le début des années soixante-dix, par différents auteurs pour construire des typologies. On peut distinguer les typologies qui cherchent à construire des catégories idéales sans s'appuyer véritablement sur l'observation précise des pratiques (comme celle de E. Cohen) et celles qui se fondent principalement sur des enquêtes de terrain (comme celle de S. Plog). Toutes privilégient des variables psychologiques pour différencier les pratiques touristiques. Elles rejoignent ainsi les approches récentes en termes de "socio-styles"<sup>8</sup> et les conclusions de G. Gay-Para (1985, p. 35) qui, dans sa thèse d'économie

---

<sup>8</sup>. La construction de typologies visant à trouver dans une population des caractéristiques constantes

portant sur la pratique du tourisme, aboutissait à l'idée que *"la consommation touristique repose donc sur des pratiques à forte composante psychologique. La connaissance de ces pratiques et celle de la comédie vacancière à laquelle elles donnent lieu, doivent être à la base de la structuration de l'espace touristique, que nous appellerons structuration éthologique"*.

Sans nier que de telles approches puissent apporter des éléments et intuitions éclairantes, les bases théoriques sur lesquelles elles se fondent nous paraissent fragiles. La plupart du temps, ces typologies sont l'objet d'une commande par des organismes ayant des objectifs commerciaux et cherchent pour l'essentiel à éclairer les facteurs qui influencent les taux de départ ou les raisons qui expliquent les mouvements de modes. Elles visent donc à établir, en priorité, la carte empirique des comportements touristiques à un moment donné. En nous appuyant sur la classification de la recherche dans le domaine touristique que nous avons effectuée dans le chapitre IV, il est possible de rattacher l'ensemble de ces travaux aux approches descriptives ou opérationnelles. Nous avons choisi d'examiner deux exemples significatifs de typologies.

#### A) La typologie d'Éric Cohen (1972)

La typologie (ou classification) proposée par E. Cohen n'est pas fondée sur une recherche empirique. Elle a pour objectif d'éclairer une approche théorique générale du tourisme international (Els Lowyck, Luk Van Langenhove et Livin Bollaert, 1992). Elle s'appuie sur un postulat d'ordre psychologique. Alors que les premiers hommes quittaient leur lieu de résidence quand les circonstances les y obligeaient, l'homme moderne, selon E. Cohen, n'est pas véritablement attaché à son environnement et peut très facilement s'habituer à d'autres environnements. Il est intéressé par d'autres habitudes et cultures que la sienne et attache finalement une valeur aux expériences nouvelles et étranges. Le touriste recherche ces deux éléments jusqu'au moment où l'expérience lui devient trop inhabituelle. E. Cohen pense qu'en fait, la plupart des touristes ont besoin, au cours de leur déplacement touristique, de rester en contact avec

---

combine parfois de très nombreux paramètres. En 1985, la société Détente, après avoir réalisé une enquête, repère huit types de vacanciers caractérisés par leur mode de consommation (autonomes, ouverts, bronzés, pépés baladeurs, jouisseurs, jeunes classiques, indéracinables). Plus récemment, en 1996, le Centre de Communication Avancée, sous la direction de Bernard Cathelat, a établi, pour le cas de la France, six nouveaux types de touristes (les nouveaux itinérants, les bons moments, les débrouillards, les sans-surprise, les authentiques et les sélects). Sa typologie a été obtenue par le croisement d'un axe nouveauté-tradition et d'un axe excellence-fête (P. Py, 1996). En janvier 1997, dans une étude portant sur la structure de la demande, le ministère de l'Équipement, du logement, des transports et du tourisme repère 6 types de touristes en combinant une variable revenu et une variable destination.

leur univers familier (journaux, alimentation, ...). Le tourisme doit donc combiner une dimension que l'auteur appelle "familiale" qui assurera au touriste la sécurité et une dimension qu'il qualifie de "nouveau" qui lui apportera l'excitation propre au changement. En relâchant progressivement le critère "familier", E. Cohen repère quatre comportements (ou pratiques) touristiques types. Il précise qu'il existe un continuum de combinaisons possibles entre nouveauté et familiarité (cf. schéma n° 3) et distingue les formes de tourisme institutionnalisées et celles qui ne le sont pas. Les formes institutionnalisées (tourisme de masse organisé et tourisme de masse individuel) sont celles qui utilisent ce qu'il appelle le "système touristique" (hôtels, agences de voyages, ...), les autres formes, quant à elles, ne dépendent pas des prestations de service offertes par le système.

Schéma n°3 : La typologie de E. Cohen

<p>Dimension familière exclusive</p>	<p>Le touriste masse organisé</p>	<p>Ce sont des individus qui achètent des produits "tout faits" (itinéraire et réservation préparés) et qui sont soucieux de leur protection.</p>
<p>Recherche d'une certaine forme de nouveauté mais attachement à la dimension familière</p>	<p>Le touriste masse individuel</p>	<p>Ils ressemblent aux "touristes masses" mais sont davantage autonomes au sein des groupes. Le voyage est préparé avant le départ mais l'itinéraire et le découpage du temps sont sujets au changement.</p>
<p>Recherche d'une nouveauté plus importante, la dimension familière se réduit fortement</p>	<p>Le touriste explorateur</p>	<p>Ces touristes cherchent, avant tout, à quitter leur environnement traditionnel. Ils essaient d'entrer en contact avec les populations qu'ils visitent. Si la situation devient trop inconfortable, ils cherchent néanmoins un retour à leur environnement familial.</p>
<p>Dimension nouveauté exclusive</p>	<p>Le touriste aventurier</p>	<p>Ces touristes évitent toute forme traditionnelle de tourisme. Ils recherchent le contact avec les cultures étrangères et essaient de vivre de la même manière. C'est ici que la nouveauté atteint son degré le plus élevé.</p>

Cette typologie des pratiques touristiques est l'une des premières à avoir été établie. Elle dispose de fondements théoriques faibles d'abord parce qu'elle ne croise pas deux critères mais décline l'intensité relative d'un seul (comment cette déclinaison s'opère-t-elle?) et de plus parce qu'elle s'appuie sur une conception normative des caractéristiques psychologiques de l'homme. Aucune inscription dans une histoire et aucune indication sur l'évolution de ces types ne sont proposées. Plus qu'une typologie, elle ressemble à une classification sommaire qui serait établie selon un seul critère, "le goût plus ou moins prononcé pour le risque".

Néanmoins, malgré ces critiques, on peut retenir de cette tentative deux éléments intéressants. Tout d'abord, le fait de vouloir spécifier les caractéristiques de chacun des comportements touristiques (même si l'on ne sait pas comment l'auteur les a dégagés) nous paraît nécessaire pour proposer un modèle cohérent. Ensuite, comme nous l'avions indiqué dans le chapitre IV, l'idée de distinguer les pratiques qui réclament des formes de voyages préparés, de celles cherchant avant tout l'autonomie est une intuition forte.

#### B) La typologie de Stanley Plog (1973)

Seize compagnies aériennes de voyages ont demandé en 1973 à Stanley Plog d'analyser comment il serait possible d'accroître le marché du transport aérien. Plus précisément, S. Plog devait examiner les moyens de transformer les non-utilisateurs de l'avion en utilisateurs. Après de nombreuses interviews auprès de la catégorie des non-utilisateurs disposant de niveau de revenu moyen, il aboutit à l'idée qu'un segment significatif de personnes pourrait financièrement utiliser l'avion mais ne le font pas pour des raisons liées à la peur du vol, ou au maintien d'autres habitudes de transport. S. Plog pousse son analyse et en tire une classification des touristes. *"Plog avance l'hypothèse selon laquelle les voyageurs seraient répartis suivant une courbe de Gauss le long d'un continuum allant du psychocentrisme à l'allocentrisme. À l'une des extrémités, on trouve les "psychocentriques" qui ont tendance à être inquiets, timides, n'ont pas l'esprit aventurier et sont préoccupés par les menus problèmes de la vie. Les "allocentristes", au contraire, sont sûrs d'eux-mêmes, curieux, aventureux et ouverts au monde extérieur"* (M. Segui Linas, 1995, p. 33). Pour lui, les "psychocentriques" voyagent car c'est devenu une norme imposée par le système des congés payés. En général, ils visitent les pôles d'attraction les plus touristiques.

Entre ces deux extrêmes, S. Plog place deux catégories médianes : la première se situe "près de l'allocentrisme" et correspond aux individus qui perçoivent chaque voyage comme une chance pour changer de style de vie. La seconde qu'il appelle "type

central" rassemble l'ensemble des touristes qui recherchent la détente entre amis dans un environnement bien connu. Pour eux, les vacances signifient, avant tout, une rupture par rapport à la routine du quotidien. Ils aiment le confort et sont sensibles aux supports balnéaires. Nous retrouvons finalement les catégories de E. Cohen et l'idée que le caractère "risqué" des déplacements et de l'expérience touristique suffit à partager les types de touristes. Cette partition psychologique se double d'ailleurs d'une partition sociale puisque l'on a d'un côté ceux qui sont capables de découvrir d'autres cultures, de tenter l'aventure et ceux qui sont cantonnés d'un autre côté à apprécier le repos et la plage. Comme l'a montré F. Deprest (1997), derrière ces typologies, on retrouve souvent une représentation particulière du rapport entre l'espace visité et le visiteur, c'est-à-dire le schéma classique d'un lieu, découvert par des pionniers, qui progressivement sombre dans la massification et qui, de ce fait, perd tout ce qui faisait l'objet de son attraction. Si l'on passe en revue les principales typologies réalisées après celle de Plog (qui affine la sienne en 1987 et parvient à huit types différents), on retrouve sensiblement les mêmes arguments et les mêmes catégories<sup>9</sup>.

Particulièrement utiles pour les professionnels du tourisme afin de disposer d'une représentation rapide et simplifiée de l'évolution des goûts et des pratiques (encore que l'on puisse se poser des questions sur leur fiabilité), ces typologies, qui prennent d'ailleurs souvent la forme de classifications, cherchent davantage à "*fournir une description schématique de phénomènes complexes*" ( N. Herpin et D. Verger, 1988, p. 57) qu'à produire une analyse théorique des pratiques touristiques, de leur évolution et de leur structuration. Notre optique de construction est par conséquent radicalement différente de celle qui préside à l'élaboration de ces typologies fondées sur les socio-styles. Notre objectif ne consiste pas, à partir d'un ensemble d'observations statistiques à essayer de trouver des "nuages de points" cohérents, des groupes homogènes d'un certain point de vue, mais à élaborer une théorie socio-économique de la diversité des "mondes d'organisation et de pratiques touristiques". Pour simplifier, nous les qualifierons, la plupart du temps, de "mondes du tourisme".

---

<sup>9</sup>. On peut penser aux typologies réalisées par Westvlaams Economisch Studie bureau en 1986 (7 types obtenus qui vont du traditionnel au découvreur), E. Dalen en 1989 (4 types qui se fondent sur la distinction idéaliste-matérialiste) ou encore American Express travel en 1989 (5 types). Pour plus de développements, on renvoie à Els Lowyck, Luk Van Langenhove et Livin Bollaert (1992) ou Gareth Shaw et Allan M. Williams (1994).

## II. 2 La construction des "mondes du tourisme"

Si l'on devait qualifier notre démarche méthodologique, on pourrait la rapprocher de celle développée par Max Weber lorsqu'il cherche à constituer des types idéaux. Les types idéaux révèlent *"l'unité cohérente d'une adéquation significative aussi complète que possible, mais qui, pour cette raison, ne se présentent pas davantage dans la réalité sous cette forme pure absolument idéale"* (M. Weber, 1985, p. 50 ). Comme nous l'avons indiqué, nous allons nous fonder sur la typologie des mondes de production développée par R. Salais et M. Storper pour construire nos catégories socio-économiques. Les critères qui vont être à l'origine de nos deux axes se sont, en fait, progressivement constitués au cours de la thèse. Les éléments théoriques que nous avons développés dans les chapitres précédents contenaient en effet des éléments partiels ouvrant sur une analyse théorique de la diversité. En quelque sorte, l'élaboration des "mondes du tourisme" constitue à la fois une synthèse et un dépassement des principaux résultats théoriques auxquels nous sommes parvenus jusqu'ici.

— Le chapitre IV avait, rappelons-le, pour objectif principal de tenter de justifier théoriquement, à l'aide de la théorie des coûts de transaction, l'existence de deux types de pratiques touristiques possibles. On cherchait ainsi à élargir l'espace des choix du touriste aux modalités contractuelles elles-mêmes. Deux modes de recours au marché touristique trouvaient ainsi une justification au sein de la théorie économique traditionnelle. Celle-ci légitimait à la fois l'existence d'intermédiaires touristiques s'occupant de l'organisation et de l'assemblage des prestations, et celle de touristes préférant penser et concevoir les différentes modalités de leur voyage. En dépit de ses limites, cette approche introduisait déjà l'idée d'une pluralité possible de pratiques dans l'espace touristique. Le degré de participation du client ou de l'utilisateur à la conception de son expérience touristique nous semble être un critère décisif pour analyser la diversité des pratiques. Le fait que l'individu prenne en charge l'ensemble ou une partie des éléments d'organisation de son déplacement à des fins d'agrément modifie radicalement l'exercice et la représentation qu'il pourra avoir de sa pratique. Comme nous l'avons déjà évoqué au chapitre III, la notion de pratique, en étant plus large que celle de consommation, autorise l'introduction d'éléments appartenant à l'univers de l'individu. La pratique touristique et plus généralement les pratiques d'ordre culturel incorporent dans les critères de décision des valeurs relatives à la liberté et à l'hédonisme. Ce bloc de temps libre utilisé hors de son domicile habituel peut par conséquent prendre une palette de formes différentes allant de l'autonomie totale à l'achat d'un assemblage entièrement élaboré par le voyageur, pouvant passer par des formes partiellement

organisées (toutes ces formules étant susceptibles d'être justifiées par les acteurs qui les choisissent). Nous utiliserons les concepts de "préférence pour l'autonomie" ou de "préférence pour l'hétéronomie" empruntés à I. Illitch (1973) pour caractériser les deux pôles de cet axe.

— Dans le chapitre V, en intégrant l'inscription de l'avènement des pratiques touristiques dans une histoire, nous avons établi que l'accès au monde des vacances avait constitué l'une des dimensions importantes du compromis de la société fordiste. Les approches développées par la théorie de la régulation ont permis d'éclairer cette réalité, de la modéliser et de la dynamiser. Le tourisme obtenait ainsi le statut d'un "phénomène social total" (cf. chapitre I) soumis à des transformations liées aux mutations économiques, sociales et culturelles. Rattachés au régime d'accumulation fordiste, les pratiques touristiques et le mode d'organisation de ces pratiques ont, dans un premier temps, hérité des caractéristiques de ce régime. Ainsi, le modèle fordiste des pratiques touristiques a connu une étape de quasi-industrialisation des "produits-services"<sup>10</sup> sur des supports de type balnéaire où l'accent était principalement porté sur l'obtention d'économies d'échelles. Ce modèle privilégiait les attractions existantes (climat, nature, atmosphère particulière, ...) au détriment d'activités de services destinées aux touristes. Ce modèle fordiste a connu des difficultés (cf. chapitre VI) dans son mode de développement sous la pression de la diversification des attentes et des normes de consommation (segmentation) et sous l'effet de dérèglements internes à un modèle de développement quantitativiste. C'est donc vers un modèle d'organisation et de pratiques touristiques fondé sur la variété et la complexité des assemblages de prestations que les pays de tradition touristique sont en train d'évoluer. Nous avons provisoirement qualifié ce modèle de "modèle d'organisation et de pratiques touristiques post-fordistes". Si l'on partage, en partie, la position de François Vellas (1996) lorsqu'il signale que *"l'avenir touristique des pays industrialisés dépend largement des politiques de diversification des produits touristiques qui seront poursuivies"* et que *"pour cela, une politique active de création non seulement de nouveaux produits touristiques mais également de nouveaux circuits commerciaux est indispensable"* (p. 20), il nous semble toutefois que le mode de recours à ces produits ainsi que les services qui leur sont attachés sont des dimensions aussi importantes à retenir pour comprendre l'étape de démassification touristique que le nombre de produits créés. La coproduction et la recherche d'une autonomie, au moins partielle,

---

<sup>10</sup>. Le terme de "quasi-produit" emprunté à J. Gadrey (1991, p. 19) désigne *"un service standardisé relativement impersonnel"*.

... sont des éléments qui peuvent venir compléter les transformations qui touchent les pratiques touristiques.

Pour résumer, on peut dire que, partant d'un modèle touristique (attaché au développement de la société fordiste) fondé sur des pratiques touristiques peu diversifiées et où la dimension de service est relativement faible, on serait en train d'évoluer vers un ou des modèles d'organisation touristique où les modes de recours au marché sont multiples et où apparaissent des pratiques non standardisées et caractérisées par une montée et une exigence de services.

Notre deuxième axe s'organisera autour du degré de personnalisation de l'assemblage touristique. À une extrémité, on trouvera des assemblages composés de prestations de base et peu diversifiées offrant des réponses simples à des attentes peu complexes (et dans certains cas, soumises à des processus d'industrialisation) et à l'autre extrémité des assemblages fondés, avant tout, sur le sur-mesure et la variété.

En croisant l'axe construit sur les modes de recours au marché (autonome et hétéronome) et l'axe intégrant les caractéristiques servicielles de l'assemblage touristique, nous obtenons quatre modèles d'organisation et de pratiques touristiques. Ces modèles sont en réalité des "mondes" et renvoient à des registres d'action différents. Ces axes sont porteurs de conventions particulières. Par exemple, si le touriste a décidé d'acheter un assemblage bon marché de prestations standardisées entièrement conçu chez un voyageur, il attend un certain niveau de qualité (moyen) et un type de vacances particulières (imprévu limité, choix dans les prestations réduit, ...). Inversement, si le touriste cherche un produit sur-mesure, cela renvoie à d'autres attentes concernant le prix, la qualité, les normes de sécurité etc. En ce sens, on peut dire que chacun de ces mondes correspond à une configuration de conventions, c'est-à-dire "*à une coordination entre les anticipations*" (p. 31) au sens de R. Salais et M. Storper. Chacun des mondes renvoie, en fait, à un type de pratique et à un type de coordination entre les acteurs mobilisés dans la pratique. Changer de monde équivaut à adopter un autre système conventionnel, c'est-à-dire d'autres attentes, d'autres pratiques et des modes de coordination entre les acteurs différents. La grille ci-dessous (schéma n°4) visualise ces différents "mondes de pratiques et d'organisation touristiques".

Schéma n° 4 : Les "mondes du tourisme"

	Prestations touristiques simples (standardisées et peu diversifiées)	Prestations touristiques non-standardisées ou sur-mesure
Préférence pour l'hétéronomie	Monde du tourisme fordiste	Monde du tourisme sur-mesure organisé
Préférence pour l'autonomie	Monde du tourisme simple	Monde du tourisme sur-mesure auto-organisé

Nous allons décrire le fonctionnement de chacun de ces "mondes", en essayant, pour chacun des cas, de voir à quel type de réalité il renvoie. Cette description nous fera prendre conscience des différentes logiques conventionnelles qui animent l'univers socio-économique du tourisme. À l'aide d'un tableau, nous tenterons ensuite de synthétiser les principales dimensions qui structurent ces mondes.

— Le "monde du tourisme fordiste" rassemble l'ensemble des pratiques caractérisées à la fois par la prise en charge par des intermédiaires touristiques d'une partie significative de l'organisation et de la conception du déplacement touristique et par la simplicité des prestations proposées (et donc de leur possible standardisation). Les conditions de croissance de ce monde supposent la mise en place d'une norme de consommation de masse articulée à une norme de production de masse. L'objectif consiste à élargir l'accès pour un nombre croissant d'individus à des pratiques touristiques simples, en rationalisant les coûts de production. L'obtention d'économies d'échelles et l'accent porté sur la productivité permettent de minimiser les coûts unitaires. Ce monde, en cherchant à industrialiser les principales composantes, génère des prestations faiblement différenciées. Il est donc à l'origine d'un rapport d'échange poussé par l'offre et où les clients sont nombreux et anonymes. Les relations de service

que l'on peut définir comme "*des modalités techniques, sociales et institutionnelles de rapprochement et parfois d'intégration des sphères et des acteurs de l'offre et de la demande*" (J. Gadrey, 1990, p. 51) y sont réduites à leur minimum. Ceci entraîne deux conséquences : le touriste est relativement passif dans sa pratique (absence de coproduction) et la composante "d'animation touristique" qui suppose une forte intensité servicielle est fortement atténuée. Le touriste se contentera principalement des éléments de base (nature, climat, cadre de vie, commerces, visites des sites principaux et en groupes...) dont dispose le lieu touristique. Le goût pour l'aventure et l'incertitude sont, pour l'essentiel, absents de ces pratiques. Par contre, le prix, contrairement à la qualité qui répond davantage à un standard moyen capable de satisfaire le "touriste standard", constitue la variable incitative et se trouve au centre de ce monde. La concurrence entre les différents prestataires se portera donc principalement sur cette dimension. Le développement du tourisme espagnol à partir des années soixante (cf. chapitre VI) et plus généralement les modèles de développement touristique de type balnéaire autour de la Méditerranée correspondent à ce type de fonctionnement.

— Le "monde du tourisme sur-mesure organisé" caractérise les pratiques touristiques qui se fondent sur l'achat chez un intermédiaire touristique d'un assemblage de prestations sur-mesure. Par exemple, un touriste désire traverser l'Inde et cherche à ce que son voyage se déroule le mieux possible (avec un risque minimal). Il ne souhaite ni se charger de trouver un véhicule ou des hôtels ni se préoccuper de savoir s'il disposera d'un guide dans chaque ville. Contrairement au monde précédent, la rationalisation d'un tel monde ne passe pas principalement par la minimisation des coûts mais par la qualité des prestations délivrées et par les économies de variété. Ce monde, poussé par la demande, est structuré par une exigence de services et une intensité des relations de service. Les interactions entre le touriste et le (ou les) prestataires doivent être nombreuses car les touristes sont vigilants et exigeants (informations et documentations qui précèdent le voyage, ...). Ceci réclame de la part des prestataires de disposer de savoir et de savoir-faire particuliers (langues, qualité relationnelle, expérience, ...) pour répondre aux attentes des touristes. Ils doivent penser leur offre de prestations comme un potentiel de réponses multiples toujours en évolution et anticiper la transformation des goûts et l'arrivée des modes. La qualité de ces prestations passe par leur personnalisation et doit être totale. La réussite du voyage et du séjour incombe principalement au prestataire qui doit chercher à limiter les difficultés et les problèmes. C'est un monde du sur-mesure où seules les dimensions les plus automatisables sont susceptibles d'être standardisées (en particulier, le transport). La concurrence entre les prestataires se joue par conséquent sur le niveau de qualité et sur l'originalité de ce qui est proposé. Cette forme de tourisme est à destination d'une couche de population

relativement aisée et le type extrême peut être interprétée comme une dépense de luxe. Les croisières de haut standing ou les voyages à destination lointaine complètement organisés par les prestataires sont des exemples représentatifs de ce monde.

— Le "monde du tourisme sur-mesure auto-organisé" est constitué des individus qui souhaitent vivre une expérience touristique complexe et riche en services mais qui parallèlement souhaitent être les artisans de son organisation. À cet égard, le produit touristique ne ressemble plus à un assemblage de prestations "tout compris" qu'il est possible d'acheter chez un intermédiaire touristique avant le départ comme dans les deux mondes précédents mais plutôt à un ensemble de prestations achetées principalement sur le support touristique et au fur et à mesure que l'expérience touristique se pense et se vit. L'anticipation de ce que sera cette expérience peut être partielle mais en aucun cas totale (certaines réservations peuvent avoir été faites avant le départ comme celles du logement ou du moyen de transport). Ce goût pour l'imprévu et l'incertain sont une composante essentielle de ce type de pratiques. On dira de ces pratiques qu'elles ont été réussies et donc que ce fût une expérience touristique de qualité si des événements originaux ou agréables sont survenus alors qu'on ne s'y attendait pas. Pour autant, la qualité obéit néanmoins à des conventions. Elle devient contextuelle. Par exemple, un hôtel considéré comme étant à éviter par les habitants locaux peut se révéler être finalement un lieu charmant et suranné au fin fond du Pérou. De plus, ce sont des pratiques qui réclament des expériences fortement personnalisées, en cela elles sont caractéristiques du post-fordisme. Les relations de service et les contacts avec la population locale sont intenses et recherchés sur les lieux touristiques. La composante "d'animation" (sport, patrimoine culturel, patrimoine naturel, ...) réclamant originalité et offre de services variés est essentielle puisqu'elle constitue le principal motif de déplacement. Le niveau de concurrence s'est modifié. Il ne se situe plus entre intermédiaires touristiques mais entre sites et destinations touristiques. Le degré d'attractivité est principalement conditionné par la composante "d'animation". Si c'est la stratégie "bricolage de prestations" qui prime dans ce monde, le touriste peut avoir recours pour organiser son expérience à un prescripteur au sens de A. Hatchuel (1995), c'est-à-dire à un tiers ou à un intermédiaire non-marchand qui va apporter une contribution pour que l'échange (ici l'expérience touristique) ait lieu ou soit facilité. A. Hatchuel distingue trois types de prescripteurs qui peuvent être utilisés par le touriste. La prescription de fait cherche à combler "*une incertitude relative à des états du monde, états par ailleurs parfaitement connus de l'acheteur mais qu'il ne peut constater par lui même*" (1995, p. 214). Par les réseaux d'amis dont le touriste dispose, il peut avoir confirmation de l'intérêt de visiter tel site ou de privilégier telle destination. Les prescriptions techniques vont plus loin dans l'influence qu'elles peuvent avoir au niveau

du processus de choix ou d'achat puisqu'elles vont apporter "*des notions initialement inconnues de l'acheteur*" (1995, p. 215). Elles ouvrent l'espace des pratiques possibles. On peut penser au rôle que peuvent jouer les magazines spécialisés (ou non), la télévision, les guides touristiques, les informations délivrées par les offices du tourisme, les panneaux indicateurs etc., pour élargir et générer de nouvelles pratiques. Ces prescriptions techniques peuvent, dans bien des cas, devenir des prescriptions de jugement, c'est-à-dire qu'elles vont influencer l'acheteur dans "*son appréciation sur ce que serait la jouissance ou l'utilité qu'il veut en retirer*" (1995, p. 216). Les guides touristiques, par exemple, donnent souvent des indications et des jugements sur ce qu'il convient de voir, de goûter, de vivre. Si on pousse cet argument du rôle de la prescription dans l'expérience touristique, on rejoint la thèse de Dean mac Cannel (1989) qui explique que la mise en valeur du patrimoine et plus généralement des attractions touristiques sont des construits sociaux<sup>11</sup>.

— Le "monde du tourisme simple" comprend l'ensemble des pratiques touristiques qui cherchent à allier l'autonomie à des formes d'expériences exigeant des réponses simples. L'offre de biens et services est dans la plupart des cas peu complexe et correspond, souvent, à celle qui est à la disposition de la population locale (supermarché, piscine, cafés, services publics, etc.). Passer par un intermédiaire touristique apparaît moins justifié que pour les autres mondes. Dans le chapitre III, nous avons défini la notion de "pratique" comme l'ensemble des actions qui ont un sens pour l'individu et qui ne passent pas forcément par l'achat de biens et services. Pour le dire autrement, on peut concevoir un type extrême de pratiques considérées comme touristiques qui serait des pratiques que l'on peut qualifier de "non-marchandes". L'auto-organisation articulée à des formes d'auto-production (on fait la cuisine et l'animation soi-même, ...) peuvent s'expliquer par des raisons liées à la contrainte budgétaire mais aussi par le fait que les individus en tirent une satisfaction. C'est le cas des randonnées de plusieurs jours où les individus décident de dormir à la belle étoile ou plus simplement du séjour touristique passé en famille ou chez des amis. L'ensemble des échanges économiques et des interactions entre touristes et prestataires que ces pratiques peuvent générer sont faibles et, pour l'essentiel, satisfont des besoins simples (alimentation, logement, informations, ...). On peut néanmoins considérer qu'aussi faibles soient-ils, le contexte dans lesquels ces échanges se déroulent les marque (bien que soucieux de ne pas trop dépenser, la pression budgétaire a tendance à se réduire pendant la période des vacances). Contrairement au monde précédent, l'incertitude n'est

---

<sup>11</sup>. C'est aussi la thèse de J. Urry (1990).

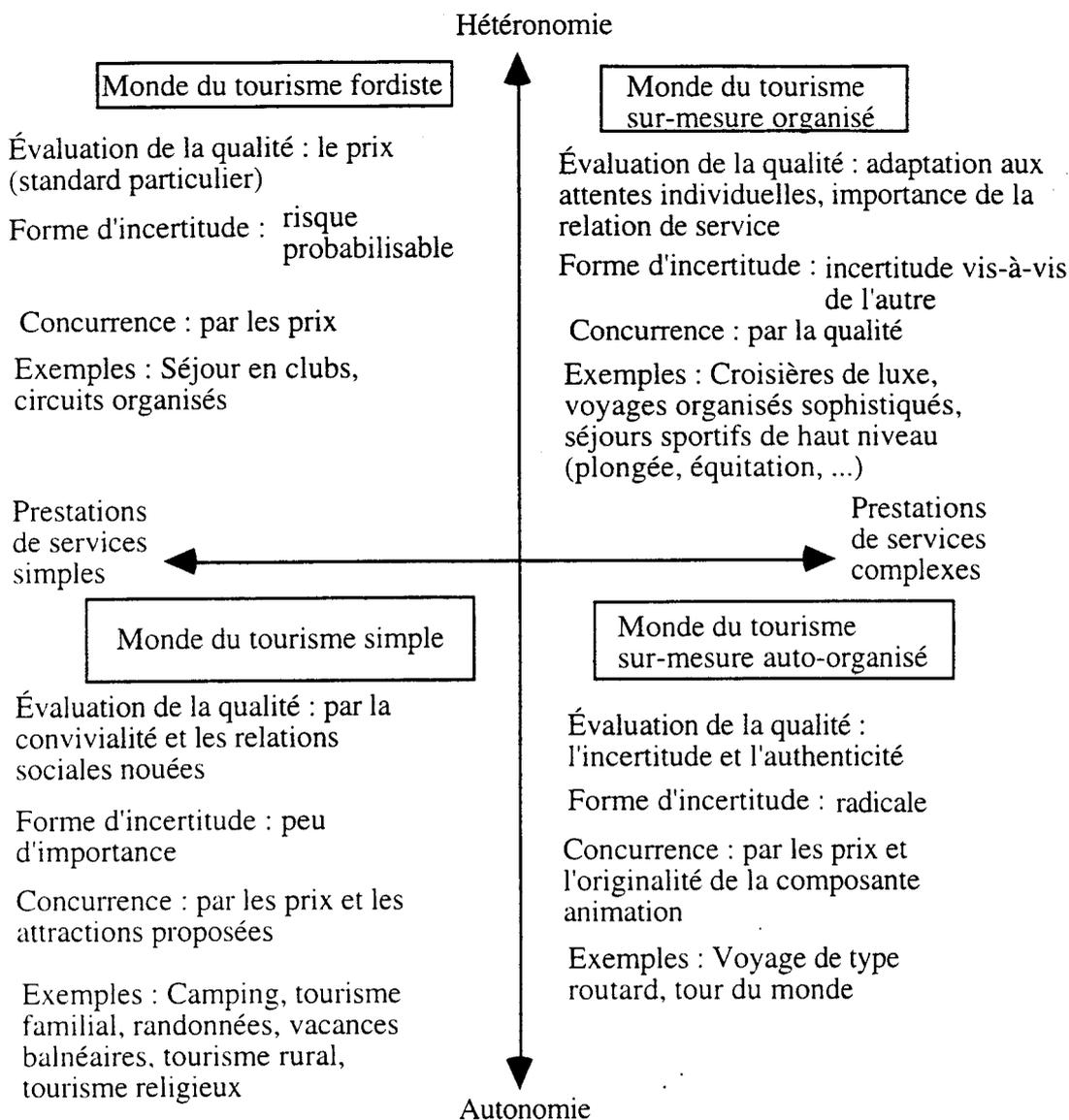
pas recherchée en soi et les individus peuvent avoir recours à des prescripteurs (au sens d'A. Hatchuel) pour orienter leurs choix (des conseils d'amis, un dépliant faisant part d'une nouvelle randonnée, etc.). Le besoin de renouvellement n'est pas central dans ce monde et la satisfaction du touriste peut d'ailleurs passer par la répétition des mêmes formes de séjour aux mêmes endroits. Avant tout, ces pratiques renvoient à un temps de vie où le divertissement et le délasserment passent par des valeurs de convivialité ou de partage (on peut penser à l'exemple des campings). Ce sont ces valeurs sociales qui feront, en grande partie, la qualité du séjour. Enfin, la concurrence, quand elle existe, est une concurrence entre sites touristiques. Bien que n'étant pas centrale, elle dépend principalement du degré d'attractivité des sites qui peut être fonction d'une pluralité de facteurs (le prix, la qualité de l'environnement, la distance, ...).

Chacun de ces mondes du tourisme est, comme nous venons de le voir, structuré différemment. Les attentes, les interactions entre les touristes et les prestataires (intermédiaires ou directs), la nature du "produit", le rapport à l'incertitude, les formes de la concurrence obéissent à des conventions générées par les acteurs qui participent à chacun de ces mondes. Elles sont multiples étant donné la quantité de situations et le nombre d'acteurs qui donnent du sens à chacune de ces "expériences touristiques types" (surtout si on considère que "l'atmosphère touristique" est un élément important de la pratique touristique). Certains ignorent qu'ils sont coproducteurs de pratiques touristiques (les commerces, la famille, la population locale, ...) alors que d'autres sont impliqués au premier plan et partagent le même registre d'action (on peut penser au rôle de l'intermédiaire dans les deux premiers mondes décrits). Rappelons enfin que cette typologie est une typologie constituée de pratiques touristiques pures, c'est-à-dire de "pratiques abstraites" construites théoriquement par le croisement de critères que nous avons supposés pertinents. De ce fait, les pratiques touristiques observées peuvent, pour une partie, correspondre à celles que nous venons de décrire mais, en règle générale, elles sont plutôt le résultat d'une combinaison de ces différents registres d'actions élémentaires. L'inscription de la pratique touristique dans une certaine temporalité facilite de surcroît cette dimension combinatoire (un touriste disposant d'une semaine de vacances peut, en effet, envisager de passer les deux premiers jours dans sa famille qui vit dans une autre région, les deux suivants dans un groupe amateur de visites de gouffres (guidé par des professionnels) et les trois derniers dans un club de vacances bon marché afin de se reposer). De même, pour l'organisation de son déplacement, le touriste peut faire appel partiellement à des intermédiaires touristiques (réservation de la première et de la dernière nuit d'hôtel, ...) et partiellement à son sens de la débrouillardise.

Il nous semble qu'en caractérisant ainsi d'un point de vue économique la nature du "produit touristique" et en distinguant le degré de participation du touriste dans l'organisation de son expérience touristique, on arrive à repérer quatre logiques de fonctionnement différentes articulées à quatre systèmes conventionnels. Multiplier les sous-mondes aurait pour avantage d'affiner considérablement l'analyse mais pour effet de perdre en lisibilité. Cette typologie fournit donc une représentation à la fois précise et globale de la diversité des sphères socio-économiques à l'oeuvre sur le marché des pratiques touristiques. Comme nous allons le voir, cette représentation peut aussi être riche d'enseignements si on la resitue dans une optique régulationniste.

Le schéma n° 5 rassemble les principales caractéristiques des quatre mondes obtenus.

Schéma n° 5 : Les mondes possibles du tourisme



Nous avons conclu les deux chapitres précédents (V et VI) en soulevant certaines questions. En proposant une approche régulationniste des pratiques touristiques, nous nous sommes interrogés sur les contours que pouvait prendre le modèle d'organisation et de pratiques touristiques post-fordistes et sur les modèles de régulation qui pouvaient lui être associés. La relative faiblesse des arguments avancés pour appréhender un modèle de sortie du fordisme touristique a constitué, en quelque sorte, un blocage théorique. Notre objectif est de montrer que la typologie des "mondes du tourisme" que

nous avons établi apporte certains éléments de réponse et permet, en quelque sorte, de prolonger théoriquement une lecture régulationniste des pratiques touristiques. Chacun des mondes est structuré autour de formes institutionnelles. Repérer les plus importantes, nous permettrait d'examiner comment pourrait se mettre en place la régulation du nouvel espace touristique. En effet, comme l'indique B. Billaudot (1996, p. 15), "*tout régime d'accumulation est la conséquence d'un mode de régulation, lui-même généré par un ensemble de formes institutionnelles stabilisées formant système*".

Cette typologie conventionnaliste peut également éclairer sous un nouveau jour les propositions de sortie de crise du modèle espagnol. On se rend compte que l'invocation de la qualité comme solution aux difficultés du modèle d'organisation touristique espagnol constitue, finalement, une mesure séduisante mais peu fondée théoriquement. Dans la présentation qui est faite de cette proposition, tout se passe comme s'il convenait de passer d'un modèle centré sur la quantité et ne se souciant d'aucune forme de qualité particulière, à un modèle centré exclusivement sur la qualité. La construction des "mondes du tourisme" a le mérite de présenter la qualité non plus comme un phénomène absolu qui serait intrinsèquement attaché à l'objet sur une échelle linéaire mais plutôt comme le résultat d'une construction entre acteurs. Dans ce cadre, le changement de monde s'accompagne de la transformation des modèles de "convention de qualité". Nous aborderons successivement ces deux points dans la dernière section.

### Section III : Une approche régulationniste des "mondes du tourisme"

Éclairer le développement massif des pratiques touristiques à partir d'une problématique régulationniste nous a permis de construire une grille de lecture de la mise en place et de la crise d'un modèle de tourisme. Toutefois, cette approche théorique, comme nous l'avons vu, avait des difficultés à envisager de façon satisfaisante la forme d'un autre ou de plusieurs autres modèles de pratiques touristiques. C'est dans ce cadre qu'a pris sens la construction d'une typologie conventionnaliste des "mondes du tourisme". Cette typologie a cherché à repérer la diversité possible des formes de coordination sur un espace touristique. De cette construction, on peut tirer deux résultats théoriques importants pouvant aboutir à des préconisations utiles aux décideurs.

— Tout d'abord, sur cette base théorique, la question de la qualité peut subir un traitement plus approfondi. Il est possible de repérer au coeur de chacun des "mondes du tourisme" des modes de qualification différents des prestations touristiques. "Faire de la qualité" ne signifie plus rien en soi et dépend principalement des types d'attentes présents dans chacun de ces mondes.

— De plus, en s'appuyant sur les travaux de l'économie des conventions, il est possible de réexaminer et d'enrichir les apports de la théorie de la régulation. La typologie établie montre que la sortie d'un modèle touristique fordiste peut être multiple et que le post-fordisme touristique peut présenter plusieurs facettes : il correspond à un espace touristique occupé par des formes complémentaires de développement touristique caractérisées par l'importance plus ou moins grande qu'y occupe la relation sociale (marchande ou non marchande). Si l'on fait l'hypothèse que "la relation de service" est caractéristique des nouvelles pratiques touristiques, encore faut-il que celles-ci s'appuient sur des formes ou des dispositifs socio-institutionnels qui favorisent leur développement et leur épanouissement. Repérer ces formes constituera une étape pour esquisser les contours d'un nouveau modèle de régulation touristique. En quelque sorte, revenir sur l'approche régulationniste va nous permettre une lecture plus dynamique du modèle des "mondes possibles".

### III. 1 De la question de la qualité aux constructions de formes de qualité

La question de la qualité des biens et des services produits constitue pour la théorie économique traditionnelle une question secondaire. La coordination des acteurs sur le marché détermine, sous l'effet de la concurrence, le meilleur rapport qualité-prix. En quelque sorte, dans un univers où les individus sont parfaitement informés, le prix se confond avec la qualité, il en est le signal. L'objectif principal consiste donc à chercher une théorie de la détermination des prix. Comme l'indique P-Y. Gomez (1994, p. 47-48), *"le modèle micro-économique standard ne comprend pas lui-même une théorie endogène de la qualité. Cette dernière est considérée comme une donnée d'énoncé, connue des individus, dont on ne sait jamais d'où elle vient, comment elle se constitue ou évolue"*. L'estimation des niveaux de qualité par les prix simplifie considérablement le problème mais suppose que les différents acteurs du marché puissent connaître, préalablement à l'échange, les différentes caractéristiques du produit. La tertiarisation des économies rend cette hypothèse problématique. Si on définit, à la suite des travaux de Peter Hill (1977) et J. Gadrey (1992), une activité de service comme *"une opération, visant une opération d'état d'une réalité C, possédée ou utilisée par un consommateur (ou client, ou usager) B, et souvent en relation avec lui, mais n'aboutissant pas à la production d'un bien susceptible de circuler économiquement indépendamment du support C"* (J. Gadrey, 1992, p. 18), on se rend compte que la dimension relationnelle y tient une place centrale. L'objet de la transaction pour une activité de service se caractérise souvent par la simultanéité des processus de consommation et de production. En ce sens, définir l'objet de cette transaction est une opération délicate puisque cela revient à essayer de caractériser une réalité qui n'a pas encore eu lieu. On comprend alors que la question de la qualité se pose dans des termes radicalement différents dans une économie de services et dans une économie de biens standardisés.

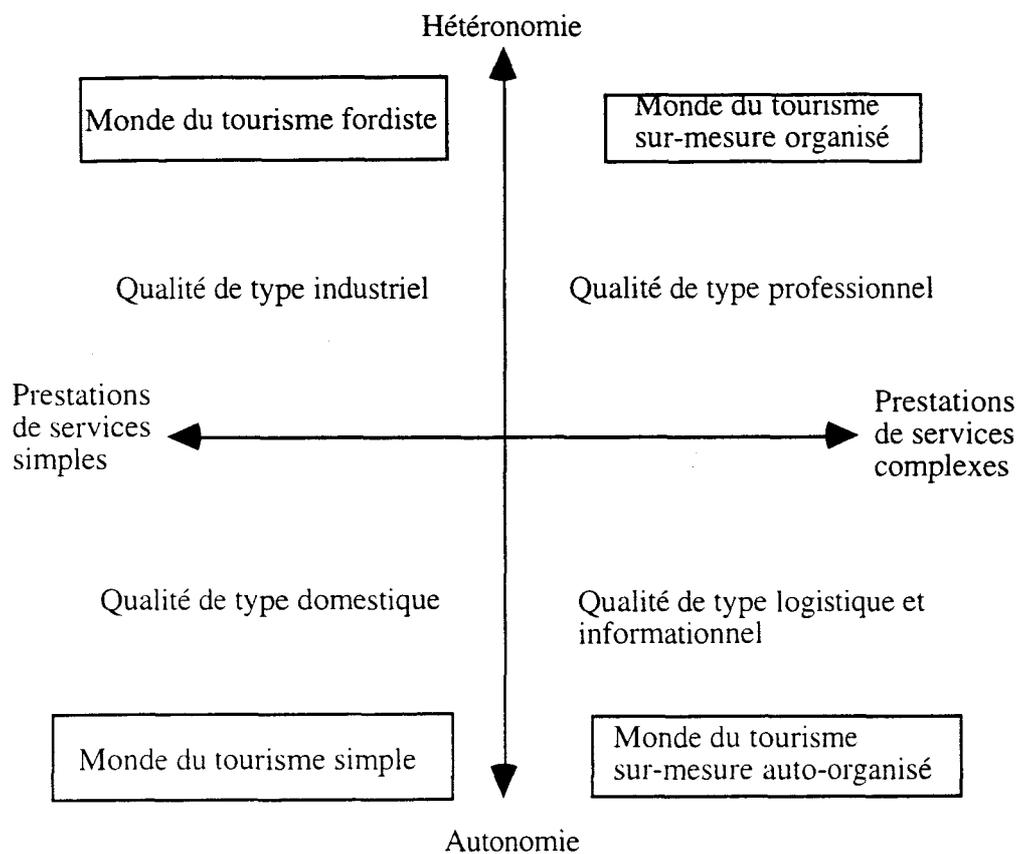
André Barcet et Joël Bonamy (1994, p. 155) résumant cette idée : *"La demande de service doit toujours anticiper l'effet de service. Or, ceci a à l'évidence des conséquences fortes en matière de qualité. Il n'y a pas possibilité de vérifier l'état du service et donc de contrôler l'adéquation du service réalisé et de l'attente. La vérification ne peut se faire qu'après coup, une fois que l'acte de service est terminé"*. Les auteurs en concluent que la qualité du service, loin de pouvoir être mesurée par rapport à un étalon invariant, doit plutôt se concevoir comme l'adéquation à une espérance ou une attente. La notion de qualité absolue éclate pour être remplacée par celle de "qualité relative" (Anne Mayère, 1989). La qualité se définit alors *"comme l'adéquation entre un résultat, un objet et ce qui avait été annoncé, anticipé ou promis"*

(A. Barcet et J. Bonamy, 1994, p. 157). La satisfaction et le jugement que l'individu porte sur la qualité de la prestation achetée dépendent principalement du degré de réponse à ses attentes. Finalement, la question devient de savoir ce que l'individu est à même d'attendre étant donné la nature de ce qu'il désire acheter. Ce niveau d'attentes est le résultat d'une construction sociale et historique, issue d'un apprentissage. On peut dire qu'il est conventionnel. Les transactions portant sur les services sont ainsi traversées par des "conventions de qualification" (François Eymard-Duvernay, 1989). Ce sont ces conventions qui permettent aux transactions d'avoir lieu. Elles induisent une stabilité des jugements sur la qualité des produits.

Selon le type de service considéré, il n'y aucune raison de croire que les attentes réciproques sont identiques. La qualité y prend des formes différentes, elle se construit en rapport avec les acteurs en présence, les habitudes, etc. En fait, selon le type de service se met en place un processus de qualification que l'on peut définir comme *"l'ensemble des opérations économiques et sociales qui permettent la définition de ce qui sera vendu et la mise en relation des acteurs pour fonder la possibilité d'une relation marchande,"* (nous ajoutons non-marchande) *"en tenant compte des contraintes explicites de cette relation, soit dans la durée, soit dans la réciprocité des engagements, soit dans l'élaboration des solutions, soit dans la localisation de ces solutions"* (A. Barcet et J. Bonamy, 1994, p. 161).

Ainsi, à chacun des "mondes du tourisme" correspond un type d'accord sur la qualité, c'est-à-dire des conventions de qualité qui font que l'individu achète un type de prestation, une promesse et s'attend à recevoir un certain niveau et certaines formes de qualité. Aucun des mondes n'est donc un monde de la non-qualité. Nous avons essayé de repérer le type de qualité qui pouvait caractériser nos quatre mondes (cf. schéma n° 6).

Schéma n°6 : Les différentes formes de qualité dans les "mondes du tourisme"



Nous obtenons quatre processus ou constructions différentes de la qualité.

— Une qualité de type industriel que l'on peut rattacher au "monde du tourisme fordiste". Dans ce monde, les prestations sont standardisées et les besoins connus. Puisque la relation avec le touriste est faible, la qualité porte, pour l'essentiel, sur les méthodes et processus mis en oeuvre par le ou les prestataires. La fiabilité de ces méthodes est liée à la reproductibilité forte des actes à accomplir. Bien que la garantie de résultat ne soit jamais assurée totalement (aléas moral, ...), l'existence d'une méthodologie et le fait qu'elle devienne une référence, sont des indicateurs qui renseignent sur ce que sera la qualité dans ce monde. La promesse de prestations d'un

certain niveau de qualité constitue pour le touriste une promesse peu risquée, d'autant qu'à ce niveau les pouvoirs publics peuvent chercher à imposer le respect de certaines normes (normes de sécurité au niveau des transports, ...).

— C'est une qualité de type professionnel que l'on trouve dans le "monde du tourisme sur-mesure organisé". Dans ce monde, l'intermédiaire connaît mal les attentes du touriste, qui peuvent être plurielles. Il doit savoir faire face à toutes les situations même lorsqu'il n'a pas de solution préconçue. Le touriste sera sensible au professionnalisme de son prestataire (les diplômes, la réputation, ...) et éventuellement à l'engagement qu'aura pris le prestataire de respecter une charte de déontologie qui porterait sur le bon déroulement du service (et non son contenu). Il exige de lui qu'il sache répondre à l'ensemble des difficultés qui peuvent surgir durant le séjour ou le déplacement touristique, c'est-à-dire qu'il mobilise ses savoirs et son savoir-faire dans des situations concrètes. La gestion de la relation de service occupe donc une place centrale dans ce monde. La reproductibilité des méthodes est peu probable tant les situations à traiter sont spécifiques, l'incertitude du résultat y est relativement importante, mais le professionnalisme est justement la meilleure des garanties possibles pour la réduire.

— Une qualité de type logistique et informationnel correspond au type de qualité attendu dans le "monde du tourisme sur-mesure auto-organisé". L'offre de service (qui peut émaner des pouvoirs publics pour une partie) se cantonne à mettre à la disposition du touriste tout un ensemble de moyens (transports, brochures d'informations touristiques, sites,...) pour qu'il puisse organiser comme il le souhaite ses vacances. Le processus de qualification portera principalement sur ces moyens matériels et immatériels. Le respect de certaines normes (sécurité, santé) peut venir indiquer ce que le touriste est à même d'attendre comme niveau de qualité. Néanmoins le jugement de qualité qu'il portera sur son expérience touristique dépend, en partie de lui puisqu'il en est le principal organisateur et que finalement il porte une responsabilité dans la relation qu'il a été capable d'établir avec les moyens qui ont été mis à sa disposition.

— Une qualité de type domestique<sup>12</sup> caractérise "le monde du tourisme simple". Elle dépend également, mais dans une moindre mesure, des moyens qui sont mis à la disposition des touristes pour vivre leurs vacances. À cet égard, l'établissement de certaines normes (sur la qualité de l'eau, la réglementation dans les campings, ...) peut

---

<sup>12</sup>. Le concept de "domestique" ne renvoie pas ici à l'utilisation qu'en font Luc Boltanski et Laurent Thévenot dans leur ouvrage *"De la justification. Les économies de la grandeur"* (1991), N.R.F. Essais Gallimard. Il s'agit plutôt ici de caractériser une forme de qualité simple qui est pour l'essentiel composée de réponses basiques aux besoins domestiques (nourriture, logement, ...). Elle peut comprendre aussi la recherche d'une dimension relationnelle.

venir imposer une qualité "de base" comme référence. Le jugement porté sur ce type de qualité s'accompagne d'un autre jugement qui concerne l'expérience touristique en général. Le touriste est producteur d'une partie de la qualité de cette expérience dans la mesure où la capacité de générer des liens sociaux dépend en partie de lui.

Ce découpage de l'espace touristique en plusieurs conventions de qualité est intéressant à plusieurs titres.

— Il nous permet par exemple de reconsidérer les mesures proposées par les pouvoirs publics espagnols au milieu des années quatre-vingt-dix face à la crise du modèle de développement et de pratiques touristiques fordistes. L'ensemble des propositions avancées avaient pour principal objectif de "faire de la qualité"<sup>13</sup>, c'est à dire de "*viser des touristes de qualité, sous-entendu des touristes qui ont des devises*" (H. Poutet, 1995, p. 365). Dans les discours, tout se passe comme si les décideurs espagnols abandonnaient un modèle fondé sur la quantité où la qualité était absente, pour un modèle démassifié et centré sur la qualité des prestations. Notre typologie des formes de qualité a pour mérite de montrer qu'à chaque monde de pratiques touristiques est attaché un niveau de qualité. Lors du développement du modèle touristique fordiste, on peut penser que le rapport qualité/prix, étant donné la faiblesse du prix, satisfaisait pleinement le touriste de l'époque. Il n'est donc pas absurde de supposer que le tourisme fordiste était, au moins dans sa phase ascendante, un tourisme de qualité. C'est donc l'écart entre les attentes des touristes (qui ont pu évoluer) et le niveau de qualité moyen des prestations (qui a pu se dégrader pour des raisons liées au développement quantitatif) qui a finalement pu causer l'essoufflement de ce modèle de développement. Dans cette optique, quitter le tourisme fordiste équivaut moins à se centrer sur la qualité qu'à adopter de nouvelles formes de qualité construites conventionnellement par les acteurs en présence. On comprend la position d'H. Poutet (1995, p. 365) lorsqu'il souligne que "*le niveau de vie des touristes a beaucoup évolué, leur esprit critique aussi, mais les prestations offertes par l'Espagne n'ont pas suivi, et le produit offert demeure, pour l'essentiel identique à celui qui avait eu tant de succès dans les années soixante*". Il ajoute que c'est à force de ne pas s'enquérir des attentes des touristes que progressivement l'Espagne s'est retrouvée à la recherche d'un autre modèle touristique ou plutôt d'un nouvel accord autour de la qualité.

---

<sup>13</sup>. C'est à ce type de conclusion que sont parvenus les membres du séminaire portant sur le thème "Le tourisme espagnol face à l'avenir, réflexions et perspectives". Ce séminaire a été organisé en août 1990 à l'université autonome de Madrid.

— Comme nous pouvons le constater, les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle significatif dans les processus de qualification de chacun des mondes repérés. Ils peuvent en quelque sorte réguler par différentes mesures le niveau de qualité sur un espace touristique. Leur action dans la construction des formes de qualité peut être multiple. La mise en place de normes de qualité dans les services, de normes de sécurité, de normes sanitaires, de chartes de déontologie a pour objectif de contrôler le niveau de qualité à la fois des prestations vendues et des supports touristiques. Bien que ne répondant pas aux mêmes conventions de qualité, aucun des mondes du tourisme n'échappe vraiment à certaines formes de normalisation. À un autre niveau, les politiques de dépollution des plages et plus généralement toutes les lois visant à protéger l'environnement ou le patrimoine, les politiques de modernisation des parcs hôteliers, de formation et de spécialisation du personnel, etc., sont également des mesures qui interviennent fortement dans le processus de qualification des différents mondes. Il est possible d'illustrer l'importance jouée par les pouvoirs publics en s'appuyant sur les politiques mises en place aux Îles Baléares après 1989. Outre l'impact qu'a pu avoir la création des "Autonomies espagnoles" dans la régulation touristique (la décentralisation des décisions et des budgets a permis d'approcher les difficultés de manière plus satisfaisante), la promulgation de nombreuses lois<sup>14</sup> a eu des répercussions sur le territoire et les qualités qui lui sont attachées. En quelque sorte, l'État, par sa politique, est à même d'intervenir, au moins partiellement, dans la régulation de l'espace touristique et dans la construction des qualités.

Pour résumer, on peut dire que la sortie du fordisme touristique et l'évolution vers de nouveaux modèles de développement et de pratiques réclament l'appui d'un dispositif institutionnel particulier, c'est-à-dire d'un agencement cohérent de formes institutionnelles différent de celui qui avait caractérisé l'époque fordiste. Sans vouloir faire une analyse prospective, il est possible d'essayer de repérer les principales conditions institutionnelles nécessaires à l'épanouissement de certaines formes touristiques post-fordistes plutôt que d'autres. Si la montée, au sein des pratiques touristiques, de la relation de service exige, comme nous venons de le voir, l'existence d'institutions intervenant dans des processus de qualification plus complexes, l'émergence d'un nouveau mode de régulation sociale passe aussi par la mise en place d'un nouveau rapport salarial capable de libérer à la fois le temps et ses usages.

---

<sup>14</sup>. Pour réagir face aux difficultés du tourisme que connaissent les Îles Baléares, les pouvoirs publics ont réfléchi, à partir de 1990, à la mise en place de mesures cherchant à renouveler et à améliorer sensiblement l'image touristique des îles. Nous citons quelques exemples illustrant cette prise de conscience : un Plan d'Organisation de l'Offre Touristique (le POOT) , la loi d'amélioration et de modernisation des logements touristiques, la loi de protection des espaces naturels, la loi sur le golf, la loi sur les ports de plaisance, ...

### III. 2 Les modèles de régulation des "mondes du tourisme", une dynamique institutionnelle

Envisager le passage vers des pratiques touristiques post-fordistes pouvant être riches en relation de service suppose de reconsidérer l'infrastructure institutionnelle qui a été à l'origine de l'avènement du tourisme fordiste. Comme l'indique J. Gadrey (1990, p. 49), *"le modèle néo-marxiste de la régulation "fordiste", adapté à un certain stade d'organisation de la production et d'institutionnalisation correspondante du rapport salarial, doit être réexaminé et complété pour tenir compte de ces nouveaux rapports sociaux, liés à la fois au développement des services en tant qu'activités et à l'émergence de contraintes de service dans toutes les activités"*. La théorie de la régulation, en cherchant à caractériser la dynamique du capitalisme, a pu repérer cinq formes institutionnelles pertinentes ou rapports sociaux fondamentaux (cf. chapitre V). Si l'ensemble de ces formes interviennent dans la structuration de l'espace touristique, certaines nous semblent plus déterminantes que d'autres. La monnaie, la forme de la concurrence et le type d'adhésion au régime international peuvent agir sur les pratiques touristiques en les orientant vers des produits bon marché ou en ouvrant l'espace des pratiques vers des destinations nouvelles. Néanmoins, le degré d'insertion de l'État dans l'activité économique et la forme du rapport salarial nous paraissent jouer un rôle encore plus important dans la définition d'un modèle de sortie du fordisme touristique. Concrètement trois "mondes de pratiques" s'ouvrent dans l'espace des possibles. Ils sont tous caractérisés par l'importance qu'occupe la relation de service (marchande ou non -marchande). De même, le post-fordisme touristique semble, pour une part, largement ouvert à des pratiques fondées sur l'autonomie où le pouvoir d'usage du temps et des services serait central. Bernard Guesnier (1996) souligne que *"la tendance lourde confirmée est un intérêt déclinant pour un séjour de tourisme passif, pour un simple tourisme de détente. " (...) "cette mutation entraîne une demande de produits et services touristiques nouveaux, qui ouvre des perspectives de développement autour de la valorisation du patrimoine. La tendance émergente semble être une attente particulière mais encore diffuse pour un tourisme où les activités de type physique, éducatif, robotatif, intellectuel, social, artistique ont une place croissante"*.

La transformation et l'évolution des pratiques touristiques supposent de :

— Réfléchir aux processus de valorisation sociale de la qualité des prestations. Comme nous l'avons vu, la difficulté à définir le produit conduit à rendre la qualité et

l'efficacité des prestations de services incertaines. Des processus de normalisation et des institutions régulatrices cherchant à faire respecter des principes déontologiques peuvent être mis en place à cet effet. Ces institutions peuvent aussi intervenir directement ou indirectement (par exemple par le biais de subventions) pour accroître l'espace des choix touristiques en développant des supports patrimoniaux (naturels et culturels) et en suscitant l'événementiel<sup>15</sup>.

— Reconsidérer le rapport au temps et l'usage que les individus en font. Ceci renvoie, en partie, à la question du contenu et des rythmes du travail et plus généralement à celle du rapport salarial. La transformation de l'organisation du travail et de la qualité des emplois créés, est susceptible de modifier la représentation et l'usage social que les individus ont de leur temps libre. Nous allons réfléchir plus en détail aux enjeux liés à cette transformation de l'équilibre des temps sociaux.

Dans la première partie de la thèse, nous avons défendu l'idée que la pratique touristique était une caractéristique des sociétés modernes. C'est le "travail marchandise" imposé par le capitalisme manufacturier de la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle qui aurait donné naissance à un nouveau découpage du temps et qui en aurait proposé certaines utilisations. Dans cette optique, réexaminer l'évolution du rapport au travail (montée des compétences, ...) peut constituer une étape décisive pour appréhender les mutations qualitatives qui affectent les pratiques touristiques.

Si le consensus de l'époque fordiste articulait la croissance massive du pouvoir d'achat de biens par les salariés à l'extraction de gains de productivité dans l'industrie, il semble que la dynamique du capitalisme soit de moins en moins structurée autour de cette articulation. En fait, l'éclatement du rapport salarial fordiste et l'émergence d'une société de service, les revendications pour une société du temps choisi ou de la "multiactivité", et l'autovalorisation de son propre temps constituent autant de dimensions qui forment un système, c'est-à-dire qui semblent préfigurer une régulation post-fordiste<sup>16</sup> multiforme. À cet égard, nous partageons la position de C. du Tertre

---

<sup>15</sup>. B. Guesnier (1996) indique d'ailleurs qu'il "*ne faudrait pas considérer le patrimoine comme la panacée et espérer tirer de cette ressource générique des produits spécifiques vendus à grand renfort de publicité, en prenant appui sur la seule économie de marché*". Pour cette question du rapport entre le patrimoine et l'économie on pourra aussi se reporter à Xavier Greffe (1990), Françoise Choay (1992) et Jean-Yves Andrieux (1997).

<sup>16</sup>. A. Gorz (1997, p. 125) est de cet avis lorsqu'il souligne que "*La multiactivité à laquelle aspire "culturellement" une majorité d'actifs ne correspond, en effet, pas seulement à leurs désirs et à leurs aspirations individuelles et privés. Elle n'est pas seulement la forme dans laquelle cherche à se réaliser l'aspiration des personnes à l'autonomie. Elle est la subjectivation d'une capacité d'autonomie que l'économie de l'immatériel et que les entreprises elles-mêmes exigent de leurs personnels. C'est cette capacité d'autonomie que, dans l'aspiration à la multiactivité, les actifs, ont tendance à revendiquer pour*

lorsqu'il souligne que "*de nouvelles formes de régulation du temps de travail et des "temps sociaux" seront, en définitive, appréciées comme relevant d'un nouveau dispositif institutionnel "clé" pour sortir de la crise*"<sup>17</sup>.

À l'époque fordiste, les vacances constituaient pour la majorité des individus un bloc de temps découpé dans l'année et pensé sur le modèle de la re-création sociale. Le déclin historique du travail (J. Rigaudiat, 1996), les nouvelles modalités temporelles qui l'accompagnent, et la montée des compétences et des taux de scolarisation favorisent la revendication d'un temps à soi. Plus que la baisse des temps de travail, dans cette nouvelle étape de développement touristique, c'est l'augmentation de l'usage personnel d'une séquence de temps que les acteurs se représentent comme libre qui semble décisive. C'est la libération des usages du temps et la recherche de formes autonomes d'invention de soi qui est au coeur de la diversité des pratiques touristiques post-fordistes. Alain Corbin (1995, p. 16-17) résume cette idée :

*"Le temps pour soi (...) régi par le plaisir, est celui de la jouissance que procurent l'expression et la réalisation de soi dans la spontanéité; satisfaction temporelle qui implique d'oublier le temps pour créer et maîtriser le sien propre. Dans cette perspective, le loisir, nourri de projets et d'attentes élaborés à la mesure de l'horizon temporel de l'individu qui les formule, est d'abord prise de distance, puis "mode d'expression plus complète de soi par le corps, les sens, les sentiments, l'imagination, l'esprit". (...) Il implique une disponibilité au désir, à l'aventure, à des formes inédites de construction de l'identité. Il suggère de nouveaux rapports sensibles à la nature et aux choses".*

On peut penser, par exemple, à l'impact que pourrait avoir sur les pratiques touristiques la semaine de quatre jours (qui peut être d'ailleurs accompagnée d'une diffusion de formules du type "chèques vacances" ou "chèques week-end"). Les effets à attendre d'une réduction du temps de travail sur la journée ne sont pas identiques aux effets consécutifs à la libération de plages de temps non parcellisées. Si le travail, comme nous l'avons indiqué dans la première partie de la thèse, demeure un fait social central, il semble que les enjeux liés à la question du temps (ou des temps) et des formes possibles de sa réduction deviennent essentiels pour les individus (Jean Boissonnat, 1995). Cette libération devient un élément du mode de vie sociale. À l'échelle de la semaine, cette réduction du nombre de jours travaillés, en modifiant

---

*eux-mêmes par delà les limites que l'entreprise lui assigne, par delà le besoin que l'entreprise en a".*

<sup>17</sup>. Il s'agit d'un texte présenté le 12 décembre 1995 à l'IFRESI (Lille) dans le cadre du séminaire "Services, Innovation, Évaluation" par Christian du Tertre. Ce texte s'intitulait *Changer le travail pour faire face au chômage : le rôle majeur des "relations de service"*.

l'équilibre des temps sociaux, renforcerait encore la représentation du week-end comme "un temps fort de la semaine" (J. Dumazedier, 1990, p. 37) et pourrait modifier l'univers des pratiques touristiques. Si, en France, un français sur deux voyage déjà de temps en temps en fin de semaine (J. Dumazedier, 1990) et souhaite le faire plus fréquemment (comme l'indique R. Rochefort (1995), le poste "loisirs et vacances" est le poste de consommation possédant le plus fort sentiment de restriction, c'est-à-dire d'insatisfaction ou de privation), on peut supposer que la structuration du marché touristique se transforme de manière significative (croissance forte des courts séjours, du tourisme urbain, des gîtes ruraux, des formules de loisirs actives, ...).

L'émergence d'un espace touristique post-fordiste réclame donc à la fois du temps et l'utilisation personnelle ou sociale de ce temps<sup>18</sup>. Il génère de nouveaux rapports sociaux mais il est également l'une des origines de l'essor d'une économie de services. Pendant la phase de développement fordiste, la consommation de services touristiques s'apparentait plus à un acte d'achat de prestations. Contrairement à cette période, l'étape post-fordiste serait caractérisée davantage par le développement de marché de services simples de type intermédiaire (monde du tourisme simple) ou de marché de services complexes de type final ou intermédiaire (successivement monde sur-mesure organisé et monde sur-mesure auto-organisé) où c'est le pouvoir d'usage du temps et la consommation de services considérée sous l'angle de la réalisation de soi qui apparaît décisive. Dans les "mondes touristiques post-fordistes", le rapport à la qualité prend alors principalement la forme de pratiques sociales d'évaluation.

Ainsi, la dynamique des "mondes du tourisme" tout en obéissant à la transformation des comportements micro-socioéconomiques (à travers une dynamique de conventions), se fonde aussi sur des arrangements institutionnels. La question de la réduction du temps de travail et de son aménagement et plus généralement la redéfinition du rapport au travail, le rôle des pouvoirs publics dans les processus de qualification et d'élargissement des options touristiques sont d'une grande importance pour accompagner la mise en place de cette articulation et régulation nouvelles entre consommation et production touristique. Ce nouvel espace touristique nécessite donc, pour arriver à maturité, un dispositif institutionnel autorisant "le droit sur le temps" (A. Gorz, 1997, p. 125).

---

<sup>18</sup>. Cette transformation du rapport au temps et à son usage permet d'expliquer la raison pour laquelle, la majorité des Européens, voyagent de plus en plus souvent et sur des périodes de moins en moins longues. Cette tendance s'illustre, en particulier, dans la vogue des courts séjours répartis tout au long de l'année et du fractionnement des vacances (séjours de huit à dix jours) (F. Potier, 1997, p. 34).

## Conclusion du chapitre VII

Ce chapitre avait pour objectif de fonder théoriquement la diversité des pratiques touristiques. Si le cadre régulationniste mobilisé au chapitre V permettait d'interpréter l'essoufflement d'un modèle d'organisation et de pratiques touristiques attaché au régime d'accumulation fordiste, il éclairait mal les scénarios de sortie de ce modèle. Le recours à l'économie des conventions pour rendre compte de la dynamique des pratiques touristiques a enrichi notre connaissance de la structuration de "l'espace des possibles". La construction d'une typologie sur le modèle des "mondes de production" emprunté à R. Salais et M. Storper nous a permis de mieux comprendre cet espace socio-économique en repérant quatre "mondes du tourisme". Chaque monde, résultant de la combinaison du degré de participation du touriste dans l'organisation de son déplacement touristique et de la plus ou moins grande complexité des prestations achetées, se présente comme une articulation de conventions portant sur le produit, la qualité, l'incertitude, ... et renvoie à un univers de pratiques ayant une certaine cohérence.

L'élaboration de cette typologie a fourni une base pour reconsidérer l'optique régulationniste initiale. Le post-fordisme touristique se présente alors comme l'ouverture vers trois mondes de pratiques possibles et de régulations correspondantes. L'importance relative future de chacun de ces mondes est un enjeu de société autour duquel se nouent des stratégies publiques et privées. À cet égard, l'évolution du rapport au travail et au temps constitue une dimension essentielle de la construction sociale des mondes touristiques de demain. L'espace touristique présentera telle ou telle structuration selon l'évolution des normes de travail, des modes de gestion du temps, de la répartition des revenus, ... On peut dire que cet espace est le résultat de *"la nature du rapport existant entre les pratiques individuelles et le changement des formes institutionnelles"* (B. Billaudot, 1996, p. 113).

Nous sommes conscients des limites de cette approche, en particulier dans le repérage des dimensions de chacun des mondes envisagés et dans l'analyse des dispositifs institutionnels nécessaires à leur accompagnement. En outre, éclairer nos hypothèses à l'aide d'autres observations permettrait de nuancer ou de renforcer certains résultats. Néanmoins, nous espérons avoir répondu, au moins partiellement aux attentes de F. Potier (1997, p. 35) lorsqu'elle estime que "*l'évolution des pratiques touristiques (...) doit, pour être interprétée correctement, être replacée dans un cadre plus large tant d'un point de vue temporel que d'un point de vue socio-économique*".

## **CONCLUSION**

L'objectif initial de cette thèse était de réfléchir à la construction d'un cadre théorique capable de rendre compte de l'économie de la demande touristique. Sans rejeter les réflexions et les approches existantes sur le sujet, il s'agissait de montrer comment cette problématique pouvaient être enrichie ou éclairée par de nouvelles approches.

Cette conclusion sera consacrée à :

— rappeler la démarche que nous avons suivie et les principaux résultats auxquels nous sommes parvenus

— envisager quelques axes de recherches qui permettraient d'approfondir l'économie des pratiques touristiques telle que nous avons tenté d'en jeter les bases

## 1) Une économie des pratiques touristiques

Le point de départ de ce travail a consisté à situer notre objet en l'inscrivant dans une histoire. Il nous semblait que réfléchir à la question de la demande de tourisme nécessitait de connaître, au moins partiellement, les raisons de son explosion récente, les motifs qui incitent aujourd'hui des foules croissantes d'individus à la mobilité. C'est cette démarche qui nous a permis de comprendre sur quel type d'ancrage la pratique touristique s'était développée. Le tourisme, comme nous l'avons vu, est une invention qui n'a que deux siècles. Il est une des expressions de la modernité qui s'installe progressivement dans les modes de vie au moment où se développe la civilisation matérielle et urbaine. Bien que pratiqué depuis la Haute-Antiquité, le tourisme s'est doté d'un sens nouveau au XVIII<sup>ème</sup> siècle en s'articulant, de manière différente suivant les classes sociales, au travail. La saisie de ce sens implique de comprendre à la fois l'évolution des représentations du temps, la distribution des temps sociaux et l'avènement de la figure du plaisir. Cette étape historique qui a mêlé les usages du temps et les histoires des manières de vivre a montré qu'une société pouvait aussi se lire dans son rapport au divertissement et à l'agrément. Le tourisme peut être perçu comme un "*fait social total*", c'est à dire, si l'on reprend les réflexions de Bruno Karsenti (1994, p. 38), comme "*un point de vue sur la réalité sociale conçue comme une totalité dynamique au sein de laquelle se meuvent les hommes, mais aussi les choses et plus encore les hommes au travers des choses, les choses et les hommes mêlés*".

Finalement, les pratiques touristiques se présentent comme des construits socio-économiques. Elles se comprennent et évoluent en relation avec la société dont elles proviennent. Comme nous l'avons vu, cette approche s'est révélée, dans la suite de la thèse, particulièrement féconde pour enrichir une approche économique de la demande touristique.

La deuxième partie de la thèse s'est proposée de passer en revue les approches "purement" économiques de la demande touristique. L'approche de l'économie standard se fonde sur la théorie microéconomique de la consommation. Le produit touristique est envisagé, dans ce cadre, comme n'importe quel autre type de marchandise et s'échange par l'intermédiaire d'un système de prix en vigueur sur le marché. Cette analyse, bien que relativement satisfaisante pour rendre compte de certaines formes d'achats touristiques, est peu efficace pour appréhender la diversité des types d'échanges sur le marché touristique. L'espace touristique rassemble en fait "*des pratiques plus ou moins*

*socialisées, et sous des formes marchandes plus ou moins simples*" (Robert Spizzichino, 1991, p. 13). C'est le concept de "consommation" qui semble finalement peu adapté à notre problématique. Bien que la consommation de biens et services soit présente sur le marché touristique, elle ne représente que l'une des dimensions constitutives de la demande. La notion de "pratique" est apparue, à cet égard, plus opératoire pour interpréter la multiplicité des formes d'échange. Faire l'économie de la demande touristique nécessitait alors de progresser vers la construction d'une économie des pratiques touristiques.

Cette problématique a reçu un premier éclairage en mobilisant certains travaux récents de la théorie économique, en particulier le modèle des coûts de transaction. Il constitue, en tenant compte des imperfections liées à l'information, un cadre analytique susceptible de légitimer différents modes (ou pratiques) de recours au marché. Pourtant, ces travaux résistent mal "à l'épreuve du réel". Il semble, en effet, difficile de justifier un certain nombre de pratiques touristiques par cette théorie. C'est la raison pour laquelle, nous avons reconsidéré les hypothèses qui caractérisent ce type d'analyse en essayant de tenir compte des enseignements de la première partie.

La troisième partie a essayé, en se fondant sur les intuitions et les éléments de critiques des deux parties précédentes, de bâtir une approche économique des pratiques touristiques. Cette approche devait tenir compte à la fois de l'existence d'une diversité possible de pratiques, de leur inscription dans un espace dynamique et de leur déploiement dans un univers caractérisé par une rationalité de type procédural. La théorie de la régulation est apparue comme un cadre analytique adapté à notre objet d'étude. L'examen de cette théorie nous a amené à faire l'hypothèse que ce "fait social total" avait pu constituer l'un des éléments situés au cœur de la régulation fordiste. Nous avons ainsi pu repérer un modèle d'organisation et de pratiques touristiques que nous avons qualifié de fordiste. La transformation du régime d'accumulation auquel il était attaché aurait entraîné la mutation de ce modèle. La question de l'émergence d'un modèle de pratiques touristiques post-fordistes semblait toutefois se poser, au moins sur un plan théorique.

La pertinence théorique de cette approche fut confirmée par une étude empirique. Le cas du tourisme espagnol nous a fourni la matière pour un début d'application, à l'économie des pratiques touristiques, d'une grille régulationniste. En matière de tourisme, on peut dire que l'Espagne a constitué un modèle d'organisation de référence. C'est en observant les principaux indicateurs touristiques de la fin des années 80 que nous avons pu constater des changements profonds dans l'organisation du tourisme et

dans les formes de pratiques qui apparaissent. La difficulté pour théoriser la sortie du fordisme nous a obligé à examiner certaines hypothèses fondamentales de la théorie de la régulation. Il nous semble que, dans une certaine mesure, le concept de convention, tel qu'il est envisagé par l'École du même nom, peut enrichir une approche en termes de régulation, en diversifiant les "modes de régulation" possibles. C'est à cette combinaison d'approches théoriques et à son application directe dans le cadre de l'économie des pratiques touristiques que nous avons réfléchi dans le dernier chapitre.

Dépassant le clivage individualisme/holisme, l'économie des conventions considère la société à la fois comme le produit des actions individuelles et comme leur matrice. Ainsi, il est possible de déterminer des configurations de conventions cohérentes sous l'angle de la demande et sous l'angle de l'offre. À chacune de ces configurations, que nous avons qualifié de "Monde", en nous appuyant sur les travaux de R. Salais et M. Storper, correspond une logique d'organisation et de pratique touristique qui articule un certain niveau de participation du touriste à l'élaboration de son expérience touristique et un certain type d'attentes (une certaine exigence de services). La typologie des "mondes du tourisme" à laquelle nous sommes parvenus permet d'envisager théoriquement une diversité de formes possibles de pratiques obéissant à des principes différents. Une telle typologie répond à des enjeux à la fois pratiques et théoriques.

Cette construction vient compléter notre approche en termes de régulation. Elle permet d'envisager le post-fordisme comme l'émergence de trois types possibles de mondes de pratiques touristiques elles-mêmes régulées. L'importance respective de chacun des mondes dépend, en partie, des formes de régulation et des compromis institutionnels en place dans l'économie. Par exemple, la transformation des rapports au travail (que ce soit au niveau des rythmes de travail ou au niveau des formes prises par l'autonomisation des temps sociaux) conduira à l'émergence d'un certain type de post-fordisme touristique plutôt qu'un autre.

Cette typologie constitue une première tentative pour construire un cadre théorique de l'économie des pratiques touristiques, dans leur diversité.

## **2) Les perspectives d'approfondissement de la problématique d'une économie des pratiques touristiques**

L'axe de travail que nous avons privilégié pour avancer dans la construction d'une économie des pratiques touristiques appellerait, selon nous, plusieurs approfondissements. À chacune de ces pistes correspond un programme de recherche particulier.

— le premier serait un programme théorique dont l'objectif principal consisterait à creuser l'articulation qu'il est possible d'établir entre l'économie de la régulation et l'économie des conventions. Il nous semble, à propos de l'économie des pratiques touristiques notamment, que ce dialogue permettrait une caractérisation encore plus précise du fonctionnement de chacun des mondes de pratiques touristiques.

— Le deuxième programme porte sur l'analyse des acteurs de l'offre. Bien que cette thèse se soit également interrogée sur certaines dimensions attachées à l'offre des produits ou des prestations touristiques, elle a privilégié une optique de demande. Nous pourrions, à présent, nous pencher de manière plus approfondie sur les stratégies mises en oeuvre par les acteurs de l'offre mais aussi sur les processus d'innovation qu'ils déploient pour répondre aux attentes des touristes : les modèles d'innovation touristique.

— Nous pouvons nous demander aussi dans quelle mesure la typologie que nous avons bâtie est susceptible d'éclairer les problématiques liées à la question du "développement touristique durable" (Charte de Lanzarote d'avril 1995). Y-a-t-il des "mondes" plus "durables" que d'autres ou la durabilité est-elle une problématique transversale ? Pour aller dans le même sens, on peut réfléchir à la place et à la nature du patrimoine (culturel ou naturel), ainsi qu'au processus par lequel il se "construit", dans chacun de ces mondes.

— Multiplier les "mises à l'épreuve" de notre grille théorique en diversifiant les études de terrain peut constituer une étape particulièrement utile pour prolonger notre réflexion. En effet, pour consolider, enrichir ou nuancer notre approche, il conviendrait de repérer les pays ou régions touristiques (en retenant différents types de supports) qui ont connu des difficultés ces dernières années ou qui, au contraire, poursuivent un développement touristique significatif. Nous aboutirions peut-être, par de telles investigations empiriques, à des formes de crises ou de croissance touristiques

différentes. Ceci nous permettrait d'affiner notre analyse de l'économie des pratiques touristiques et des trajectoires d'évolution possibles.

— Enfin, pour aller dans le même ordre d'idée, cet exercice nous conduirait peut-être à réfléchir aux conditions d'une construction territorialisée de chacun de ces mondes (Pierre Veltz, 1996). La prise en compte de la disparité des traditions nationales voire locales et de la diversité des emprises sociales apparaît d'un grand intérêt pour comprendre de manière plus précise la structuration et la régulation de ces différentes configurations de pratiques. S'il est vrai, comme l'écrit Pierre Veltz, qu'une économie mondialisée reste dépendante de la mobilisation locale des territoires actifs, alors le tourisme devrait être directement concerné, comme activité à la fois de plus en plus internationale et de plus en plus ancrée dans des initiatives locales.

L'exploration de ces pistes, on le voit, ne pourrait pas se contenter de raisonnements purement économiques ou économétriques, quel qu'en soit l'intérêt. Elle appelle un dialogue de disciplines permettant de représenter les actions et les pratiques économiques comme insérés dans des relations sociales et issues d'une histoire. C'est sans doute parce que l'histoire n'obéit pas à des lois universelles que nous avons éprouvé le besoin de diversifier les "mondes" de pratiques touristiques et les régulations qui les caractérisent.

## **BIBLIOGRAPHIE**

**ABRAHAM-FROIS Gilbert** (1995), *Dynamique Économique* (8<sup>ème</sup> édition), Paris, Dalloz.

**AGLIETTA Michel** (1976), *Régulation et crises du capitalisme, l'expérience des États-Unis*, Paris, Calmann-Lévy.

**AGLIETTA Michel** et **BRENDER Anton** (1984), *Les métamorphoses de la société salariale, la France en projet*, Paris, Calmann-Lévy.

**AGUILO PÉREZ Eugeni** et **TORRES BERNIER Enrique** (1990), "Realidad y perspectivas del sector turístico", *Papeles de Economía Española : España, una economía de servicios*, número 42, p. 292-305.

**AGUILO PÉREZ Eugeni** (1991), "Características de la recesión turística en Baleares", *Economistas*, número 48, Madrid, p. 6-10.

**AMBLARD Henri**, **BERNOUX Philippe**, **HERREROS Gilles** et **LIVIAN Yves Frédéric** (1996), *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Paris, Sociologie Seuil.

**ANDRIEUX Jean-Yves** (1997), *Patrimoine et Histoire*, Paris, Belin.

**ARCHER Brian** et **FLETCHER John E.** (1988), "The tourist multiplier", *Téoros*, Volume 7, n°3, p. 6-9.

**ARENDT Hannah** (1983), *Condition de l'homme moderne*, Paris, Agora Presses Pocket.

**ASHER François** et **SCHECHT-JACQUIN Joëlle** (1978), *La production du tourisme : conditions et effets de l'évolution de l'offre de produits et services touristiques*, Institut d'urbanisme, Université Paris VIII, CORDES.

**ASSELAIN Jean-Charles** (1985), *Histoire Économique, De la révolution industrielle à la première guerre mondiale*, Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

**ATTALI Jacques** (1982), *Histoires du temps*, Paris, Fayard biblio essais.

**ATTALI Jacques** (1991), *Lignes d'horizon*, Paris, Livre de Poche.

**BABAU André** (1991), "La consommation de masse", in **LEVY-LEBOYER Maurice** et **CASANOVA Jean-Claude**, *Entre l'État et le Marché*, Paris, Bibliothèque des Sciences Humaines Gallimard.

**BOAGLIO Mathieu** (1973), "Tourisme et développement économique en Espagne", *Notes et études documentaires*, numéro de décembre, Paris, La documentation française, p. 4-50.

**BARCET André** et **BONAMY Joël** (1994), "Qualité et qualification des services", in **DE BANDT Jacques**, **GADREY Jean** (sous la direction de), *Relations de service, marchés de service*, Paris, CNRS éditions.

**BARRAL i ALTET Xavier** (1993), *Les chemins de Compostelle*, Paris, La découverte Gallimard.

**BARETJE René** (1968), *La demande touristique*, Thèse de doctorat ès-Sciences économiques, Université d'Aix-en-Provence.

**BARETJE René** et **DEFERT Pierre** (1972), *Aspects économiques du tourisme*, Paris, Éditions Berger-Levrard.

**BAUDRILLARD Jean** (1970), *La société de consommation*, Paris, Folio essais.

**BAUDRY Bernard** (1995), "Une nouvelle microéconomie, l'économie des coûts de transaction", *Cahiers Français n° 272*, Paris, La documentation française, p. 12-20.

**BECK Robert** (1997), *Histoire du dimanche de 1700 à nos jours*, Paris, Les Éditions de l'Atelier.

**BECKER Gary** (1965), "A Theory of Allocation of Time", *Economic Journal*, vol. 75.

**BENHAMOU Françoise** (1996), *L'économie de la culture*, Paris, Collection Repères, La Découverte.

**BELL Daniel** (1973), *The coming of Post industrial Society. A venture in Social Forecasting*, basic books, Inc publishers, traduction (1976), *Vers la société Post-industrielle*, Paris, Robert Laffont.

**BELL Daniel** (1997), *La Fin de l'idéologie*, Paris, PUF.

**BENKO Georges** et **LIPIETZ Alain** (1995), "De la régulation des espaces aux espaces de régulation", in **R. BOYER** et **Y. SAILLARD** (1995), p. 239-303.

**BENNASSAR Bartolomé** (1975), *L'Homme espagnol : attitudes et mentalités XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup>siècle*, Paris, Hachette.

**BENNASSAR Bartolomé** (1982), *Un siècle d'or espagnol*, Paris, Robert Lafont.

**BENNASSAR Bartolomé** et **BESSIÈRE Bernard** (1991), *Le défi espagnol*, Paris, Éditions de la Manufacture.

**BERGER Peter** et **LUCKMANN Thomas** (1986), *La construction sociale de la réalité*, Paris, Méridiens Klincksieck.

**BERNOUX Philippe** (1985), *La sociologie des organisations*, Paris, Point Seuil.

**BERTHIER Patrick** (1981), *Préface au "Voyage en Espagne" de Théophile Gautier*, Paris, Folio, p. 7-21.

**BÉTEILLE Roger** (1996), *Le tourisme vert*, Paris, PUF.

**BILLAUDOT Bernard** (1996), *L'ordre économique de la société moderne*, Paris, L'Harmattan.

**BLAUG Mark** (1994), *La méthodologie économique*, Paris, Economica.

**BODIER Marceline** et **CRENNER Emmanuelle** (1996), "Partir en vacances", in *Données Sociales 1996, La société française*, Paris, INSEE, p. 403-409.

**BODSON Paul** et **STAFFORD Jean** (1988), "Le paradigme économique en tourisme", *Revue Téoros*, Montréal, volume n°7, p. 3-5.

**BONCOEUR Jean** et **THOUEMENT Hervé** (1989), *Histoire des idées économiques, tome 1 de Platon à Marx*, Paris, Nathan.

**BOTE GOMEZ Venancio** (1990), *Planificacion Economica del Turismo, De una estrategia masiva a una artesanal*, Madrid, Trillas.

**BOURDIEU Pierre** (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.

**BOYER Marc** (1972 et 1982), *Le tourisme*, Paris, Éditions du Seuil.

**BOYER Marc** (1980), "Évolution sociologique du tourisme : continuité du touriste rare au touriste de masse et rupture contemporaine", *Loisir et Société*, Montréal, Les Presses de l'Université du Québec, volume 3 n° 1.

**BOYER Marc** (1996), *L'invention du tourisme*, Paris, Découvertes Gallimard.

**BOYER Robert** (1986), *La théorie de la régulation, une analyse critique*, Paris, La découverte.

**BOYER Robert** et **SAILLARD Yves** (sous la direction de) (1995), *Théorie de la régulation, L'état des savoirs*, Paris, La Découverte.

**BOYER Robert** (1995), "Du fordisme canonique à une variété de modes de développement", in **R. BOYER** et **Y. SAILLARD** (1995), p. 369-377.

**BRESSAND Albert** et **NICOLAÏDIS Kalypso** (1988), "Les services au coeur de l'économie relationnelle", *Revue d'Économie Industrielle*, 43.

**BROUSSEAU Éric** (1993), *L'Économie des contrats*, Paris, P.U.F.

**BRUCKNER Pascal** (1995), *La Tentation de l'innocence*, Paris, Livre de poche.

**BULL Adrian O.** (1991), *The Economics of Travel and Tourism*, New York, Wiley.

**BULL Adrian O.** (1996), "L'économie du tourisme", *Problèmes Économiques*, Paris, n° 2 479, p. 19-23.

**BUTLER R.W.** (1980), "The concept of a tourist area cycle of evolution : implications for management of resources", *Canadian Geographer*, XXIV, 1, p. 5-12.

**CALS Joan** (1991), "La industria turistica de cataluna y sus dificultades", *Economistas*, numero 48, Madrid, p. 15-17.

**CASA de VELASQUEZ** (1990), *Ordenacion y desarrollo del turismo en Espana y en Francia*, Madrid.

**CAZES Georges** (1989, a), *Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir*, Paris, Hatier.

**CAZES Georges** (1989, b), *Les nouvelles colonies de vacances ?, Le tourisme international à la conquête du Tiers-Monde*, Paris, L'Harmattan collection Tourismes et Sociétés.

**CÉARD Jean** (1987), "Voyages et voyageurs à la Renaissance", in *Voyager à la Renaissance (Actes du colloque de Tours)*, Paris, Maisonneuve et Larose.

**CHOAY Françoise** (1992), *L'allégorie du patrimoine, Paris, La couleur des idées*, Seuil.

**CLIO Jean** (1995). "Régulation et histoire : je t'aime, moi non plus", in **R. BOYER et Y. SAILLARD**, p. 49-57.

**COASE Ronald** (1987), "La nature de la firme", *Revue Française d'Économie*, Paris, Volume II, p. 133-163.

**COOPER Chris** (1992), "The Life Cycle Concept and Tourism", in : **JOHNSON Peter and THOMAS Barry** (1992).

**CORBIN Alain** (1988), *Le territoire du vide, l'Occident et le désir du rivage 1750-1840*, Paris, Champs Flammarion.

**CORBIN Alain** (sous la direction de) (1995), *L'avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier.

**CORIAT Benjamin** (1991), *Penser à l'envers*, Paris, Christian Bourgeois.

**CORIAT Benjamin** et **WEINSTEIN Olivier** (1995), *Les nouvelles théories de l'entreprise*, Paris, Le Livre de Poche, Collection "Poche-Économie".

**COREI Thorstein** (1995), *L'économie institutionnaliste, les fondateurs*, Paris, Economica.

**COULOMB François** (1994), *Taille, structure et alliances. Les nouveaux profils des P.M.E. du tourisme*, Thèse pour le doctorat d'économie, Université des Sciences Sociales de Toulouse.

**CRIBIER Françoise** (1969), *La grande migration d'été des citoyens de France*, Paris, CNRS.

**CSERGO Julia** (1995), "Extension et mutation du loisir citadin, Paris XIX<sup>ème</sup>-début XX<sup>ème</sup>", in **CORBIN A.** (1995), p. 121-168.

**CUVELIER Pascal, GADREY Jean** et **TORRES Emmanuel** (1994), *Patrimoine, modèles de tourisme et développement local*, Paris, L'Harmattan.

**DACHARRY Monique** (1990), "Tourisme méditerranéen et CEE, quand l'histoire s'accélère", in *La C.E.E. méditerranéenne, Dossiers des images économiques du monde n°12*, SEDES, p. 229-251.

**DACHARRY Monique** (1991), *Touristes d'un autre âge, première partie : les Romains*, Aix-en-Provence, C.H.E.T. Études et Mémoires Volume n° 170.

**DAUMARD Adeline** (sous la direction de) (1983), "L'oisiveté aristocratique et bourgeoise en France au XIX<sup>ème</sup> siècle : privilège ou malédiction ?", in *Oisiveté et loisirs dans les sociétés occidentales au XIX<sup>ème</sup> siècle*, Abbeville.

**DE BANDT Jacques** et **GADREY Jean** (1994), *Relations de service, marché de services*, Paris, C.N.R.S. éditions.

**DE BANDT Jacques** (1995), *Les services aux entreprises, informations, produits, richesses*, Paris, Economica.

**DEBORD Guy** (1992), *La Société du Spectacle*, Paris, Folio.

**DEFALVARD Hervé** (1995), *Essai sur le marché*, Paris, Syros Alternatives Économiques.

**DELAUNAY Jean-Claude** et **GADREY Jean** (1987), *Les enjeux de la société de services*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

**DELORT Robert** (1982), *La vie au Moyen Âge*, Paris, Éditions Seuil Point histoire.

**DENIS Henri** (1983), *Histoire de la pensée économique*, Paris, PUF.

**DEPREST Florence** (1997), *Enquête sur le tourisme de masse, l'écologie face au territoire*, Paris, Belin.

**DEPREZ Léonce** (1995), *Une vraie politique d'économie touristique pour la France*, Éditions Léonce Deprez.

**DEWAILLY Jean-Michel** et **FLAMENT Émile** (1993), *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES collection Dossiers des images économiques du monde.

**DIRECTION DU TOURISME** (1997), "Comportements touristiques des français : la nouvelle donne", *Tourismes*, n°9-janvier.

**DRAIN Michel** (1988), *L'économie de l'Espagne*, Paris, PUF.

**DUBY Georges** (1978), *Les Trois Ordes ou l'imaginaire du féodalisme*, Paris, Bibliothèque des histoires, Gallimard.

**DUMAZEDIER Joffre** (1962), *Vers la civilisation des loisirs ?*, Paris, Seuil.

**DUMAZEDIER Joffre** (1988), Révolution culturelle du temps libre et pratiques touristiques, Aix-en-Provence, CHET série C, n°23.

**DUMAZEDIER Joffre** (1992), "Des grandes migrations passées au tourisme de masse", in **MICHAUD Jean-Luc**, p. 31-59.

**DUMÉZIL Georges** (1968), *Mythe et épopée I. Idéologie des trois fonctions dans les épopées des peuples indo-européens*, Paris, Bibliothèque des histoires, Gallimard.

- DUMONT Louis** (1977), *Homo aequalis*, Paris, Gallimard.
- DUPUIS Serge** (1991), *Robert Owen, socialiste utopique*, Paris, Éditions du CNRS.
- DUPUIS Xavier** et **ROUET François** (1986), *Économie et culture, les outils de l'économiste à l'épreuve*, Paris, La Documentation Française Volume n°1.
- DUPUY Jean-Pierre** (1992), *Logique des phénomènes collectifs*, Paris, ellipses.
- EIGLIER Pierre, LANGEARD Éric** et **DAGEVILLE Catherine** (1989), "La qualité de services", *Revue française du Marketing*, Paris, n° 121, p. 93-121.
- ESTEVE SECALL Rafael** (1991), "¿ Recesion o crisis del modelo turistico ? La situation de la Costa del Sol", *Economistas*, numero 48, Madrid, p. 18-27.
- ETZIONI A.** (1988), *The moral dimension. Toward a New Economics*, New York, The Free Press.
- EVERAERE Christophe** (1993), "Des coûts aux investissements de transaction. Pour un renversement de la théorie de Williamson", *Revue française d'économie*, Volume VIII. 3, p. 149-203.
- EYMARD-DUVERNAY François** (1989), "Conventions de qualité et formes de coordination", *Revue économique*, volume 40, n° 2, mars, p. 329-359.
- FARCHY Joëlle** (1992), *Le cinéma déchaîné, mutation d'une industrie*, Presses du CNRS, Paris.
- FAVEREAU Olivier** (1989), "Marchés internes, marchés externes", *Revue Économique*, n° 2, mars, p. 273 à 328.
- FAVEREAU Olivier** (1994), "Contrat, compromis, convention, point de vue sur les recherches récentes en matière de relations industrielles", Université de Paris X, Séminaire de Théorie économique sous l'égide de l'EHESS, du CEPREMAP et de l'École Nationale Supérieure, 19 p.
- FAVEREAU Olivier** (1995), "Conventions et régulation", in R. Boyer et Y. Saillard (1995), p. 511-520.

**FERNANDEZ FUSTER Luis** (1991), *Historia general del turismo de masas*, Madrid, Alianza Universidad Textos. :

**FERRY Luc** (1996), *L'homme-Dieu ou le sens de la vie*, Paris, Grasset.

**FIGUEROLA Manuel** (1985), *Teoria economica del turismo*, Madrid, Alianza.

**FIGUEROLA MANUEL** (1991), "Valoracion de la crisis del turismo espanol", *Economistas*, numero 48, Madrid, p. 2-5.

**FOURASTIÉ Jean** (1979), *Les trente glorieuses*, Paris, Collection Pluriel, Fayard.

**FOURQUET François** (1989), *Richesse et puissance, Une généalogie de la valeur*, Paris, Éditions La Découverte.

**FRANGIALLI Francesco** (1991), *La France dans le tourisme mondial*, Paris, Economica.

**FUSTER LAREU Juan** (1991), *Turismo de masas y calidad de servicios*, Madrid, Fundacion BARCELO.

**GADREY Jean** (1990), "Rapports sociaux de service : une autre régulation", *Revue Économique*, volume 41, Janvier, p. 49-69.

**GADREY Jean** (1991), "Le service n'est pas un produit : quelques implications pour l'analyse économique et pour la gestion", *Revue Politiques et Management Public*, Volume 9, n° 1, mars, 24 p.

**GADREY Jean** (1992), *L'économie des services*, Paris, La découverte collection Repères.

**GADREY Jean** (1994), "Les relations de service dans le secteur marchand", in De Bandt Jacques, Gadrey Jean (sous la direction de), *Relations de service, marchés de service*, Paris, CNRS éditions.

**GADREY Jean** (1996), *Services : la productivité en question*, Paris, Desclée de Brouwer.

**GALLO Max** (1969), *Histoire de l'Espagne franquiste de 1951 à aujourd'hui*, Paris, Marabout Université.

**GALLOUJ Camal** et **GALOUJ Faïz** (1996), *L'Innovation dans les services*, Paris, Économica.

**GAUCHET Marcel** (1985), *Le désenchantement du monde, une histoire politique de la religion*, Paris, Bibliothèque des Sciences Humaines, Éditions Gallimard.

**GAY-PARA Guy** (1985), *La pratique touristique*, Paris, Économica.

**GEORGE Pierre** (1992), "Le tourisme, une aventure du XXème siècle", in **MICHAUD Jean-Luc**, p. 3-15.

**GEREMEK Bronislaw** (1987), *La potence ou la pitié*, Paris, Gallimard, Bibliothèque des Histoires.

**GERSHUNY Jonathan** (1978), *After Industrial Society ?The Emerging Self-Service Economy*, Londres, Mac Millan.

**GOMEZ Pierre-Yves** (1994), *Qualité et théorie des conventions*, Paris, Économica.

**GOMEZ Pierre-Yves** (1996), *Le gouvernement de l'entreprise*, Paris, InterÉditions.

**GORZ André** (1988), *Métamorphoses du travail, Quête du sens, critique de la raison économique*, Paris, Galilée.

**GORZ André** (1997), *Misères du présent, Richesse du possible*, Paris, Galilée.

**GOSSEN Hermann Heinrich** (1995), *Exposition des lois de l'échange et des règles de l'industrie qui s'en déduisent* (première édition en allemand en 1854), Paris, Économica.

**GOUREVITCH Aaron J.** (1983), *Les catégories de la culture médiévale*, Paris, Gallimard, Bibliothèque des Histoires.

**GREFFE Xavier** (1990), *La valeur économique du patrimoine, la demande et l'offre de monuments*, Paris, Anthropos-Économica.

**GREGORY Alexis** (1990), *L'âge d'or des voyages 1880-1939*, Milan, Chene.

**GUESNIER Bernard** (1996), "Le patrimoine : une valorisation touristique à haut risque", *Cahiers Espaces*, numéro de décembre, 16 p.

**HARRIS Jean-Pierre** (1992), "Une institution intergouvernementale spécialisée : l'Organisation Mondiale du Tourisme", in **MICHAUD Jean-Luc**, p. 249-273.

**HATCHUEL Armand** (1995), "Les marchés à prescripteurs. Crise de l'échange et genèse sociale", in **Annie JACOB** et **Hélène VÉRIN** (1995), *L'Inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan Logiques Sociales.

**HEILBRONER Robert** (1971), *Les grands économistes*, Paris, Points Seuil.

**HERPIN Nicolas** et **VERGER Daniel** (1988), *La consommation des français*, Paris, La découverte collection Repères.

**HILL Peter** (1977), On goods and services, *The Review of Income and Wealth*, 4, série 23, décembre, p. 315-338.

**HIRSCH Fred** (1977), *Social limits to growth*, Londres, Routledge.

**HIRSCHMAN Albert O** (1980), *Les passions et les intérêts. Justifications politiques du capitalisme avant son apogée*, Paris, PUF.

**HIRSCHMAN Albert O.** (1983), *Bonheur privé, action public*, Paris, Fayard

**HIRSCHMAN Albert O.** (1986), *Vers une économie politique élargie*, Paris, Éditions de Minuit.

**HUETZ de A.** (1989), *L'économie de l'Espagne*, Paris, Masson.

**IACONO A.Q.** (1980), *Propos historiques sur le tourisme* (première édition 1971), Aix-en-Provence, C.H.E.T. Série B, n°12.

**ILLITCH Ivan** (1973), *La convivialité*, Paris, Seuil.

**JACOB Annie** (1994), *Le travail reflet des cultures, du sauvage indolent au travailleur productif*, Paris, PUF Économie en liberté.

**JOHNSON Peter** et **THOMAS Barry** (1992), *Choice and demand in tourism*, Londres, Mansell.

**KARPIK Lucien** (1989), L'économie de la qualité, *Revue française de Sociologie*, XXX, p. 187-210.

**KARSENTI Bruno** (1994), *Marcel Mauss, Le fait social total*, Paris, PUF.

**KNIGHT Frank** (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*, New York, A. H. Kelly.

**KOYRÉ Alexandre** (1973), *Du monde clos à l'univers infini* (première édition 1957), Paris, TEL Gallimard.

**KRAPF Kurt** (1946), "La doctrine du tourisme", *Revue du tourisme*, Berne, 1<sup>ère</sup> année n°1.

**KRAPF Kurt** (1948), "Quelques précisions sur la notion de tourisme", *Revue du tourisme*, Berne, 3<sup>ème</sup> année n°2.

**KRAPF Kurt** (1964), *La consommation touristique, une contribution à la théorie de la consommation*, Aix-en-Provence, Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille (Éditions en Allemand, 1952).

**KRIPPENDORF Jost** (1985), "Le tourisme dans le système de la société industrielle", in *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*, Rome, Alberto Sessa Éditeur, p. 167-194.

**KRIPPENDORF Jost** (1987), *Les vacances et après ? Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages*, Paris, Logiques Sociales, L'Harmattan.

**LAFARGUE Paul** (1994), *Le droit à la paresse*, Paris, Éditions Mille et une Nuits.

**LANCASTER J. Kelvin** (1966), A new approach to consumer theory, *Journal of Political Economy*, 74, p. 132-157.

**LANFANT Marie-Françoise** (1972), *Les théories du loisir*, Paris, P. U. F.

**LANQUAR Robert** (1987), *L'économie du tourisme*, Paris P.U.F.

**LATIMER H.** (1986), *The concepts of consumer and producer surpluses in tourism*, Aix en Provence, C.H.E.T.

**LAURENT Alain** (1977), "Les pièges du tourisme de masse", *Informations Sociales CNAF*, numéro de novembre, Paris, p. 67-72.

**LAVAUUR Luis** (1990), "El siglo del Gran Tour (1715-1793)", *Estudios Turisticos*, n° 96, Madrid, p. 49-82.

**LEBORGNE Danielle et LIPIETZ Alain** (1991), "Idées fausses et questions ouvertes de l'après-fordisme", *Espaces et sociétés*, n° 66-67, Paris, p. 39-68.

**LE GOFF Jacques** (1981), *La naissance du Purgatoire*, Paris, Gallimard Folio histoire.

**LE GOFF Jacques** (1985), *L'imaginaire médiéval*, Paris, Bibliothèque des histoires, Gallimard.

**LEVRATTO Nadine, PEDINIELLI Jean-Michel et TORRE André** (1995), "Une analyse de l'intermédiation sur le marché du tourisme", *Actes du colloque des Diablerets intitulé "Économétrie et tourisme"*, 18-19 janvier 1995, p. 69.

**LEWIS Norman** (1995), *Le Chant de la mer*, Paris, Phébus.

**LEYMARIE Serge et TRIPIER Jean** (1992), *Maroc : le Prochain Dragon ?*, De nouvelles idées pour le développement, Paris, Éditions EDDIF.

**LIÊM Hoang-Ngoc** (1996), *Salaires et emploi, une critique de la pensée unique*, Paris, Syros Alternatives Économiques.

**LIPIETZ Alain** (1979), *Crise et inflation, pourquoi ?*, Paris, Maspero.

**LIPIETZ Alain** (1995), "De la régulation aux conventions ; Le grand bond en arrière ?", *Actuel Marx*, Premier semestre 1995, p. 39-48.

**LIPOVETSKI Gilles** (1987), *L'empire de l'éphémère, la mode et son destin dans les sociétés modernes*, Paris, Gallimard, Bibliothèque des Sciences Humaines.

**LOMBARD Jacques** (1994), *Introduction à l'ethnologie*, Paris, Coursus Armand Colin.

**LOWYCK Els, VAN LANGENHOVE Luk et BOLLAERT Livin** (1992), "Typologies of tourist Roles", in P. Johnson et B. Thomas (1992), p. 13-32.

**LOZATO-GIOTART Jean-Pierre** (1991), "Traditions et mutations des marchés touristiques", *Les Cahiers d'ESPACES* n° 25, numéro de décembre, p. 26-32.

**LUNDBERG Donald, KRISHNAMOORTHY M. et STAVENGA Mink** (1995), *Tourism Economics*, New York, John Wiley and Sons, Inc.

**MACCANNELL Dean** (1989), *The tourist, a new theory of the Leisure Class*, New York, Schocken.

**MALSON Lucien** (1964), *Les enfants sauvages*, Paris, Éditions Christian Bourgeois Collection 10/18.

**MANTOUX Paul** (1973), *La révolution industrielle au XVIII<sup>ème</sup> siècle*, Paris, Editions Génin.

**MARCH James** (1991), *Décisions et organisations*, Paris, Les éditions d'Organisation.

**MARSHALL Alfred** (1966), *Principles of Economics*, Londres, Macmillan 8<sup>ème</sup> édition.

**MASLOW A. H.** (1954), *Motivation and Personality*, New York, Harper and Row.

**MAUSS Marcel** (1968), *Oeuvres Complètes*, Paris, éditions de Minuit.

**MÉDA Dominique** (1995), *Le travail, une valeur en voie de disparition*, Paris, ALTO Aubier.

**MÉDA Dominique** (1996), "Le déclin du travail ?", in *Travail et lien social*, Sciences Humaines hors série n°13, p. 16-19.

**MÉNARD Claude** (1990), *L'économie des organisations*, Paris, La Découverte.

**MESPLIER-Pinet Josette** (1996), "Penser global, agir local" Éditorial, *La Lettre Recherche Tourisme Loisir*, Arcueil, n° 2.

**MEYSSONIER Simone** (1989), *La balance et l'horloge la genèse de la pensée libérale en France au XVIIIème siècle*, Montreuil, Les Éditions de la passion.

**MICHAUD Jean-Luc** (sous la direction de) (1992), *Tourismes : chance pour l'économie, risque pour les sociétés ?*, Paris, PUF.

**MOATI Philippe** (1993), "Rationalité et marchés des biens culturels", *Revue d'Économie appliquée* n°4, Paris, p. 23-32.

**MOLLARD Amédée** (1995), "L'agriculture entre régulation globale et sectorielle", in **R. BOYER** et **Y. SAILLARD** (1995), p. 332-340.

**MONTAIGNE Michel de** (1969), *Les essais*, Paris, Garnier Flammarion.

**MORAND Paul** (1996), *Éloge du repos, Apprendre à se reposer* (première édition en 1937), Paris, Arléa.

**MOSSO A.** (1894), *La fatigue intellectuelle et physique*, Paris, Alcan.

**MUNOZ DE ESCALONA Francisco** (1989), "Economía de la producción turística, hacia un enfoque alternativo", *Revista de Estudios turísticos* n° 101, Madrid, p. 3-23.

**NAVARRO IBANEZ Manuel** et **BECERRA DOMINGUEZ Miguel** (1991), "La "crisis turística" en Canarias", *Economistas*, número 48, Madrid, p. 11-14.

**O.M.T.** (1983, a), *Étude sur l'adaptation des technologies nouvelles au tourisme : la télématique comme cas d'espèces*, Madrid.

**O.M.T.** (1983, b), *Étude sur l'évolution du temps libre et le droit aux vacances*, Madrid.

**O.M.T.** (1983, c), *Les innovations dans la conception et la fabrication des produits touristiques*, Madrid.

**O.M.T.** (1988), *Contrôle et qualité des produits et services touristiques*, Madrid.

**O.M.T.** (1990), *Tourisme à l'horizon 2000, aspects qualitatifs influant sur sa croissance mondiale*, Madrid.

**O.M.T.** (1991, a), *Compendium des statistiques du tourisme (1986-1990)*, Madrid.

**O.M.T.** (1991, b), *Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme d'Ottawa*, Madrid.

**ORLÉAN André** (sous la direction de) (1994), *Analyse économique des conventions*, Paris, PUF.

**ORTEGA Y GASSET Jose** (1986), *La rebelion de las masas* (première édition en 1937), Madrid, Coleccion Austral.

**OWEN Robert** (1969), *Socialisme utopique et socialisme scientifique*, Paris, Éditions sociales.

**POLANYI Karl** (1983), *La grande transformation*, Paris, Bibliothèque des Sciences Humaines, Gallimard.

**PETIT Pascal** (1988), *La croissance tertiaire*, Paris, Économica.

**PHELPS Edmund S.** (1990), *Économie Politique*, Paris, Fayard.

**PHILIPSON Henri** (1995), *L'économie contre nature*, Hellemmes, ESTER.

**PICARD Michel** (1992), *Bali, Tourisme Culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, Collection Tourisimes et Sociétés.

**PORTER Roy** (1995), Les Anglais et les loisirs, in A. Corbin (1995), p. 21-54.

**POTIER Françoise** (1997), "Les métamorphoses du tourisme", *Revue Sciences Humaines*, numéro de juin, p. 34-37.

**POUTET Hervé** (1995), *Images Touristiques de l'Espagne, De la propagande politique à la promotion touristique*, Paris, L'Harmattan, Collection Tourisimes et Sociétés.

**PRONOVOST Gilles** (1994), Loisirs et travail in *Traité de sociologie du travail*, Bruxelles, De Boeck.

**PY Pierre** (1996), *Le tourisme, un phénomène économique*, Paris, La Documentation Française.

**QUINTRIE LA MOTHE Thierry** (1987), "Le phénomène de mondialisation de l'industrie du tourisme", *Revue Française de Marketing*, août-septembre-octobre n°114, p. 23-30.

**RACHLINE François** (1991), *De zéro à epsilon, l'économie de la capture*, Paris, Pluriel.

**RAGON Michel** (1986), *Histoire de l'architecture et de l'urbanisme modernes*, Paris, Point Seuil.

**RAPPORT DE LA COMMISSION DES COMPTES DU TOURISME** (1991), *Le compte du tourisme en 1989*, Paris, Collection de l'Économie du tourisme n° 16.

**RAUCH André** (1995), Les vacances et la nature revisitée (1830-1939), in A. Corbin (1995), p. 83-117.

**RAUCH André** (1996), *Vacances en France de 1830 à nos jours*, Paris, Hachette collection L'histoire en marche.

**REVUE ÉCONOMIQUE** (1989), *L'économie des conventions*, Numéro spécial, volume n° 40, N° 2, mars.

**REVUE ESPACES** (1994), *La qualité dans le tourisme*, Numéro de janvier-février, n°125.

**RICARDO David** (1977), *Des principes de l'économie politique et de l'impôt*, Paris, Champs Flammarion.

**RICHEZ Jean-Claude** et **STRAUSS Léon** (1995), Un temps nouveau pour les ouvriers : les congés payés (1930-1960), in A. CORBIN (1995), p. 376-412.

**RICHTER Christine** (1988), "Le tourisme", in *L'Europe face à la nouvelle économie des services*, Genève, PUF, p. 189-219.

**RIESMAN David** (1950), *La Foule solitaire*, Paris, Arthaud.

**RIGAUDIAT Jacques** (1996), *Réduire le temps de travail*, Paris, Alternatives Économiques, Syros.

**RIOUX Jean-Pierre** (1971), *La révolution industrielle 1780-1880*, Paris, Éditions du seuil.

**ROBBINS Lionel** (1984), *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, 1932 réédition, Londres, Mc Millan.

**ROCHE Daniel** (1997), *Histoire des choses banales, Naissance de la consommation XVII<sup>ème</sup> -XIX<sup>ème</sup> siècle*, Paris, Fayard.

**ROCHEFORT Robert** (1995), *La société des consommateurs*, Paris, Éditions Odile Jacob.

**ROSTOW W.W.** (1963), *Les étapes de la croissance économique*, Paris, Point Seuil.

**ROZENBERG Danielle** (1990), *Tourisme et utopie aux Baléares, Ibiza, une île pour une autre vie*, Paris, L'Harmattan, Collection Tourismes et Sociétés.

**SALAIS Robert** et **STORPER Michael** (1993), *Les mondes de production, Enquête sur l'identité économique de la France*, Paris, Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales.

**SCHUMPETER Joseph A.** (1983), *Histoire de l'analyse économique*, Paris, Bibliothèque des sciences humaines Gallimard.

**SCOL Jean** (1994), *Les relations touristiques entre l'Europe du Nord et l'archipel du Dodécannèse*, Thèse de troisième cycle de géographie, Université de Lille I.

**SEGUI LLINAS Miguel** (1995), *Les nouvelles Baléares, la rénovation d'un espace touristique mythique*, Paris, L'Harmattan, Collection Tourismes et Sociétés.

**SEN Amartya** (1993), *Éthique et économie*, Paris, P.U.F. collection philosophie morale.

**SHAW Gareth** et **WILLIAMS Allan M.** (1994), *Critical Issues In Tourism*, Cambridge Massachusetts, Blackwell.

**SIMON Herbert** (1959), "Theories of Decision Making in Economic and Behavioral Science", *American Economic Review*, 49, n° 1.

**SMITH Adam** (1976), *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* (première édition 1776), Paris, Gallimard.

**SPIZZICHINO Robert** (1991), *Les marchands de bonheur, Perspectives et stratégies de l'industrie française du tourisme et du loisir*, Paris, Dunod.

**STAFFORD Jean** (1988), "Le paradigme économique en tourisme", *Téoros*, Volume 7, n° 3, p. 3-5.

**STAFFORD Jean** (1996), *Microéconomie du tourisme*, Montréal, Presse de l'Université du Québec.

**STAROBINSKI Jean** (1964), *L'invention de la liberté*, Genève, SKIRA.

**STIGLER Georges** (1962), "Information in the Labor Market", *Journal of Political Economy*, octobre, P. 94-105.

**TAMANES Ramon** (1990), *Introduction à l'économie espagnole*, Paris, Sedes.

**TEBOUL René** (1990), "Économie et loisirs", in **COMTE F., LUTHI J-J. et ZANANIRI G.** *L'Univers des Loisirs*, Paris, Letouzey et Ané éditeurs, p. 506-512.

**TERTRE du Christian** (1995), Une approche sectorielle du travail, in R. Boyer et Y. Saillard (1995), p. 323-331.

**THÉVENOT Laurent** (1989), "Équilibre et rationalité dans un univers complexe", *Revue Économique*, volume 40, p. 147-197.

**TINARD Yves** (1992), *Le tourisme, économie et management*, Paris, Mac Graw-Hill.

**TOCQUER Gérard et ZINS Michel** (1987), *Marketing du tourisme*, Boucherville Québec, Gaëtan Morin Éditeur.

**TOFFLER Alvin** (1971), *Le choc du futur*, Paris, Folio essais.

**TOFFLER Alvin** (1980), *La troisième vague*, Paris, Folio essais.

**TOURAINÉ Alain** (1992), *Critique de la modernité*, Paris, Fayard.

**TROISI Michele** (1940), *La rendita turistica*, Bari.

**TROUVELOT Sandrine** (1995), "Tourisme, oh les beaux jours !", *Alternatives Économiques*, numéro de juillet-août.

**RYSTRAM Florence** (1996), *En route!*, Paris, Découvertes Gallimard.

**TURNBULL Colin** (1973), *Les Iks, Survivre par la cruauté Nord Ouganda*, Paris, Plon Collection Terre Humaine.

**URBAIN Jean-Didier** (1993), *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*, Paris, Petite Bibliothèque Payot.

**URBAIN Jean-Didier** (1994), *Sur la plage, Moeurs et coutumes balnéaires*, Paris, Essais Payot.

**URRY John** (1990), *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, SAGE Publications.

**VASALLO Ignacio** (1983), El turismo de masas en Espana, *Estudios Turisticos*, numéro d'hiver, Madrid.

**VEBLEN Thorstein** (1970), *Théorie de la classe de loisir* (Édition originale 1899), Paris, Tel Gallimard.

**VELLAS François** (1992), *Le tourisme*, Paris, Économica.

**VELLAS François** (1996), *Le tourisme mondial*, Paris, Économica.

**VELTZ Pierre** (1996), *Mondialisation, villes et territoires, l'économie d'archipel*, Paris, PUF.

**VERDON Jean** (1996), *Les loisirs au Moyen Âge*, Paris, Tallandier.

**VIARD Jean** (1987), Platanes et palmiers, ou vers une société post-touristique dans le sud-est français ?, *Problems of tourism*, n° 3 (37), p. 30-37.

**VIGARELLO Georges** (1985), *Le propre et le sale, l'hygiène du corps depuis le Moyen Âge*, Paris, L'Univers Historique Seuil.

**VILAR Pierre** (1974), *Or et monnaie dans l'histoire*, Paris, Champs Flammarion.

**WACKERMANN Grabiél** (1988), *Le tourisme international*, Paris, Armand Colin.

**WALRAS Léon** (1952), *Éléments d'économie politique pure*, Paris, LGDJ.

**WEBER Max** (1967), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Agora.

**WEBER Max** (1985), *Économie et sociologie*, Paris, Agora.

**WILLIAMSON Oliver E.** (1994), *Les institutions de l'économie*, Paris, InterEditions.