

# La Décroissance pour repenser le tourisme

par **Philippe Bourdeau et Libéra Berthelot** (Université de Grenoble, UMR PACTE CNRS)

## Intentions, positions

Ce texte rend compte d'une étape d'un travail de " déconstruction " du fait touristique à l'aide de la notion de Décroissance soutenable. A son stade actuel, notre travail ne se réfère pas à une définition formelle de la notion de Décroissance, mais repose plutôt sur sa dimension de slogan agissant comme " mot-obus " (Ariès, 2005) ou " bombe sémantique " (Cheynet, 2008) mettant en cause l'économisme, le croissancisme, et la marchandisation de la nature et des rapports humains. La Décroissance est mobilisée ici non comme position militante, mais comme grille de lecture permettant une ré-interrogation critique des fondements, des évolutions, des discours et des débats qui prennent le fait touristique pour objet. En effet, par une radicalisation d'exigences éthiques, sociales, culturelles et environnementales, la perspective de la Décroissance ne manque pas de renouveler et d'accentuer le débat sur le statut et les pratiques du tourisme. Ce processus s'opère par une interpellation d'" évidences " constitutives du fait touristique contemporain comme la mobilité, l'exotisme, le travail, le loisir, la consommation, la publicité, la marchandisation, la technologie... Mais il s'opère aussi par l'énonciation d'une utopie basée sur l'inversion des codes dominants du tourisme : la proximité, le quotidien, l'autonomie culturelle, la frugalité, l'autoproduction récréative, la réduction des dépenses, la lenteur des déplacements et l'engagement dans le temps se voient ainsi attribuer a contrario un sens et des valeurs positives. Dans le même temps, au delà de sa dimension culturelle et privée, le tourisme est replacé dans un cadre politique local et global par une remise en cause qui va des pratiques individuelles aux politiques d'aménagement, de transport et de développement économique. Comme l'ont fait avant nous d'autres chercheurs en sciences sociales (cf. bibliographie), il s'agit donc de dépasser le consensus sociétal et scientifique dominant sur les " bienfaits " du tourisme et sa " nature " supposée a-historique et apolitique. Cette démarche (1) s'appuie en ce qui nous concerne sur des travaux antérieurs sur la pensée critique du tourisme (Bourdeau, 2006), le post-tourisme (Bourdeau, 2007) et les itinérances récréatives (Berthelot et Corneloup, 2008). Elle cherche à établir des relations entre des approches empiriques sectorielles (tourisme de montagne, rapports ville-nature, itinérances...) et un essai de généralisation plus spéculatif. A cet effet elle mobilise un corpus d'écrits au statut très variable (ouvrages et articles scientifiques, essais et littérature de voyage, presse professionnelle ou grand public). De même, elle renonce à un effet de synthèse pour privilégier quelques orientations thématiques considérées comme saillantes au regard d'un débat scientifique et citoyen à poursuivre.

## 1. La Décroissance : un potentiel pour dé-penser le tourisme

L'idée clé que nous retenons de la notion de Décroissance est la réfutation de l'économisme et du productivisme comme finalités des sociétés humaines, qui passe entre autres par réduction de l'appropriation - et de la capacité d'appropriation - directe, ou par l'intermédiaire de produits et services, des ressources naturelles, qu'il s'agisse de matières, d'énergies et d'espaces (2). Appliqué à l'univers du tourisme et de la récréation (loisirs sportifs, espaces récréatifs...), ce projet d'ordre physique et économique agit comme un puissant potentiel de questionnement et de mise en porte-à-faux des fondements structurels et du sens du fait touristique, que nous esquissons à titre d'hypothèse.

### ***1.1. Le tourisme comme étendard de la société du travail***

La première question majeure posée par le cadre critique de la Décroissance est celle du statut même de la récréation au sein d'une perspective qui cherche à " en finir avec la société du travail " (Ariès, 2005). En effet, même si la diffusion du tourisme et des loisirs a contribué à la relativisation des valeurs du travail (Viard, 2000 et 2006), ceux-ci restent profondément ancrés dans la culture du travail en fonctionnant à la fois comme rupture compensatoire et revitalisation de l'énergie productive. Le mot anglais " travel " aurait d'ailleurs la même origine étymologique que le mot " travail " (Urry, 2000). Dans le cadre de l'" industrie de la consolation " (Leclair, 2004) que constitue le tourisme, la notion de " vacance " se trouve de fait bien remplie dans la mesure où le modèle dominant véhiculé par les médias, la publicité et les opérateurs économiques tend à privilégier des comportements orientés vers un activisme forcené et une sur-consommation de ressources (énergie, eau, paysage...), de biens et de services (3). Mais du point de vue de la Décroissance, si le temps libre " ressemble de plus en plus à la journée de travail " (4), ce n'est pas seulement parce que les loisirs marchands restent fondamentalement du temps aliéné. C'est aussi parce que le loisir, le tourisme et le voyage apparaissent soumis à un utilitarisme qui se banalise. Les " terrains d'aventure " (payants et lointains) qui remplacent les terrains vagues des villes (gratuits et proches) sont non seulement inspirés des parcours d'entraînement militaires, mais sont aussi souvent utilisés à des fins éducatives et de training en tant que métaphore de la vie sociale et professionnelle. De même, les voyages de jeunesse qui se réfèrent à la mythologie du " grand départ " des routards des années 1960-1970 s'entendent désormais comme crédits reconnus par des formations supérieures, et comme références de curriculum vitae destinées à prouver l'esprit d'aventure des futurs cadres... De telles observations rejoignent le point de vue du situationnisme sur le tourisme et les loisirs, considérés comme " marchandise spectaculaire " par excellence. Pour Guy Debord, le non-travail qui sous-tend les loisirs ne constitue en rien une libération d'un monde façonné par le travail : l'humanisme de la marchandise qui s'empare des loisirs contribuerait au contraire à la prise en charge de la totalité de l'existence humaine par le " reniement achevé de l'homme " (Debord, 1967). On notera que loin d'être cantonnée à une minorité radicale, cette conception du tourisme est si communément admise qu'une radio grand public peut annoncer en toute banalité que " les forçats des vacances sont sur la route ", à propos des premiers embouteillages provoqués par les départs estivaux (5).

### ***1.2. Le tourisme au cœur des mésusages de la mobilité***

Dans un deuxième temps, il est possible de relever l'objectif de " relocalisation généralisée " (Ariès, 2005) auquel vise la Décroissance à partir du réinvestissement de l'espace et du temps par la lenteur. On constatera alors *a contrario* que le tourisme s'inscrit depuis deux siècles dans le cadre d'une idéologie " moderne " de rapport dominant à l'étendue, qui en fait un des principaux vecteurs de diffusion de valeurs et de pratiques de mobilité à l'échelle planétaire. A cet égard, la multiplication des déplacements récréatifs et l'éloignement des lieux fréquentés

apparaissent comme des facteurs-clés de rentabilité symbolique sur fond de dévaluation globale des espaces de proximité - notamment urbains - comme " lieu de non-sens " (Piolle, 1993). Ce qui est en jeu dans ce processus c'est la relativisation, voire l'inversion, de ce qu'Abraham Moles appelle " la loi d'airain " de la proxémie, à savoir la primauté axiologique de l'" ici " et l'effet atténuateur de la distance sur la pratique et l'investissement de l'espace éloigné (Moles et Rohmer, 1998). A tel point qu'il est fréquent de constater que l'" ailleurs " peut désormais remplacer l'" ici " dans sa fonction identitaire (Equipe MIT, 2002). Pourtant, malgré l'ampleur et la diversité des phénomènes de déplacement de population concernés (tourisme, migrations), l'idée de mobilité généralisée reste largement un slogan (Allemand, 2004) au regard des processus de néo-sédentarité et de relégation d'ordre économique, social et culturel dont les " oubliés des vacances " (6) constituent une dimension emblématique. Cela n'empêche pas les " objecteurs de croissance " de récuser l'idéal de fluidité de circulation incarné par les élites cinétiques (Cresswell, 2004) en dénonçant le fait que " se déplacer est devenu une injonction " (7), et en annonçant comme horizon la " sortie de la civilisation de l'automobile " (Cheynet, 2008). Au-delà même de toute question d'impact environnemental et social, ils pointent les dérives d'une sur-mobilité qui leur semble vidée de sens, en l'interprétant comme une figure de fuite impossible de l'enfermement dans un monde clos, " une planète pleine et sans espace " selon la formule de Zigmunt Baumann (Baumann, 2000). Le tourisme jouerait donc un rôle de premier plan dans la diffusion d'une " *junk mobility* " (8) dont l'exemple le plus caractéristique est représenté par des pratiques commerciales consistant à offrir un trajet pour l'achat d'un autre produit ; citons par exemple : " un mobile Samsung acheté : un aller-retour à New-York offert " (Publicité Samsung 2007). Ce qui semble en jeu dans la contestation des mésusages (Ariès, 2007) de la mobilité, c'est d'abord une inversion de sens et de valeurs entre culture légitime et culture contestataire par rapport aux années 1960-1970. Dans une société alors dominée par la rigidité et la sédentarité, l'idéal de mobilité s'inscrivait dans un projet de démarcation ou de rupture notamment incarné par la figure du routard. Mais dans la société contemporaine qui s'empare de la mobilité comme instrument économique, projet de management et horizon idéologique de la mondialisation libérale, cette perspective se renverse. C'est ainsi qu'en réponse à l'affirmation selon laquelle " Dans un monde qui bouge, l'immobilisme est un désordre " (M. Lévy, PDG de Publicis) (9), les militants de la Décroissance revendiquent " Alors soyons le désordre !" (Casseurs de pub, 2004).

### ***1.3. Le tourisme, secteur-clé de croissance pour le capitalisme de production culturelle***

Face à la " décolonisation de l'imaginaire " (Cheynet, 2008) que revendique la Décroissance vis-à-vis l'économisme et du consumérisme, le champ du tourisme et des loisirs offre un terrain complexe car animé de manière exemplaire par une tension permanente entre une logique d'autonomie culturelle (un sens intrinsèque) et une logique d'hétéronomie économique (un sens qui découle de finalités économiques). Mais la prééminence de cette dernière dans les discours et politiques sur le tourisme paraît si forte qu'elle tend à occulter ses dimensions géohistoriques et culturelles fondatrices. C'est pourquoi le poids majoritaire occupé par le secteur non-marchand dans les pratiques récréatives et les hébergements est considéré comme un handicap à surmonter, et non comme une richesse. De fait, après avoir été longtemps négligé par les grands opérateurs et observateurs économiques, le tourisme accède à une pleine reconnaissance de sa contribution à l'affirmation d'un capitalisme de production culturelle (Rifkin, 2000) : première activité commerciale d'exportation avant les hydrocarbures, l'automobile ou l'armement, il représente selon l'Organisation mondiale du Tourisme 40 % du commerce mondial des services et 12 % du PIB Mondial, soit environ 250 millions d'emplois. Le tourisme fait donc figure de " moteur de croissance pour l'avenir "

(Frangialli, 2007) et constitue à ce titre un des domaines-clés d'application de l'Accord général sur le commerce et les services (AGCS), même s'il fait d'ores et déjà figure de secteur économique le plus libéralisé (Caire et Rouillet-Caire, 2003). En France, les Assises nationales du tourisme de 2008 ne manquent pas de reprendre ce leitmotiv avec pour slogan " le tourisme au cœur de notre croissance " (10).

En écho à cette montée en puissance économique, on observe une dépendance de plus en plus marquée du tourisme vis-à-vis d'opérateurs industriels mondialisés (tours opérateurs, transporteurs aériens, chaînes hôtelières, parcs de loisirs, sociétés de remontées mécaniques, promoteurs immobiliers...). Ce qui renforce le risque de voir les pratiques et les lieux de voyage et de vacances transformés en produits standardisés, " brandés " (11) et banalisés, dans lesquels l'expérience vécue par les " consommateurs " paraît réduite, au-delà des poncifs, à un fort conformisme comportemental et relationnel alors que le patrimoine naturel et culturel local est dégradé, artificialisé, muséifié ou folklorisé. Bien sûr, une telle hypothèse ne doit pas conduire à négliger ou nier les capacités de prise d'autonomie des individus dans un cadre contraint, qui font partie des compétences basiques du touriste (Ceriani et al., 2004). Et sur un registre complémentaire, les sciences sociales (Urry, 2000 ; Viard, 2000 et 2006) ne manquent pas de rappeler la participation déterminante du tourisme à la mutation des valeurs et des modes de vie dans les pays " développés " : modifications profondes du rapport au corps, aux autres, à la nature ; initiation à de nouveaux comportements alimentaires, vestimentaires et sexuels ; apprentissage d'une certaine autonomie vis-à-vis des contraintes productives, sociales et religieuses. Mais ces acquis potentiels ne sont-ils pas désormais dépassés par une subordination fonctionnelle à un marketing de plus en plus sophistiqué et à ses corollaires : publicité, branding des espaces naturels et des pratiques ? De multiples observations tendent ainsi à illustrer le fait que le tourisme est considéré par les opérateurs et les experts comme un rituel consommatoire ayant perdu tout sens culturel intrinsèque, dont l'animation reposerait de plus en plus sur un pilotage par l'offre. Dès lors, l'imaginaire touristique tendrait à se réduire à un argumentaire de vente : " persuadez vos clients indécis que les dunes sont l'opposé du stress urbain, une cure d'apaisement psychologique : silence, lenteur des méharées et lignes pures " (Revue professionnelle *l'Echo touristique*, 2006). Ceci pendant que le " Droit au voyage " ne serait plus qu'un slogan commercial - en l'occurrence celui du tour opérateur Marmara - évacuant toute idée d'émancipation sociale et culturelle. C'est dans ce contexte que la question du sens du tourisme et du voyage donne souvent l'impression de passer au second plan vis-à-vis du rôle croissant de la technologie (matériel, orientation, transport, information et communication...) dans l'expérience touristique. Pour illustrer ce phénomène, on citera le hors-série du *Monde* " vivre en 2020 " (mars 2007), qui fait l'impasse sur la dimension imaginaire et culturelle du voyage et offre du tourisme une vision quasi-exclusivement technologique, en l'occurrence des voyages " propres " grâce à l'innovation high-tech. Cette mutation va de pair avec la banalisation d'une référence aux stations touristiques comme " usines à rêves " (Organisation mondiale du tourisme, 2004). On retrouve alors la perspective de l'industrie culturelle hollywoodienne de *l'entertainment*, mobilisée par une conception des lieux touristiques non comme espaces publics à caractère territorial, mais comme entreprises, voire même parcs de loisirs privés. Au-delà des facilités de langage et de la volonté de légitimer le sérieux de l'activité touristique en faisant référence à son caractère industriel, pourtant très discuté (Dewailly, 2006 ; Bourdeau, 2007), ce processus conforte son rôle de porte-drapeau d'une mondialisation ludique. La touristification généralisée annoncée par des observateurs avertis (Urry 2000, Viard, 2006) prendrait ainsi des airs de " disneylandisation " du monde (Brunet, 2006).

#### ***1.4. Le tourisme, vitrine des inégalités sociales et de l'asymétrie nord-sud***

En poursuivant l'examen a priori du statut du tourisme au regard des thèses de la Décroissance, la question des inégalités sociales et économiques retient particulièrement l'attention. Dans un pays comme la France, 4 personnes sur 10 ne partent pas en vacances chaque année, le taux de départ annuel des cadres et professions intellectuelles supérieures (90 %) étant presque deux fois plus élevé que celui des ouvriers (48 %). Et dans le cas des sports d'hiver les inégalités sont encore plus fortes puisque moins d'un français sur 15 accède aux stations de ski chaque année, et que parmi eux 2 à 3 % des skieurs " consomment " 70 à 80 % des journées de ski. De telles disparités sont évidemment inscrites dans l'histoire aristocratique et bourgeoise du tourisme, mais elles ont été pondérées dans les années 1960-1980 par le projet - ou le mythe ? - du " tourisme pour tous ". Celui-ci s'est traduit, politiques et mutations socio-économiques à l'appui, par une diffusion effective de la pratique touristique, le taux moyen de départ en vacances passant en France de moins de 40 % en 1965 à 62 % au début des années 1990. Mais depuis une décennie ce processus ne semble plus d'actualité : les opérateurs et destinations touristiques privilégient désormais une stratégie de croissance en valeur (montée en gamme, augmentation des prix...) sur une croissance en volume de fréquentation, ce qui accentue le caractère élitiste des pratiques touristiques et l'effet de niche de clientèle qui en résulte. Dans le même mouvement, la plupart des formes de tourisme social (colonies de vacances, classes de neige...) se trouvent de fait exclues des sites touristiques, renforçant les phénomènes de non-départ et les néo-sédentarités. Les inégalités d'accès au tourisme observées dans les pays du Nord sont largement accentuées à l'échelle planétaire, puisque selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) seulement 3,5 % de la population mondiale, concentrée dans les pays " développés " a accès au tourisme. Ce constat s'accompagne d'un bilan critique du tourisme dans les " Suds " aujourd'hui bien documenté, même s'il ne constitue qu'une rubrique supplémentaire à l'inventaire des formes de domination économique et symbolique exercée par le " Nord ". Si ce thème constitue un sujet à part entière qui dépasse largement notre propos, la littérature disponible permet de pointer quelques clés de lecture critique des phénomènes en jeu (12) :

- des inégalités extrêmes dans le " droit " à la mobilité qui instaurent un contraste brutal entre " le défolement des nantis et le refoulement des démunis " (Hillali, 2003) ;
- une double asymétrie entre d'une part la localisation de la demande et des opérateurs au Nord et celle des destinations au Sud ; et d'autre part entre un produit touristique " élastique " en amont (demande au Nord) et " rigide " en aval (offre au Sud) ;
- une captation des profits financiers au profit des entreprises du Nord qui valide l'adage " voyages au Sud, profits au Nord " (Hillali, 2003) ;
- une accentuation de l'endettement de nombreux pays pour la réalisation d'investissements touristiques effectués au détriment d'autres secteurs économiques et sociaux ;
- une ségrégation dans l'accès aux espaces, aux ressources (eau, énergie...) et aux services dédiés au tourisme ;
- un processus de désappropriation pratique et symbolique qui fonctionne par acculturation et détournement d'usages, de valeur et de sens des lieux : à la fin des années 1990, une série de publicités du voyageur FRAM décline ainsi l'affirmation selon laquelle " le monde est à tout le monde " ... en l'occurrence aux visiteurs occidentaux ;
- la reproduction d'images mystifiantes (Cazes, 1976) et folklorisantes, qui confinent au néo-colonialisme dans les postures et situations mises en scène par la publicité touristique ;
- l'exploitation et la précarisation des personnels locaux, s'accompagnant d'exploitation sexuelle (Michel, 2006), et même parfois de déplacements forcés de population pour la réalisation d'opérations d'aménagement touristique ;
- la très forte compatibilité du tourisme avec des régimes politiques autoritaires ou totalitaires.

A bien des égards, ce bilan lapidaire érige de nombreuses destinations en " nouvelles colonies de vacances " (Cazes, 1992) des pays les plus riches, au point de susciter régulièrement des campagnes de mobilisation citoyennes sur le thème " les vacances des uns font le malheur des autres " (13). Cette lecture " à charge " a pour pendant l'instrumentalisation idéologique mise en oeuvre par l'Organisation mondiale du tourisme, pour laquelle le tourisme incarne une " libéralisation à visage humain " (14) référée pêle-mêle au cycle de Doa de l'AGCS, aux objectifs du Millénaire pour le développement de l'ONU, et aux principes du développement durable : " Nous, membres de l'O.M.T. (...), marquons notre volonté de promouvoir un ordre touristique mondial (...) dans un contexte d'économie internationale ouverte et libéralisée " (15). C'est notamment dans ce cadre que l'OMT s'est engagée dans une série de campagnes de réhabilitation du tourisme comme " source d'enrichissement " (2003, 2006) et vecteur de " lutte contre la pauvreté " (2004). Le tourisme y est mis en exergue comme générateur de nouveaux revenus, d'amélioration des conditions sociales, de stimulation d'esprit d'entreprise, d'encouragement de l'égalité hommes-femmes, de transfert de richesse, de technologie et de compétences, d'amélioration de services publics, d'injection de revenus dans les communautés locales, de renforcement de l'identité culturelle, de préservation du patrimoine, de diffusion des valeurs interculturelles, particulièrement au bénéfice des pays les plus pauvres (OMT, 2006). Plus qu'un simple enjeu de communication, c'est donc bien une confrontation idéologique entre des visions divergentes du monde qui se joue autour du tourisme. Si les inégalités d'accès au tourisme accentuent au Nord comme au Sud les contradictions conduisant à sa mise en cause structurelle et fonctionnelle, la question environnementale n'est pas en reste.

Ainsi, les travaux les plus récents sur l'analyse des émissions de gaz à effet de serre dues aux déplacements du tourisme et de loisirs (16) relèvent que 5 % des touristes français contribuent à 50 % des émissions de GES dues aux déplacements touristiques nationaux, les 10 % les plus actifs en émettant presque les deux tiers. La même étude montre que les pratiques les plus émettrices sont clairement associées aux destinations lointaines et aux hébergements les plus confortables (hôtels haut de gamme), ainsi qu'aux modes de transport les plus coûteux et rapides (avion) qui caractérisent les comportements des catégories socioprofessionnelles les plus favorisées : cadres, chefs d'entreprises et retraités de ces catégories. Dans le cas du transport aérien, selon la même source, ce phénomène est encore accentué en cas de voyage en première classe ou classe affaire, avec un bilan d'émission de gaz à effet de serre 3 fois plus élevé qu'en classe économique. Le tourisme constituerait ainsi une illustration caricaturale du processus par lequel " les riches détruisent la planète " (Kempf, 2007). Sans lui consacrer de développement spécifique, nous n'omettons donc pas tout à fait la question de la prédation environnementale, qui apparaît comme une constante dans l'appareil de pensée critique offert par la Décroissance, et peut être illustrée dans le cas du tourisme par le thème de " la destruction ordinaire des littoraux en temps de paix " (Homs, 2006).

## **2. Approche empirique : au-delà d'un jeu de miroirs classique entre " tourisme " et " voyage ", une difficile mise en pratique**

Après avoir énoncé les principales hypothèses d'une déstabilisation des évidences du fait touristique à l'aide de cette notion, nous proposons d'examiner les premiers résultats d'une enquête exploratoire sur les représentations et pratiques de la relation entre tourisme et Décroissance. Cette première approche cherche avant tout à saisir les discours sur les pratiques touristiques contemporaines portés par des personnes sensibilisées à la notion de Décroissance (17). Nous en proposons une mise en perspective considérant les discours recueillis en tant qu'éléments révélateurs d'une critique du fait touristique, en privilégiant

comme grille d'analyse la distinction entre "touriste" et "voyageur" qui en constitue un des résultats les plus saillants. En effet, à la question "faites-vous une différence entre "voyageur" et "touriste", 83% des répondants ont répondu par l'affirmatif (18), et il est possible de constater une symétrie quasi-parfaite entre les qualificatifs négatifs attribués aux "touristes" et ceux nettement plus positifs attribués aux "voyageurs". Ainsi, selon les résultats obtenus :

- 1/ Alors que le touriste "consomme, profite, envahit et détruit" (42 %), le voyageur "découvre, s'adapte, échange et respecte" (41%),
- 2/ Si le touriste est "suiveur et passif" (12,5%), le voyageur est "baroudeur et actif" (18%),
- 3/ Le touriste est "égoïste, recherche son plaisir personnel, fait une découverte superficielle" (19%) contrairement au voyageur chez qui il existe "un état d'esprit, une éthique, des objectifs au voyage" (12,3%),
- 4/ Enfin si le voyageur aime et se permet de "prendre son temps" (9%), le touriste est pour sa part "minuté" (8%).

Bien que ces oppositions semblent caricaturales, elles sont révélatrices des critiques contemporaines du fait touristique, et s'inscrivent dans trois des quatre hypothèses préalables déjà examinées. En effet, les deux premières symétries "consomme, profite, envahit et détruit" versus "découvre, s'adapte, échange et respecte" et "suiveur et passif" versus "baroudeur et actif" correspondent à la critique de la dérive économiste et consumériste du tourisme et des loisirs. La seconde symétrie "égoïste, recherche son plaisir personnel, fait une découverte superficielle" versus "un état d'esprit, une éthique, des objectifs au voyage" renvoie entre autres au tourisme comme vitrine des inégalités sociales et de l'asymétrie nord-sud. Et enfin l'opposition "prendre son temps" versus "minuté" coïncide avec une lecture du tourisme comme étendard de la société du travail. Ainsi, seule l'hypothèse du tourisme au cœur des mésusages de la mobilité ne transparait pas dans les résultats de l'enquête. Ne pourrait-on pas lire dans cette absence, l'impasse ou plutôt la peur d'une remise en question trop profonde de la pratique touristique ? Comme le souligne Bertille Daragon: "faire le deuil du déplacement n'est pas aisé, tant sont puissants les rêves et les émotions rattachés à l'exploration du vaste monde" (19). Plus généralement, ce constat souligne s'il en est besoin les contradictions entre les intentions ou positions volontaristes et les pratiques concrètes. Même si l'action la plus citée par les enquêtés pour parvenir à une décroissance touristique soutenable est "une politique incitative, des aménagements ou des innovations pour développer les mobilités douces", et que la principale forme et pratique du tourisme et de voyage qu'ils désignent comme étant à préserver est le "tourisme de proximité", 66% d'entre eux partent en voyage ou vacances "plusieurs fois par an" et utilisent de manière prédominante les moyens de déplacement motorisés (61% "transport routier motorisé" et 26% "l'avion"). Pourtant, si la mobilité semble absente de l'opposition explicitée entre "touriste" et "voyageur", sa remise en question est présente lorsque que l'on interroge "les formes et pratiques de tourisme et de voyage à préserver" ou au contraire, celles "qui doivent être freinées ou découragées" (20) : - "Tourisme de proximité" (21,5%) et "voyager par des transports alternatifs" (17%) sont respectivement les premier et troisième items sur quinze proposés comme forme à préserver ; - "Transport polluant et individuel" (18,9%) et "séjours lointains mais courts" (18,2%) sont quant à eux en troisième et quatrième positions sur treize des pratiques à décourager.

Ainsi, parler de "tourisme" en général et non plus de "touriste" ou "pratiquant" pourrait permettre une mise à distance "nécessaire" pour ne pas remettre en question directement sa propre pratique, tout en introduisant la question de la mobilité dans le débat sur l'application de la décroissance aux pratiques touristiques. Enfin, si l'on examine les formes attribuées par les personnes enquêtées à un projet de décroissance touristique (21), il en ressort le classement suivant :

- 1- " Voyager moins, mais mieux " (63,3 %)
- 2- " Echapper à la marchandisation des voyages " (56,5 %)
- 3- " Voyager autour de chez soi " (31,3 %)
- 4- " Voyager sans voiture " (30,6 %)
- 5- " Organiser soi-même ses vacances " (25,9 %)
- 6- " Echanger mais pas forcément payer " (23,1 %)
- 7- " Organiser ses vacances avec une structure militante " (22,4 %)

En laissant libre cours à l'imagination des personnes enquêtées (22), on obtient pour les items au-dessus de 10% :

- 1- " Voyager, se déplacer via les mobilités douces " (33,3%)
- 2- " Voyager, s'organiser, visiter avec des structures militantes " (13,1%)
- 3- " Pourquoi pas, mais pas d'idées concrètes " (10,1%)
- 4- " Recours à des hébergements alternatifs / échange de maison / chez l'habitant " (10,1%)

Malgré ses limites, cette première enquête exploratoire illustre donc le fait que la représentation d'un projet de décroissance appliqué au tourisme passe bien par une remise en question de certains piliers fondateurs du fait touristique, tout en soulignant logiquement les contradictions. Le tourisme étant par définition " un loisir impliquant migration " (Boyer, 1982), la question de la mobilité apparaît sans surprise comme la plus épineuse de ces contradictions pour le citoyen enclin à adopter des pratiques compatibles avec les options de la Décroissance. A cet égard comme à d'autres, l'opposition entre " touriste " et " voyageur " fait figure de constante dans la critique du tourisme massifié, et même souvent de trompe-l'œil dont les illusions ont déjà été discutées par de nombreux auteurs. Elle appelle donc de futures investigations réflexives et empiriques, qui ne pourront pas négliger les apports substantiels du travail réalisé depuis 20 ans sur les approches réformistes et alternatives du tourisme : écotourisme, tourisme durable, solidaire, responsable, éthique, équitable, indigène...

### **Conclusion. L'après-tourisme a commencé**

" Voyagez tant que vous pouvez maintenant car le coût des voyages en avion va devenir exorbitant ! (23) ". Ces propos d'un expert de l'Agence Internationale de l'Energie rapportés en mars 2008 dans le journal *Libération* illustrent bien les menaces et les dérives qui pèsent sur le secteur touristique. Dans le même temps, les médias interrogent de plus en plus souvent les professionnels du tourisme sur le thème " faut-il se priver de vacances pour épargner la planète ? " (24). Ce qui n'empêche pas l'Organisation Mondiale du Tourisme de maintenir invariablement ses prévisions de croissance du tourisme international du début des années 2000, qui annoncent un doublement du nombre de touristes d'ici 2020. De même, la croissance effrénée des vols à bas coûts et leur proclamation comme levier de politique publique permettant " l'augmentation du pouvoir d'achat " (Beigbeder, 2007) ne semble guère cohérente par rapport aux mutations annoncées par les observateurs et experts dans le double contexte du changement climatique et de l'après-pétrole (Céron et Dubois, 2006). La contradiction apparaît donc de plus en plus flagrante entre le sentiment d'incertitude et de crise qui pèse sur le tourisme et l'apparente euphorie technique, économique, financière et immobilière dans laquelle semble baigner ce secteur sur fond de " profitabilité durable " (25) : aménagements pharaoniques (Dubai, Macao, Bahamas, Suisse...), préfiguration du tourisme spatial, fascination décomplexée des opérateurs touristiques pour le créneau du tourisme de luxe... Alors que le tourisme s'est longtemps voulu " hors champ " vis-à-vis des affres du monde de tous les jours avec ses conflits, ses souffrances et ses injustices, cette posture paraît

de plus en plus relever du mythe, au sens de parole dépolitisée et soustraite à l'histoire (Barthes, 1957). A ce titre, l'u-chronie et l'utopie touristiques atteignent leurs limites, ce que tendent à confirmer de multiples signaux convergents, ici et ailleurs, qui témoignent de la rupture amorcée dans le statut du tourisme. Par souci de concision, nous nous limitons à trois indicateurs majeurs de cette perte d'"innocence" du tourisme :

- Les conflits sociaux se multiplient dans le champ touristique, comme le montre la suite de grèves inaugurales recensées depuis le début des années 2000 : première grève des employés de remontées mécaniques dans les stations de sports d'hiver françaises (février 2004), suivie quelques mois plus tard (juin 2004) d'un conflit social très médiatisé dans les palaces de la Côte d'Azur à l'occasion du Festival de Cannes ; première grève des salariés d'offices de tourisme (septembre 2005) ; première manifestation des travailleurs saisonniers à Chamonix (mars 2006) ; première grève des salariés du siège du voyageur FRAM (en 60 ans !) en mai 2008... On peut noter à ce sujet que le tourisme est devenu une nouvelle terre de mission pour les organisations syndicales face à des problèmes récurrents notamment liés au travail saisonnier : précarité, travail illégal, conditions de logement, bas salaires... ;
- Le sentiment anti-touriste se répand dans le monde entier. Confronté au slogan " *tourist go home* " (26) lancé dans des villes européennes ou à la banalisation des attentats et prises d'otages depuis la fin des années 1990 (Denécé et Meyer, 2006), le visiteur découvre avec embarras qu'il n'est plus nécessairement le bienvenu partout et en tout temps ;
- La critique du tourisme fait figure de thème établi, et même si ses travaux fondateurs (Burgelin, 1967 ; Laurent, 1973 ; Krippendorf, 1987) sont peu utilisés, de nombreux auteurs et journalistes en alimentent la chronique, non seulement sous l'angle réflexif ou militant (Cazes et Courade, 2004 ; *L'Offensive*, 2007), mais aussi sur le registre romanesque (Boëlle, 2003). Le registre le plus répandu reste toutefois celui du marronnier médiatique saisonnier : " le tourisme de masse des hôtels-clubs enferme l'homme dans des loisirs préfabriqués " (*Libération* du 9/08/2006) ; " la planète malade du tourisme " (*L'Express* du 26/07/2007) ; " le tourisme est-il biodégradable ? " (*La Tribune* du 13/02/2008)...

La crise du tourisme est globale (énergétique, climatique, démographique, sécuritaire, sanitaire, identitaire), et n'est pas sans conséquences sur l'imaginaire et les pratiques récréatives. A des degrés divers, le sentiment de responsabilité - voire de culpabilité - qui se fait jour, ou la relance du caractère anxigène de l'altérité, se traduisent par des comportements de moins en moins anecdotiques : évitement ou renoncement au tourisme en totalité ou sous certaines formes, recherche de prétextes professionnels, militants ou humanitaires pour voyager sans se sentir "touriste", émergence de pratiques récréatives urbaines et de proximité, relance de formes d'itinérance non-motorisées, migrations d'agrément qui reposent sur le choix d'un lieu de vie en fonction de critères récréatifs et non plus professionnels... Il est évidemment possible d'interpréter ces mutations comme autant de manifestations d'un tourisme de crise qui frapperait en priorité une fraction minoritaire des classes moyennes culpabilisées et inquiètes, tétanisées dans une posture de "désistement" ou d'"absentéisme" vis-à-vis du consumérisme touristique et de ses prédatations. Mais il est aussi possible de le comprendre comme l'amorce d'un processus de dépassement des impasses du tourisme, y compris dans leurs déclinaisons "durables" cantonnées dans une position d'horizon maximum de réforme possible dans le cadre du modèle dominant. "Moins d'infrastructures, moins de vitesse, plus de liens conviviaux" : cette proposition de François Schneider (27) montre qu'entre tourisme de décroissance et décroissance du tourisme, un vaste champ est ouvert pour renouveler l'imaginaire de la relation "Ici" - "Ailleurs". Une telle perspective appelle un certain nombre de discussions et de réflexions, sinon de précautions idéologiques et rhétoriques, dont les observateurs comme les militants ne peuvent pas faire l'économie dans la mesure où le tourisme s'avère au final être un sujet "sensible", ce

qui confirme si besoin est sa dimension éminemment politique.

En effet, comme le rappellent ses animateurs, la Décroissance soutenable est " une pensée sur la crête " qui doit se prémunir contre des dérives susceptibles de faire sombrer la relocalisation de l'économie dans l'autarcie et le rejet de l'universalisme (Ariès, 2005 ; Cheynet, 2008). Alors que l'approfondissement d'une pensée critique du tourisme ne peut plus être un sujet tabou, il ne saurait non plus être abandonné à une " touristophobie " ou à une " diabolisation de l'ailleurs " dont la teneur élitiste et les risques de repli ont déjà été soulignés par plusieurs auteurs (Urbain, 1998 ; Lévy 2004 ; Equipe MIT, 2002 ; Knafou et Stock, 2003). Si le tournant critique dans la pensée du tourisme se doit d'être sans concession, il gagne donc à s'emparer du projet émancipateur et humaniste dont est porteuse malgré tout la culture touristique. Ce qui suppose aussi de dépasser les contradictions portant sur le statut même du loisir dans une société de Décroissance qui " relâcherait la contrainte du travail "... Des travaux pionniers (Michel, 2003 et 2005 ; Christin, 2005 et 2008) esquissent à cet égard des pistes prometteuses, qui convergent avec l'irruption latente d'un néo-situationnisme dans la sphère du tourisme et des loisirs (Bourdeau, 2007). Car face aux enjeux d'autonomie et d'altérité culturelle qui animent la sphère du tourisme et des loisirs, c'est plus que jamais la relation entre récréation et re-création (28) qui semble féconde. A suivre.

#### **Le tourisme vu par les objecteurs de croissance : fragments de discours**

Même s'il est peu mentionné en tant que tel par les théoriciens de ce courant de pensée, les objecteurs de croissance ne sont pas en reste dans la critique du tourisme, qu'ils cherchent à le mettre à nu dans son essence en détournant une affiche publicitaire du Club Méd : " CLUB Médical pour soigner une vie vide de sens " (Casseurs de pub, 2003), ou qu'ils s'en prennent à ses attributs les plus emblématiques : " Ski : Démontons les stations " (*La Décroissance*, 2004) ou " l'été sans bagnole " (*La Décroissance*, 2006). Les quelques débats militants sur cette question que nous avons pu repérer sur l'Internet en 2007 et 2008 oscillent le plus souvent entre des pistes d'abrogation du tourisme (" regarder à sa porte ", " changer de lunettes pour redécouvrir sa ville ", pratiquer " le voyage immobile en ramenant de la spiritualité d'ailleurs ") (29) et la recherche de formes " intelligentes " de voyage célébrant la communication interculturelle, la découverte et l'humanisme (30).

*In fine*, les références citées comme les formes concrètes de tourisme envisagées au titre d'une Décroissance ne sont pas très éloignées des pratiques réformistes et alternatives de tourisme existantes : écotourisme, tourisme solidaire et même tourisme durable. A partir d'une base documentaire aussi étroite il n'est donc pas aisé de faire la part des choses entre ce qui relèverait d'une part d'un pragmatisme de terrain, et d'autre part d'une diversité de lecture quant à la manière de situer la notion de Décroissance par rapport à celle de développement durable, pourtant sans cesse rappelée vigoureusement par les théoriciens

et militants du mouvement.

## Notes

1. Elle s'inscrit aussi dans un cycle extensif de séminaires impliquant des chercheurs, des observateurs (journalistes), des militants, des ONG, des opérateurs touristiques et des citoyens afin de favoriser une hybridation des interrogations, des savoirs et des expériences. C'est aussi dans ce cadre qu'a été conduite en 2007 une enquête exploratoire sur les représentations et pratiques de la relation entre tourisme et décroissance.

2. Source : Association " Recherche et Décroissance ", [www.degrowth.net](http://www.degrowth.net).

3. Le poids de ce modèle de comportement peut cependant être relativisé dans la mesure où le repos constitue la principale activité de nombre de vacanciers.

4. Source : S. Gaschke, *Die Zeit*, cité par *Courrier International*, n°896, janvier 2008, p. 29.

5. France Inter, journal de 13 heures du 5 juillet 2008.

6. Thème d'une campagne du secours populaire français destinée à permettre le départ en vacances d'enfants défavorisés.

7. Source : collectif bordelais pour la Décroissance, [www.forum.decroissance.info](http://www.forum.decroissance.info), consulté le 10/12/2007.

8. Cette " mobilité pourrie " se réfère à la notion de " junkspace " proposée par l'architecte Rem Koolhaas, souvent cité par les penseurs de la Décroissance.

9. *Le Monde*, février 2004.

10. Source : [www.assises-tourisme.fr](http://www.assises-tourisme.fr), consulté le 10/07/2008.
11. De l'anglais " brand " qui signifie marquer (au double sens de transformer en marque commerciale et de marquer au fer).
12. Principales sources : Krippendorf (1987), Cazes (1992), Hillali (2003), Cazes et Courade (2004), *Alternatives Sud* (2006).
13. Exemple de la campagne n°56 de l'ONG française Agir ici : " Pour un tourisme responsable ", décembre 2001-mars 2002.
14. Source : [www.unwto.org](http://www.unwto.org), consulté le 23/05/2006.
15. Source : Code mondial d'éthique du tourisme (1999), [http://www.unwto.org/ethics/full\\_text/en/pdf/Codigo\\_Etico\\_Fran.pdf](http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Fran.pdf), consulté le 9 /07/2008.
16. Source : " Déplacements touristiques des Français : hyperconcentration des comportements les plus émetteurs de gaz à effet de serre ", *La lettre de la Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale*, Hors-série 11, février 2008, Ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables.
17. Du fait de la taille de l'échantillon, 150 questionnaires traités comme du mode de diffusion qui a privilégié " l'effet boule de neige " notamment dans les réseaux militants et leur entourage. Ce qui explique qu'environ 80% des personnes interrogées affirment avoir une opinion " très favorable " ou plutôt favorable de la décroissance soutenable
18. Seulement 11, 5 % des répondants considèrent que si cette distinction existe, elle est élitiste voire purement intellectuelle.
19. Intervention au séminaire " tourisme et décroissance ", octobre 2007, MSH-Grenoble.
20. Ces questions étaient posées sous forme de questions ouvertes et ont été recodées en questions fermées à choix multiples.
21. La question posée était la suivante : " quelle est la formule qui résume le mieux un projet de décroissance touristique ", question fermée avec 8 items proposés.
22. La question ouverte posée était la suivante : " Dans votre pratique personnelle du voyage ou du tourisme, quelles solutions concrètes de décroissance, souhaitez-vous expérimentées ? ", elle a été recodée en question à choix multiples avec 15 modalités proposées.
23. Interview d'Eduardo Lopez, expert de l'Agence Internationale de l'Energie, Libération, 11 mars 2008.
24. Source : " Le tourisme actuel est-il une espèce en voie de disparition ? ". Michèle Laliberté, <http://veilletourisme.ca>, 8 octobre 2007, consulté le 10/07/2008.
25. Thème du 11ème Symposium International du Tourisme, 2-4 février, 2009, Zermatt (Suisse), [www.idealp.org](http://www.idealp.org).

26. Source : Indymedia Barcelona, consulté le 17/10/2005.
27. Intervention au séminaire " tourisme et décroissance ", octobre 2007, MSH-Grenoble.
28. Nous reprenons librement à notre compte cette proposition de plusieurs auteurs, parmi lesquels les géographes du groupe Mobilités, itinéraires, territoires de l'Université Paris 7 (Equipe MIT, 2002).
29. Source : [www.forum.decroissance.info](http://www.forum.decroissance.info), consulté le 10/12/2007.
30. Voir par exemple le compte-rendu de la réunion du 02/05/2007 du Groupe Décroissance Toulouse sud-ouest sur le thème " tourisme et décroissance ". Source : <http://decroissance.vspider.net> consulté le 21/05/2008.

## **Bibliographie**

- Alternatives Sud* (2006), "Expansion du tourisme : gagnants et perdants. Points de vue du sud", Syllepse, Paris
- Ariès P. (2005), *Décroissance ou barbarie*, Golias, Villeurbanne.
- Ariès P. (2007), *Le mésusage*, Ed. Parangon, Lyon.
- Allemand S. (2004), "La mobilité comme 'capital'", Dossier "Voyages, migration, mobilité", *Sciences Humaines*, n°145.
- Babou I., Callot Ph. (2007), *Les dilemmes du tourisme*, Vuibert, Paris.
- Bauman Z. (2000), *Le coût humain de la mondialisation*, Hachette, Paris.
- Barthes R. (1970), *Mythologies*, Le Seuil, Paris.
- Beigbeder C. et Al. (2007), *Le low-cost, un levier pour le pouvoir d'achat*, Rapport remis à Luc Chatel, Secrétaire d'Etat chargé de la consommation et du tourisme, Paris. Consulté le 10/07/2008 sur [www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/074000746/index.shtml](http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/074000746/index.shtml).
- Berthelot L. et Corneloup J. (dir) (2008), *Itinérance, du Tour aux Détours*, Ed. du Fournel, L'Argentièrre-la-Bessée.
- Boëlle J.-M. (2003), *Voyage en short, planète en slip. Philéas Fogg*, Paris.
- Bourdeau Ph. (2006), *La montagne, terrain de jeu et d'enjeux*, Ed. du Fournel, L'Argentièrre-la-Bessée.
- Bourdeau Ph. (2007), *Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle ?*, Hermès-Lavoisier, Paris.
- Boyer M. (1982), *Le tourisme*, Le Seuil, Paris.

- Brunet S. (2006), *La disneylandisation du monde*, Ed. Sciences Humaines, Auxerre.
- Burgelin O. (1967), "Le tourisme jugé", in *Communications*, n°10, pp. 65-96.
- Cazes R. (1976), *Le tiers-monde vu par les publicités touristiques, une image géographique mystifiante*, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence.
- Cazes R. (1992), *Tourisme et tiers-monde : un bilan controversé. Les nouvelles colonies de vacances ?*, L'Harmattan, Paris.
- Cazes G. et Courade G. (dir.) (2004), "Les masques du tourisme", Revue *Tiers monde*, n°178, t. XLV, PUF, Paris.
- Caire G. et Rouillet-Caire M. (2003), *Tourisme durable et mondialisation touristique : une analyse critique de l'AGCS*. <http://sceco.univ-poitiers.fr/gedes/docs/martinique.pdf>, consulté le 9/06/2008.
- Ceriani G., Knafou R., Stock M. (2004), "Les compétences cachées du touriste", *Sciences humaines*, n°145, pp. 28-30.
- Céron J.-P. et Dubois G. (2006), *Demain, le voyage. La mobilité de tourisme et de loisirs des français face au développement durable. Scénarios à 2050*, Rapport d'étude PREDIT, Ministère des transports, de l'équipement, du tourisme et de la mer, Direction de la recherche et des affaires scientifiques et techniques, Paris. Téléchargeable sur : <http://portail.documentation.equipement.gouv.fr/drast/document.xsp?id=Drast-OUV00001807>
- Cheyne V. (2008), *Le choc de la décroissance*, Le Seuil, Paris.
- Christin R. (2005), *Anatomie de l'évasion*, Homnisphères, Paris.
- Christin R. (2008), *Manuel de l'antitourisme*, Yago, Paris.
- Cousin S. (2007), "L'argument du développement local par le tourisme", *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°170, Le Seuil, Paris, pp. 11-13.
- Cresswell T. (2004), "Justice sociale et droit à la mobilité", in Allemand S., Ascher F. et Lévy J., *Le sens du mouvement*, Belin, Paris, pp. 145-153.
- Debord G. (1992 [1967]), *La société du spectacle*, Gallimard, Paris.
- Demunter C. (2008), "Les récentes évolutions du tourisme sont-elles compatibles avec le développement durable ?", *Statistiques en bref*, n°1/2008, Eurostat, Communautés européennes, Bruxelles.
- Denécé E. et Meyer S., (2006), *Tourisme et terrorisme : des vacances de rêve aux voyages à risques*, Ellipses, Paris.
- Dewailly J.-M. (2006), *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos ?*, L'Harmattan, Paris.

- Equipe M.I.T. (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, Paris.
- Frangialli F. (2007), *Le tourisme dans l'Union européenne. Tourisme, moteur de croissance pour l'avenir*, Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid.
- Hillali M. (2003), *Le tourisme international vu du sud*, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy.
- Homs C. (2006), "De la destruction ordinaire des littoraux en temps de paix", [www.decroissance.info](http://www.decroissance.info), consulté le 10/07/2008.
- Leclair B. (2004), *L'industrie de la consolation*, Verticales, Paris.
- Lévi-Strauss C. (1955), *Tristes tropiques*, Plon, Paris.
- Kempf H. (2007), *Comment les riches détruisent la planète*, Le Seuil, Paris.
- Knafou et Stock (2003), "Tourisme", in *Dictionnaire de la géographie*, Belin, Paris, pp. 931-934.
- Krippendorf J. (1987), *Les vacances, et après ?*, L'Harmattan, Paris.
- Laurent A. (1973), *Libérer les vacances ?*, Le Seuil, Paris.
- Lévy J. (2004), "Essences du mouvement", in Allemand S., Ascher F. et Lévy J., *Le sens du mouvement*, Belin, Paris, pp. 298-307.
- Michel F. (2003), *L'autre sens du voyage, manifeste pour un nouveau départ*, Homnisphères, Paris.
- Michel F. (2005), *Autonomadie. Essai sur le nomadisme et l'autonomie*, Homnisphères, Paris.
- Michel F. (2006), *Planète sexe : Tourismes sexuels, marchandisation et déshumanisation des corps*, Homnisphères, Paris.
- Moles A. et Rohmer E. (1998), *Psychosociologie de l'espace*, L'Harmattan, Paris.
- Offensive (L')* (2007), "L'horreur touristique", Trimestriel d'offensive libertaire et sociale n°14, Paris.
- OMT (2006), *Le tourisme, source d'enrichissement*, Organisation mondiale du tourisme, Madrid.
- Piolle X. (1993), "La montagne 'ailleurs' privilégié des citadins favorisés", in *Aménagements et environnements montagnards*, Dossiers de la Revue de géographie Alpine n°11, Grenoble, pp. 107-111.
- Réau B. et Poupeau F. (2007), "L'enchantement du monde touristique", *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°170, Le Seuil, Paris, pp. 5-10.

Rifkin J. (2000), *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, La Découverte, Paris.

Urbain J.-D. (1993), *L'idiot du voyage*, Payot, Paris.

Urry J. (2000), *Sociology beyond Societies*, Routledge, Londres.

Urry J. (2002), *The Tourist Gaze*, Sage publications, Londres.

Viard (2000), *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, L'Aube, La Tour d'Aigues.

Viard J. (2006), *Eloge de la mobilité*. L'Aube, La Tour d'Aigues.