alternatives sud

La domination touristique

Points de vue du Sud

TRIMESTRIEL : 3e TR. 2018

CentreTricontinental

EDITIONS SYLLEPSE

Alternatives Sud

Fondateur

François Houtart

Rédaction et administration

Jacques Bastin, Enrique Cueto, Laurent Delcourt, Christophe Douxchamps,
Bernard Duterme (directeur), Liliane Kabugubugu,
Aurélie Leroy, Cédric Leterme, Carlos Mendoza,
François Polet, Frédéric Thomas, Nathalie Vanhumbeeck
Centre Tricontinental-Cetri
Avenue Sainte Gertrude, 5
B-1348 Louvain-la-Neuve, Belgique
Tél. : 32 (0) 10-48-95-60 / Fax. : 32 (0) 10-48-95-69
duterme@cetri.be / cetri@cetri.be / www.cetri.be

Conseil éditorial (Afrique, Amérique latine, Asie)

Sarah Ben Néfissa (Égypte), Saturnino Jun Borras (Philippines), Suzy Castor (Haïti),
Yves Alexandre Chouala (Cameroun), Abdelnasser Djabi (Algérie), Leonard Gentle
(Afrique du Sud), Pablo Gonzalez Casanova (Mexique), Laura Hurtado (Guatemala),
Lau Kin Chi (Chine), Jude Lal Fernando (Sri Lanka), Edgardo Lander (Venezuela),
Cristian Parker G. (Chili), Andres Pérez Baltodano (Nicaragua), Emir Sader (Brésil),
Pablo Stefanoni (Bolivie), Maristella Svampa (Argentine), Mahaman Tidjani Alou (Niger),
Antonio Tujan (Philippines)

Diffusion et distribution en librairies

SOFÉDIS et SODIS (Paris, France)

Graphisme

Signélazer (Bruxelles, Belgique)

Illustration de couverture

Txmx 2 – Creative Commons

LA COOPÉRATION BELGE AU DÉVELOPPEMENT .be

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Alternatives Sud

Volume 25-2018 / 3

La domination touristique

Points de vue du Sud

Abonnement annuel à *Alternatives Sud*

4 numéros : 50 euros

- Par virement au compte du Centre tricontinental :
IBAN BE23 0001 3060 0291 – BIC = BPOTBEB1
- Par carte de crédit, via cetri@cetri.be, +32 10 489560 ou sur www.cetri.be.

© 2018, Centre Tricontinental et Éditions Syllepse
ISBN papier : 978-2-84950-686-8
ISBN Epub: 978-2-84950-689-9
ISBN Epub: 978-2-84950-690-5

Éditions Syllepse
69 rue des Rigoles
F-75020 Paris (France)
edition@syllepse.net

Centre Tricontinental
Avenue Sainte Gertrude 5
B-1348 Louvain-la-Neuve (Belgique)
cetri@cetri.be

Éditeur responsable : Bernard Duterme, CETRI,
Avenue Sainte Gertrude 5,
B-1348, Louvain-la-Neuve

Sommaire

Éditorial

7. Tourisme Nord-Sud : le marché des illusions
Bernard Duterme

Points de vue du Sud

Analyses transversales

33. Tourisme, passeport pour le développement ou pour l'exclusion ?
Anita Pleumarom

47. Écotourisme, développement et durabilité au risque du marché
Ángeles A. López Santillán et Gustavo Marín Guardado

69. Tourisme solidaire et « volontourisme » : critiques postcoloniales
Sasha Hanson Pastran

79. Le tourisme, tremplin ou obstacle pour les droits des femmes ?
Albertina Almeida

Asie, Amérique latine, Afrique

91. La « touristification » de l'Everest
Vaishna Roy

95. La consommation touristique du « paradis » de Goa en Inde
Claude Alvares

103. Tourisme en Amérique latine : dominations ethniques, genrées et sexuelles
Tamar Diana Wilson et Annelou Ypeij

117. Structures du système international et diffusion du tourisme en Haïti
Sadais Jeannite et Bruno Sarrasin

127. Du tourisme et de la pauvreté en Afrique : duel ou duo ?
Mimoun Hillali

145. Écotourisme et modèle de développement néolibéral à Madagascar
Bruno Sarrasin et Haja Ramahatra

155. La station balnéaire de Saly au Sénégal : développement ou déséquilibre ?
Mamadou Diombéra

165. Index

167. Listes des *Alternatives Sud* parus

Éditorial

Tourisme Nord-Sud : le marché des illusions

Bernard Duterme[1]

Le tourisme international, moteur de développement et ferment d'humanité ! Le credo des promoteurs du secteur ne résiste pas à la déconstruction des trois illusions sur lesquelles il repose : celles de la démocratisation, de l'exotisme et de la prospérité. L'actuelle répartition des coûts et des bénéfices de l'industrie du dépaysement creuse les écarts. Sans régulation politique des flux et des impacts, pas de « tourisme durable » possible.

Le tourisme international est moteur de prospérité et ferment d'humanité. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) le martèle, de rapports euphoriques en communiqués promotionnels (OMT, 2017 et 2018). Avec elle, les tour-opérateurs, les voyagistes et les hôtes de profession le confirment à l'envi. Et les touristes bien sûr, qu'ils s'assument comme tels ou non, beaucoup d'entre eux claironnant leur dédain à l'égard… des vacanciers, premier paradoxe. Le tourisme sans frontières est paré de toutes les vertus. Économiques, sociales, politiques, culturelles et environnementales. « Passeport pour le développement », « vacances pour tous », « forgeur de démocraties », « pont entre les peuples », « gardien du patrimoine et de la nature », « vecteur d'égalité entre les sexes, les races et les classes », le grandiose et prolifique commerce du dépaysement a décroché le statut de panacée universelle.

---

1. Directeur du CETRI – Centre tricontinental (Louvain-la-Neuve), auteur de plusieurs études, publications et conférences sur les enjeux du développement, de l'environnement et du tourisme dans les rapports Nord-Sud.

Les institutions internationales et la plupart des États nationaux abondent dans le même sens, même si – deuxième paradoxe – la célébration du potentiel « *transformateur et inclusif* » du tourisme s'y appuie désormais sur la conscience de ses défauts. Comme dans ce récent rapport de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement – « Le tourisme au service de la croissance en Afrique » (Cnuced, 2017) – où l'accès à la manne touristique est conditionné au dépassement de quelques-uns de ses travers structurels les plus évidents : « *fuites de recettes financières importantes* », « *tensions socioculturelles* », « *préjudices environnementaux* ». S'il parvient à les contourner, « *le secteur du tourisme pourrait sortir des millions de personnes de la pauvreté tout en contribuant à la paix et à la sécurité de la région* », explique la Cnuced, optimiste. En conclusion toutefois, à nouveau lucide, elle reconnaît que « *la contribution de la paix au tourisme est beaucoup plus forte que celle du tourisme à la paix* ».

Il n'empêche : la foi dans le rôle modernisateur, libérateur et émancipateur de l'expansion touristique – constante depuis la moitié du siècle passé – écrase les doutes, les bémols et les critiques. Son ampleur, chiffrée par l'OMT et louée par ses dévots, suffit à l'imposer. À la fois levier et fruit de l'accélération des flux, le secteur apparaît de fait indétrônable : premier poste du commerce international ; un emploi sur dix à l'échelle planétaire ; un dixième du produit mondial brut ; un tiers des exportations de services (45 % pour les pays en développement) ; environ 1,4 milliard de séjours à l'étranger en 2018 (pour 675 millions en 2000) ; près de 1 300 milliards d'euros de recettes en 2017 (pour 550 milliards en 2000) ; et toujours, pour les sept dernières décennies, un taux de croissance annuel qui tutoie les 5 %, lorsqu'il n'atteint pas, comme en 2017, les 7 % (OMT, 2018). Le tourisme touche au firmament. Ou presque.

Le regard des scientifiques est plus partagé (Singh, 2012), leur ton plus circonspect, voire dubitatif. Depuis le décollage des premières décennies – les « trente glorieuses » (1945-1975) –, cadres et contextes théoriques, idéologiques, économiques et normatifs ont évolué. Aux approches modernisatrices des années 1950 et 1960 (« le développement du tourisme génère croissance, emploi et échanges »), ont répondu dès les années 1970 diverses perspectives critiques (« le tourisme accroît dépendances, disparités et acculturation »), des propositions alternatives (« à petite échelle, endogène, écologique et participatif, le tourisme peut être bénéfique »),

et, au tournant des années 1990, des lectures qualifiées de « post-structuralistes » ou de « post-développementistes » (« ni ange ni démon, le tourisme est un tout complexe au sein duquel les capacités d'action, d'instrumentalisation, d'appropriation et de résistance des visités ne doivent pas être sous-estimées »).

Reste que les courants modernisateurs du début, largement dominants parmi les promoteurs du secteur, ont eux aussi su s'adapter, intégrer et évoluer pour faire du tourisme international contemporain, le fer de lance d'une mondialisation « à visage humain », visant officiellement la propagation de pratiques éthiques, la réduction de la pauvreté, le respect des cultures et de l'environnement, tout en reposant – troisième paradoxe – sur la libéralisation des échanges et l'érosion des « freins » (fiscaux, sociaux, environnementaux) au bon développement tous azimuts du marché des vacances à l'étranger (Hall, 2007 ; Duterme, 2012). D'où l'intérêt sans doute, comme invite à le faire parmi d'autres le chercheur Clément Marie Dit Chirot (2018), de « rematérialiser » l'étude du fait touristique, en privilégiant les « *outils théoriques susceptibles d'éclairer les formes de domination sociale inhérente au phénomène* ».

Aux lectures tiers-mondistes ou structuralistes des années 1970 et 1980 s'étaient progressivement substituées à la fin du siècle dernier de nouvelles approches du tourisme, constitutives d'un « tournant culturel » que des touristologues anglo-saxons vont aller jusqu'à baptiser « *critical turn* » (Ateljevic et coll., 2007). Si les premières, focalisées sur les impacts dans les pays visités, avaient péché par leur réductionnisme économique et leur biais productiviste, les secondes, filles du « retour du sujet » en sciences sociales, allaient s'intéresser au touriste lui-même, à ses représentations culturelles et à la complexité de ses interactions en situation. « *Schématiquement, ces évolutions* [ont fait] *passer l'approche scientifique du tourisme de l'étude des sociétés réceptrices vers celle des touristes, des dimensions économiques du phénomène vers ses aspects culturels, et d'une perspective macrosociale à une approche plus attentive aux individus et aux jeux d'acteurs* » (Marie Dit Chirot, 2018).

Ces dernières années cependant, des voix autorisées – notamment plusieurs de celles mises en discussion dans *Critical Debates in Tourism* (Singh, 2012) – dénoncent les limites du « tournant culturel », en pointant à leur tour les nouveaux angles morts de la démarche. Là où les études structuralistes tendaient à oublier les

capacités d'action des populations visitées derrière la force essentialisée des mécanismes d'intrusion externe, les travaux post-structuralistes survalorisent, eux, les ruses anthropologiques et les stratégies micro-sociologiques au détriment des contraintes inégalitaires. Le « tournant culturel » a fait exister le tourisme « *en dehors des formes de pouvoir structurel qui caractérisent le capitalisme et la globalisation au 21e siècle* », critique Raoul Bianchi (2009). « *L'emphase mise sur les dimensions discursives, symboliques et culturelles des micro-pratiques* » opère « *aux dépens des aspects matériels* », jusqu'à considérer les rapports de domination comme « *contingents* » ou de faire du touriste lui-même « *la proie occasionnelle* » de ceux-ci.

Comme d'autres, Bianchi plaide dès lors pour une approche « *radicale critique* » du phénomène touristique, « *aussi sensible aux subjectivités plurielles et aux diversités culturelles* » qui le constituent, « que *fondée sur une analyse structurelle des forces matérielles du pouvoir au sein du modèle de développement libéralisé* » qui le conditionne. La seule façon à ses yeux de mettre au jour les réalités du tourisme mondialisé, sans passer à côté « *des schémas inégalitaires, des conditions de travail, de la détérioration écologique et des polarisations sociales* » qu'il produit (Bianchi, 2009). « *Fait social total* », reprennent Linda Boukhris et Amandine Chapuis (2016), l'expansion touristique « *s'insère dans des processus socio-économiques, institue une matérialité et met en jeu des relations de pouvoir, de domination et de résistance.* […] *Il faut donc être attentifs à la fois à l'incorporation des dispositifs et à la subjectivation qu'ils induisent, aux ressorts de la domination comme aux formes de résistance* ».

Ce « fait social total » – l'ensemble des dimensions du social s'y donne à voir (l'économique, le politique, le symbolique, etc.) – met en présence tour-opérateurs, visiteurs et visités. En présence asymétrique. Les premiers se concurrencent ou se conglomèrent, les deuxièmes s'imitent ou se distinguent, les derniers se précipitent ou se retirent. Le tout, dans un environnement que les uns et les autres dégradent ou régénèrent. Aborder le tourisme tant comme un marché que comme un rapport de domination, c'est aussi se donner les moyens de le démythifier, de déconstruire les illusions que ses promoteurs et zélateurs entretiennent à dessein pour mieux le vendre. Elles sont trois ces illusions, plus prégnantes que les autres, trois images tronquées de la réalité, trois mirages qui faussent la vue :

l'illusion de la démocratisation, l'illusion de l'exotisme et l'illusion de la prospérité.

L'illusion de la démocratisation

« Tous touristes ! », le slogan, repris mille fois, date du siècle passé. La démocratisation de l'accès au tourisme international semble à ce point acquise qu'elle engendre aujourd'hui davantage de commentaires sur ses conséquences que sur son impossibilité. Ses effets de saturation – de la « massification » des années 1970 au « surtourisme » des années 2010 – posent problème et mobilisent l'attention, là où son non-aboutissement, son caractère hautement relatif, voire totalement illusoire, ne fait pas débat. Vu d'ici, on comprend la méprise. Jadis réservé à une poignée de privilégiés – le fameux « Grand Tour » initiatique des jeunes aristocrates –, la possibilité du déplacement d'agrément à l'étranger, annuelle d'abord, aujourd'hui pluriannuelle, n'est plus l'affaire d'*happy few*. Tous, nous y avons droit. Tous ou presque, nous l'exerçons, ce droit – universalisé par la Déclaration des droits de l'homme – à la mobilité… récréative.

La démocratisation de l'accès au tourisme, c'est d'abord l'histoire des social-démocraties occidentales du 20e siècle. L'histoire des luttes et des politiques sociales, des congés payés, de la croissance de l'économie et du niveau de vie, de l'explosion des temps libres, de la société de consommation et du spectacle. L'histoire du développement des technologies, de l'accélération des communications, du rétrécissement des distances réelles et virtuelles. Celle aussi de la libéralisation du marché aérien et des échanges. L'histoire du « tourisme social », associatif et militant, « *pour le divertissement et l'émancipation des classes populaires* » (Unat.asso.fr), puis celle du « *low cost* », agressif et marchand, « *pour toutes les occasions et de super économies* » (Ryanair.com).

À la clé, un tourisme hors frontières massifié et globalisé, accessible à environ 40 % des populations d'Europe et d'Amérique du Nord, et depuis le tournant du millénaire, aux « gagnants » – à partir des *upper middle classes* vers le haut – des puissances émergentes et émergées, surtout asiatiques. L'OMT étalonne annuellement le miracle et calcule ses projections pour l'avenir : du 1,3 milliard de séjours à l'étranger enregistrés en 2017, la grande majorité est toujours le fait de touristes européens (48 %) et nord-américains (15 %), bien que la part relative des vacanciers en provenance

d'autres continents, en particulier de la Chine (10 %), ne cesse de croître. Pour sûr, ces nouveaux consommateurs hors sol prendront à leur compte une part plus significative encore du 1,9 milliard d'« arrivées » internationales que l'OMT, ravie, annonce pour 2030 (OMT, 2017 et 2018).

Pour autant, la supposée démocratisation du tourisme, si elle est peu discutée, relève bel et bien de l'illusion. Produit de luxe inabordable pour l'essentiel de l'humanité, le déplacement récréatif à l'étranger reste *de facto* l'apanage de moins de 500 millions de personnes[2]. Moins d'une personne sur quinze à l'échelle mondiale, en position politique, culturelle ou économique de visiter les quatorze restantes. En cela, les flux touristiques « *constituent un reflet assez fidèle de l'organisation de la planète et de ses disparités* », écrivions-nous il y a plus de dix ans (*Alternatives Sud*, 2006). Rien n'a changé : migrations d'agrément et de désagrément se croisent aux frontières, béantes pour les uns, grillagées pour les autres, des régions émettrices et réceptrices.

Changements climatiques aidant, s'y est ajoutée la conscience, plus forte et agaçante qu'hier, qu'une démocratisation réelle de l'accès au tourisme international dans ses formes actuelles ou, dit autrement, qu'une généralisation effective à l'ensemble de l'humanité du droit à la mobilité de plaisance déborderait copieusement les capacités d'absorption écologique du globe. Trêve d'hypocrisie, mieux vaut dès lors ne plus souhaiter ce que l'on sait impossible, ne serait-ce qu'en raison du « bilan carbone » cumulé des habitudes consumériste – passées, présentes et à venir – que seule une minorité de privilégiés est en mesure de s'offrir sans trop d'états d'âme.

Le bât blesse à un autre niveau. Au sein même des hordes touristiques cette fois, car la prétendue démocratisation du tourisme y est aussi une illusion. Si « *les pratiques ont été analysées sous l'angle de la diffusion sociale (des classes supérieures vers les couches moyennes et populaires) et culturelle (des sociétés occidentales vers le reste du monde)* », expliquent Saskia Cousin et Bertrand Réau dans *Sociologie du tourisme* (2009), la croissance

2. Ne pas confondre – comme ont tendance à le faire plusieurs grands titres de presse à chaque nouveau décompte de l'OMT – la quantité annuelle de touristes internationaux avec le nombre d'« arrivées » (au moins une nuit à l'étranger) enregistrées par l'OMT (1,322 milliard en 2017). Nombreux sont les touristes à sortir de leur pays plusieurs fois par an.

des départs en vacances « *s'accompagne d'un creusement des écarts entre les classes sociales : la "massification" n'entraîne pas un nivellement des inégalités.* […] *Les catégories supérieures modifient leur style de vie à mesure qu'il se banalise.* » Elles disposent en effet de plus de temps libre, de ressources culturelles et de moyens économiques pour ce faire. Consubstantiel des choix touristiques, l'impératif de distinction opère.

Les stratégies de différenciation sociale, conscientes ou pas, jouent à plein. L'enjeu revient à se démarquer, « *toujours se singulariser, montrer que l'on sait, mieux que d'autres, jouir du spectacle du monde* » (Venayre et coll., 2016), en dépit de la relative banalisation du voyage outre-mer. En gros, sur le marché du dépaysement, deux moteurs bien connus du comportement social – le « désir mimétique » et la « volonté distinctive » – structurent la demande, auxquels renvoient la massification et la diversification de l'offre. À la démocratisation répond la stratification, le « bon touriste » fuyant méthodiquement le « mauvais » (le « touriste moutonnier », le « bronzer idiot »…) qui finit par l'imiter. « Dis-moi qui tu méprises ou qui tu envies, je te dirai qui tu es. » Le nanti recherche l'échappée et la sérénité, l'aspirant nanti fréquente les périodes et les endroits populeux. Le premier valorise ses capitaux sociaux, spatiaux et linguistiques, le second les bons moments, les clichés et les extras.

C'est comme ça, « *depuis la distinction inaugurale entre voyageurs et touristes, il est toujours question d'identité et de domination* » (Venayre et coll., 2016). Les écarts se nourrissent de l'usage social différencié des vacances : fréquences et destinations, attentes formulées et sens attribués, qualités et pluralités des formules retenues, segmentations et répartitions des types de séjour ou de circuit, fonctions et légitimations du voyage… « *Parcourir le monde pour conserver sa place… ou comment la domination locale se régénère à l'étranger* », écrit Bertrand Réau. Encore et toujours, il s'agit d'entretenir et de faire fructifier « *comme l'expliqu*[ait déjà] *le sociologue Norbert Elias* […], *ses qualités culturelles, son adresse, son prestige, sa capacité à alimenter les conversations mondaines. Autant d'aptitudes que les voyages aident à développer* » (Réau, 2012).

La chimère de la démocratisation du tourisme international ne résiste donc pas longtemps au relevé des faits. Sur un double plan, nous l'avons vu. À l'échelle de l'humanité, les transhumances de divertissement à l'étranger sont *de facto* réservées à une minorité et

l'on sait désormais leur généralisation écologiquement impossible. Au sein des vacanciers sans frontières ensuite, les pratiques différenciatrices et les comportements de classe reproduisent les écarts sociaux et culturels, quand ils ne les creusent pas.

L'illusion de l'exotisme

L'illusion de l'exotisme est double elle aussi. Ce goût pour l'étrangeté de l'autre qu'exploite le tourisme, cette fascination pour l'altérité lointaine, pour la différence fantasmée (Bensa, 2006) qui serait inscrite au cœur des ressorts du voyage (ou pour le moins de sa promotion), repose également sur une méprise ou une mise à distance des réalités. D'une part, parce que, même s'ils affichent volontiers « l'évasion » ou le « dépaysement » parmi leurs motivations, en réalité, « *les individus qui partent sont peu nombreux à aspirer à l'altérité ou à l'authenticité, des notions très socialement situées et à vocation distinctives* » (Cousin et coll., 2016). D'autre part, lorsque ces notions opèrent effectivement comme objets de quête touristique, elles renvoient moins à une population ou à un endroit réels qu'à un point de vue sur ceux-ci, à une manière de les concevoir… produite par l'« exotisation » même des destinations à laquelle s'adonne le marché publicitaire.

Telle est la double illusion de l'exotisme, cet argument commercial, vitrine de l'industrie touristique : la plupart des partants n'y aspirent pas ; et le reste préfère à l'étranger lambda sa représentation idéalisée. Sa « *staged authenticity* », comme la nomma dès les premières heures du tourisme de masse, Dean MacCannel (1973). Son « *authenticité mise en scène* », résultat d'un processus de construction touristique de l'altérité : l'ailleurs, la différence, l'autre… tels qu'ils doivent apparaître pour gagner l'égard amusé du visiteur. Figures simplifiées, enjolivées, folklorisées de l'indigène accueillant, forcément sympathique dans son authenticité, authentique dans sa sympathie, souvent réduit au rang de décor humain, d'objet de spectacle, de produit bon marché, de prétexte à « *selfies* aux couleurs locales » ou encore de partenaire pour « *de vraies rencontres en terre inconnue* [3] ».

3. « *Nous voyageons en vantant une diversité que nos voyages concourent à détruire* », écrit Emmanuel Laurentin (2016). « *Le tourisme consume ce qu'il désire* », valide Saskia Cousin (2011).

« *Le tourisme fabrique de l'authentique en toc* », résume Sylvie Brunel, auteure de *La Planète disneylandisée*. De l'authentique accommodé. De l'authentique adapté aux attentes de ses clients plutôt friands de dépaysement et outillés pour, ou à l'inverse – et ils sont largement majoritaires – plutôt rétifs à l'imprévu et peu équipés pour familiariser avec l'exotique. « *Nous touchons là au double jeu du tourisme, volontiers paradoxal puisque écartelé entre l'expérimentation de l'inédit et le voyage en série* » (Christin, 2014). C'est qu'il est exigeant, le touriste. Il réclame ce qu'il est en droit de s'offrir, ce qu'il est venu chercher, consommer, éprouver : de l'attendu ou de l'inattendu, du confort et des découvertes, de la sécurité et des frissons, du repos ou de l'aventure. Du plaisir, physique et spirituel. À défaut, il pourrait « rater ses vacances[4] ». Rater le « j'en ai bien profité », faillir à son propre alignement sur l'injonction, à la fois hédoniste, marchande et impérieuse, à « se faire du bien ».

« Rater ses vacances », il n'y a rien de pire. Reconnaître que l'expérience n'a pas été à la hauteur de l'investissement. Admettre que, pour de viles raisons météorologiques, humaines, matérielles, politiques, alimentaires, sanitaires ou commerciales, cette parenthèse récréative ô combien méritée – fût-elle la deuxième ou la troisième de l'année – n'a pas accouché du cliché esthético-narcissique publiable en live sur les réseaux sociaux, comme un certificat glamour de bonnes vie et mœurs. Avouer être rentré au bercail non « ressourcé », insuffisamment bronzé, gavé, défoulé ou dérouté, en manque d'extases paradisiaques, de rencontres fécondes ou d'humanité partagée… il n'y a rien de pire.

L'anthropologue Jean-Didier Urbain (2011), qui entend rendre au sujet « touriste », trop souvent décrié à ses yeux, sa complexité, distingue quatre « désirs capitaux » à l'origine des pratiques touristiques contemporaines. En croisant les axes « souci de soi – souci des autres » et « société – désert », quatre « polarités psychologiques » apparaissent en effet, répandues ou plus inhabituelles : « la tentation grégaire » (qui se cristallise dans les villégiatures balnéaires, le tourisme des centres-villes, les événements festifs…), « l'appel du désert » (trekkings, aventures et explorations en solitaire… ou presque), la préférence « cénobite » (communautés homogènes et fermées : hôtels, croisières, clubs de vacances…) et

4. « *On peut tout rater, mais pas ses vacances* », affichait Jet Tours-Club Med au début de ce siècle, sur fond de paysages enchanteurs.

le penchant « altruiste » (tourismes « chez l'habitant », responsable, solidaire…).

« *La diagonale grégarité/cénobitisme est incontestablement l'axe de gravité des mobilités de loisir aujourd'hui*, constate l'auteur de cette typologie. *Les vacances oscillent entre le besoin de société et le besoin de compagnie.* […] *Vie mondaine ou ermitage. Sur cet axe se décline la plus grosse part de nos vacances et voyages* » (Urbain, 2011). Reste que, quelle que soit la tentation ou l'inclination à assouvir, massive ou exclusive, elle trouve sa place, dès ses premières manifestations « pionnières », dans les catalogues papier glacé de l'offre marchande. L'industrie touristique joue goulûment son rôle de méga-fabrique de délassement et d'enchantement, à coups d'illusions exotiques. Et remplit à merveille sa fonction de mise en spectacle, de consommation, de « touristification » du monde.

La métaphore filée par Rodolphe Christin dans *Critique de la déraison touristique* (2014) est, à ce titre, irrésistible. Il y assimile « *lieu touristique* » et « *centre commercial* » et analyse comment s'y combinent « *fonctions de déambulation et de consommation* » pour « *hédonistes rentiers* » qui ont « *accumulé suffisamment de ressources* » durant leurs périodes de travail « *pour faire ce qui leur plaît* » durant ces parenthèses de liberté. « *Comme le touriste, le passant, seul ou en groupe, professionnel ou affinitaire, flâne au milieu de tentations multiples ; il observe, frôle, croise furtivement ses semblables sans les rencontrer sauf lors d'un contact commercial, ou sinon accidentel.* » Comme la galerie marchande, la mise en marché touristique offre des espaces de restauration, de récréation, de souci de soi, de regard sur les autres, version superficielle et réenchantée du monde réel, où « *le conso-flâneur* » peut aller et venir, « *idéalement anonyme, dégagé de toute appartenance et responsabilité* [5] », en s'adonnant à « *la petite jouissance d'une déambulation de lèche-vitrine* » (Christin, 2014).

« *L'ensemble du secteur du tourisme*, notaient déjà Georges Cazes et Georges Courade, *repose sur la construction de "gisements" touristiques, l'élaboration d'images à vendre dans le jeu de miroir qu'est ce nomadisme spécifique. Activité fantasmatique, le tourisme consomme de l'imaginaire autant que de l'"évasion" car le*

5. « *La vacance des grandes valeurs crée la valeur des grandes vacances* », écrivait Edgar Morin dans *L'Esprit du temps,* en 1976.

touriste vit souvent dans une bulle climatisée, aseptisée et sécurisée où beaucoup de ce qu'il voit, entend ou respire a été soigneusement élaboré en fonction de ce qu'il est et attend ! » (Cazes et Courade, 2004). Au mythe de l'authenticité, au rapport enchanté au monde, au simulacre de l'immersion, l'offre d'ailleurs paradisiaques ajoute l'illusion de l'exclusivité et le déni de l'échange marchand. Le touriste est prêt à ouvrir grand son portefeuille pour aller là où personne n'est encore allé, mais il préfère le faire avant, une seule fois, pour en être libéré et nourrir cette fiction de vivre pleinement ses rencontres et découvertes plutôt que d'être quotidiennement confronté au fait qu'il les achète (Réau et Poupeau, 2007).

Cela étant, l'illusion ou plutôt l'un des paradoxes majeurs de l'entreprise touristique réside bien dans cette insatiable quête d'exclusivité qui anime une part significative des globe-trotteurs. Si ce grand quotidien européen qui titrait sans rire, il y a quelques années, « De plus en plus de touristes en quête d'exclusivité », avait raison, cela revient à dire que la condition du succès d'une destination, c'est de ne pas en avoir… On mesure l'impasse. « *L'impératif mobilitaire* », ressort idéologique du libéralisme postmoderne, pris à son propre piège. « *Le capitalisme a fait du loisir un commerce et la puissance d'enchantement de l'industrie touristique repose sur sa capacité à faire oublier son caractère précisément industriel,* […] *soumis aux règles d'un productivisme et d'un consumérisme sans frontières, faisant peu de cas de l'idiosyncrasie des accueillants et des accueillis. L'hypermobilité touristique est au service de la consommation du monde* » (Christin, 2014).

L'illusion de la prospérité

La troisième et dernière illusion abordée par cet éditorial, peut-être la plus fondamentale à déconstruire pour le centre d'étude des rapports Nord-Sud qu'est le Centre tricontinental, renvoie au tourisme international considéré comme « passeport pour le développement » depuis plus d'un demi-siècle. C'est entendu par ses promoteurs comme par ses détracteurs aujourd'hui, l'expansion du tourisme engendre d'importants coûts et bénéfices de par le monde. Des coûts et des bénéfices économiques, sociaux, environnementaux, culturels et même politiques. Sont-ils équitablement répartis entre sociétés émettrices et sociétés réceptrices, entre visiteurs et visités, tour-opérateurs transnationaux et acteurs locaux, homme et environnement ? Les premiers (les dégâts occasionnés) sont-ils

moindres que les seconds (les richesses créées) ? Et les seconds justifient-ils les premiers ?

Trois fois « oui » d'un côté. Trois fois « non » de l'autre. L'OMT en tête continue à penser que les investissements, les infrastructures, les devises, les emplois, les pratiques et les valeurs que le développement du tourisme apporte dans son sillage sont générateurs de croissance, de paix, de démocratie, de durabilité, de prospérité et de bien-être, en particulier pour les pays du Sud (UNWTO, 2018). En revanche, de nombreuses voix critiques, dont les auteurs de cet *Alternatives Sud*, observent que le déploiement ouvertement dérégulé du secteur tend à creuser les inégalités et à abuser des sociétés, des personnes, des cultures et de l'environnement. Quelques situations, évolutions et chiffres récents suffisent à le corroborer.

Le premier souci, peut-être le plus évident, se loge dans la concentration des bénéfices économiques et financiers de l'activité touristique. « *Le tourisme est avant tout une industrie dominée par des multinationales et structurée par de vastes alliances technico-commerciales planétaires* », rappelle l'économiste Gilles Caire du Centre de recherche sur l'intégration économique et financière de l'université de Poitiers (2012). Facilité par le développement des techniques de commercialisation à distance et des systèmes de réservation informatisés, l'accolement vertical et horizontal des chaînes internationales d'hôtellerie, de loisirs et de voyages, en vue de rentabiliser au maximum les coûts fixes, a accentué la tendance. Résultat : une part importante des revenus générés échappe aux pays de destination et davantage encore aux populations locales. Lorsque « les vacances se paient ici et se prennent là-bas », le pourcentage des « fuites » (*financial leakages*) ou « pré-fuites » est d'autant plus fort, forcément.

Or, on observe que plus le touriste s'éloigne de son domicile, plus il s'en remet au tour-opérateur, du coin de la rue ou en tête de gondole sur le *web*, pour lui concocter ses vacances. À tel point que « *les formules proposées par les agences représentent 80 % des voyages vers les pays en développement* » (Caire, 2012). Le phénomène – concentration du secteur et commercialisation en ligne – ajouté au rapatriement des profits auquel s'adonnent les investisseurs transnationaux, à l'évasion fiscale (le Luxembourg et les Bahamas figurent en tête du top 10 des pays bénéficiaires du tourisme par habitant), ainsi qu'aux importations de biens d'équipement et de consommation dont le touriste, en quête d'exotisme…

mesuré, ressent le besoin loin de chez lui, participent du hold-up. « *La plupart des pays du Sud ne bénéficient donc qu'assez peu du tourisme international – sans compter qu'une part importante des recettes restantes est souvent prélevée par l'oligarchie économique et politique locale* » (Caire, 2012).

Si les estimations sont nécessairement approximatives et les calculs controversés, des chiffres circulent toutefois, quant à la part des revenus du tourisme aboutissant ou demeurant effectivement dans les économies visitées. La Cnuced parle de 15 % en Afrique subsaharienne, de 20 % dans les Caraïbes et de 30 % en Thaïlande (Le Masne et Caire, 2007). Selon une autre source – *Pro Poor Tourism Working Papers* –, la proportion des recettes touristiques échappant aux « fuites » varierait, pour l'ensemble des pays en développement, entre 23 et 45 %. Peu importe l'inévitable imprécision, la tendance, majuscule, s'impose. « *La situation est inéquitable* […]*, les opérateurs étrangers s'emparent de l'essentiel de la valeur du voyage. On peut parler de domination touristique* » (Le Masne et Caire, 2007). Domination accentuée *a fortiori* là où le modèle qui prévaut – et c'est généralement le cas outre-mer – est celui du « *sea-sand-sun* » ou du « tourisme d'enclave », totalement agencé de l'étranger et isolé du reste du pays.

Cela étant, la question de l'impact économique du tourisme international en « contrées tropicales » dépasse de loin la seule problématique des valeurs ajoutées qui s'en retournent aux sièges des grands opérateurs privés transnationaux ou dans les paradis fiscaux. L'argent qui reste – qui suffit, rappelons-le, à constituer une part appréciée du PIB des pays en développement (10 % en moyenne, première source d'enrichissement pour un tiers des PMA) – est lui aussi réparti de façon plus ou moins inéquitable, selon les politiques existantes ou non en la matière, la taille des opérateurs locaux, le degré de concentration spatiale et sociale de l'activité touristique, le niveau des salaires, le contingentement des « petits boulots » informels, etc.

En pays inégalitaires, la croissance économique découlant de l'expansion du tourisme international n'entraîne pas nécessairement le développement, à savoir l'amélioration des conditions sociales et matérielles de vie des populations concernées, et encore moins la démocratisation des sociétés. À l'inverse, elle crée tantôt des effets d'éviction en chaîne – délaissement d'autres domaines d'activités cruciaux, comme l'agriculture vivrière et l'alimentation du

marché interne, au profit d'une prolifération de micro-commerces et de « services » aux étrangers en marge des grands établissements touristiques –, tantôt des poussées inflationnistes en cascade, rendant progressivement impossible l'accès des couches populaires locales au logement, à la terre, à l'électricité, à l'eau, à l'alimentation dans les zones mises en tourisme. Vendue comme moteur de développement et de réduction de la pauvreté, explique Anita Pleumarom dans cet *Alternatives Sud*, la « touristification » des pays du Sud favorise en réalité la « gentrification » des lieux mis sur le marché du dépaysement et, au-delà, contribue à l'appropriation privative, à l'exclusion sociale et à la hausse des inégalités.

La concurrence que se livrent les pays de destination pour attirer investisseurs et touristes sur leur territoire aggrave le problème. Il s'agit de gagner en attractivité, en « touristicité », de grimper dans le *Travel & Tourism Competitiveness Index* que le Forum économique de Davos édite à intervalles réguliers. Comment ? Les critères utilisés par les éminences libre-échangistes de la station suisse pour classer les économies les plus accueillantes sont édifiants (WEF, 2017). Pour l'essentiel, ils renvoient aux responsabilités publiques en matière de qualité des infrastructures (*Air Transport Infrastructure, Tourist Service Infrastructure*…), de facilité d'accès (*International Openness, Information and Communication Technologies Readiness*…), de sécurité du cadre (*Safety and Security, Health and Hygiene*…) et, bien sûr, de force concurrentielle (*Price Competitiveness, Business Environment, Labour Market*…).

En clair, cet « indice de compétitivité touristique » entérine, tout en l'expliquant, la toujours forte prépondérance des « économies avancées » dans la liste des principaux pays de destination (proches ou similaires aux principaux pays d'émission) et encourage explicitement le nivellement par le bas de toute forme de régulation sociale, fiscale et environnementale auquel s'emploient de fait les « économies moins avancées » pour créer, en fonction de leurs « avantages comparatifs », les conditions nécessaires à une augmentation de leur part de marché[6]. Là où des réglementations nationales pourraient jouer en faveur d'une meilleure répartition des coûts et des bénéfices, elles sont refoulées comme obstructions au

6. En 2017, l'Europe et l'Amérique du Nord ont reçu 61 % (pour 76 % en 1990) de l'ensemble des « arrivées » internationales touristiques, l'Asie et le Pacifique 24,5 %, l'Amérique latine et les Caraïbes 5,5 %, l'Afrique 4,7 % et le Moyen-Orient 4,4 % (OMT, 2018).

Alternatives Sud

Vol. XIII (2006) 2 : Changements climatiques : impasses et perspectives
Vol. XIII (2006) 3 : Expansion du tourisme : gagnants et perdants
Vol. XIII (2006) 4 : État des résistances dans le Sud, 2007
Vol. XIV (2007) 1 : Évasion fiscale et pauvreté
Vol. XIV (2007) 2 : Explosion urbaine et mondialisation
Vol. XIV (2007) 3 : Coalitions d'États du Sud
Vol. XIV (2007) 4 : État des résistances dans le Sud, 2008
Vol. XV (2008) 1 : Territoires, mondialisation et développement
Vol. XV (2008) 2 : L'aide européenne
Vol. XV (2008) 3 : Déforestation
Vol. XV (2008) 4 : État des résistances dans le Sud, 2009
Vol. XVI (2009) 1 : Contre le travail des enfants ?
Vol. XVI (2009) 2 : Retour de l'État. Pour quelles politiques sociales ?
Vol. XVI (2009) 3 : La Bolivie d'Evo
Vol. XVI (2009) 4 : État des résistances dans le Sud. Monde arabe
Vol. XVII (2010) 1 : Le Brésil de Lula. Un bilan contrasté
Vol. XVII (2010) 2 : Racisme : entre exclusion sociale et peur identitaire
Vol. XVII (2010) 3 : Pressions sur les terres. Devenir des agricultures paysannnes
Vol. XVII (2010) 4 : État des résistances dans le Sud. Afrique
Vol. XVIII (2011) 1 : Agrocarburants : impacts au Sud ?
Vol. XVIII (2011) 2 : La Chine en Afrique : menace ou opportunité pour le développement ?
Vol. XVIII (2011) 3 : L'Inde : une modernité controversée
Vol. XVIII (2011) 4 : État des résistances en Amérique latine
Vol. XIX (2012) 1 : (Re-)construire les États, nouvelle frontière de l'ingérence
Vol. XIX (2012) 2 : Le « printemps arabe » : un premier bilan
Vol. XIX (2012) 3 : Emprise et empreinte de l'agrobusiness
Vol. XIX (2012) 4 : État des résistances en Asie
Vol. XX (2013) 1 : Économie verte. Marchandiser la planète pour la sauver ?
Vol. XX (2013) 2 : Industries minières : extraire à tout prix ?
Vol. XX (2013) 3 : Narcotrafic. La « guerre aux drogues » en question
Vol. XX (2013) 4 : État des résistances dans le Sud. Les mouvements paysans
Vol. XXI (2014) 1 : Protection sociale au Sud
Vol. XXI (2014) 2 : Zapatisme : la rébellion qui dure
Vol. XXI (2014) 3 : Agroécologie : Enjeux et perspectives
Vol. XXI (2014) 4 : Luttes syndicales : État des résistances dans le Sud
Vol. XXII (2015) 1 : Migrations internationales : un enjeu Nord-Sud ?
Vol. XXII (2015) 2 : L'économie sociale et solidaire, levier de changement ?
Vol. XXII (2015) 3 : L'aggravation des inégalités
Vol. XXII (2015) 4 : État des résistances dans le Sud : Mouvements de femmes
Vol. XXIII (2016) 1 : Sport et mondialisation
Vol. XXIII (2016) 2 : Obsolète, le clivage Nord-Sud ?
Vol. XXIII (2016) 3 : Changer le modèle ?
Vol. XXIII (2016) 4 : État des résistances dans le Sud : Afrique
Vol. XXIV (2017) 1 : Entre terre et mer. Quel avenir pour la pêche ?
Vol. XXIV (2017) 2 : ONG : Dépolitisation de la résistance au néolibéralisme ?
Vol. XXIV (2017) 3 : Accords de libre-échange
Vol. XXIV (2017) 4 : État des résistances dans le Sud : Amérique latine
Vol. XXV (2018) 1 : Droites militantes et mobilisations réactionnaires
Vol. XXV (2018) 2 : De l'usage du genre