

Vacances... la rencontre au centre du voyage

Introduction

Expansion du tourisme international : gagnants et perdants

Bernard Duterme - Directeur du CETRI (Centre tricontinental, Louvain-la-Neuve), coordinateur de l'ouvrage
« Expansion du tourisme : gagnants et perdants »



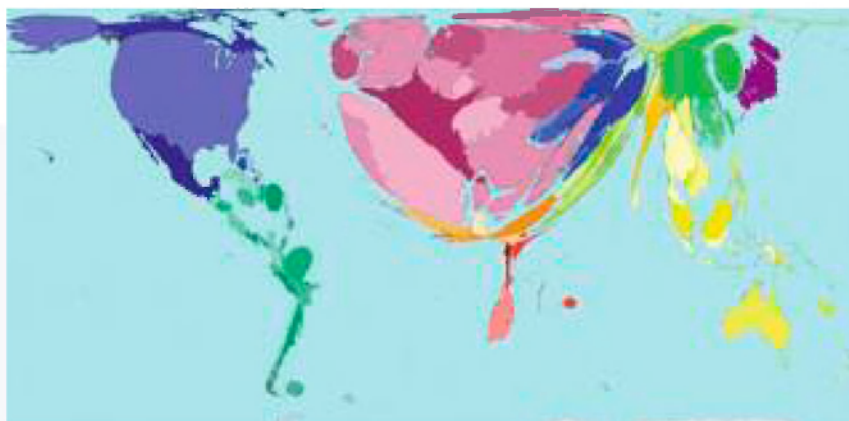
**Près d'un milliard de touristes internationaux en 2010 !
Est-ce bien raisonnable ? Quatre constats invitent à en douter.**

1 Le premier renvoie à l'ampleur du phénomène. Avec une croissance annuelle moyenne de 6,5 % depuis 1950, le secteur a enregistré en 2010 près d'un milliard de déplacements hors des frontières nationales, pour 200 millions en 1975. À en croire l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le nombre de « migrants de plaisance » devrait doubler dans les quinze prochaines années, après avoir quadruplé lors des trente dernières. L'évolution des recettes suit la même tendance : 300 milliards de dollars en 1990, 900 en 2009. Premier poste du commerce international, le tourisme continue à croître 1,3 fois plus rapidement que le produit mondial brut, pour en consti-

tuer un dixième. Par l'accroissement de ses flux et le développement de ses techniques de commercialisation à distance, par le caractère polyfonctionnel, global et réticulaire de son industrie, par la mobilité de ses clients et de ses capitaux, l'activité touristique s'impose ainsi comme un des leviers les plus puissants de la mondialisation et assume un rôle décisif dans l'évolution de l'économie internationale.

2 Le deuxième constat est un paradoxe. Si l'explosion du tourisme repose pour l'essentiel sur sa démocratisation au sein des couches moyennes des pays riches, son internationalisation n'en confirme

pas moins son caractère inégalitaire (voir carte ci-contre). Relativement accessible en Occident (pour 60 % de la population), le voyage de loisir reste inaccessible ailleurs (pour 80 à 99 % de la population selon les pays). Certes massifié, le tourisme est toujours l'apanage de privilégiés : un septième de l'humanité, en position économique, culturelle et politique de visiter les six autres septièmes. En cela, il constitue un reflet assez fidèle de l'organisation de la planète et de ses disparités. « Migrations d'agrément » et « migrations de désagrément » se croisent aux frontières, béantes pour les uns, grillagées pour les autres, du premier monde et du tiers-monde.



© 2007 SASI Group (Université de Sheffield); et Mark Newman (Université d.J. Michigan)

3 Le constat suivant réside dans l'effet en cascade de la massification, le « bon touriste » fuyant toujours « le mauvais » qui finit par l'imiter. Le premier recherche le calme ou de nouvelles expériences, le second fréquente les périodes et les endroits populaires. Stratifié socialement et culturellement, le monde des touristes n'échappe pas à la quête de différenciation, à laquelle répond la diversification de l'offre, lorsque ce n'est pas cette dernière qui prend l'initiative de « découvrir » des sentiers non encore battus ou de mettre sur le marché de nouveaux produits plus « exotiques », plus « initiatiques », plus « mémorables ». Le souci de distinction opère tous azimuts, mû parfois par l'illusion de sortir les pratiques touristiques des rapports marchands, motivé toujours par le besoin de se démarquer des « touristes-veaux », du « bronzer idiot ». Selon le profil du client plus ou moins outillé pour le dépaysement, l'opérateur devra tantôt dissimuler, tantôt souligner le simulacre de l'immersion en terres étrangères, garantir ou simplifier l'« authenticité » à visiter, adapter le rapport à la réalité, voire la réalité elle-même lorsque les hôtes – le décor humain – sont invités à forcer ou, au contraire, à lisser leurs aspérités exotiques, attrayantes ou dissuasives.

Le tourisme est toujours l'apanage de privilégiés, il constitue un reflet assez fidèle de l'organisation de la planète et de ses disparités.

4 Le dernier constat décevra les chantres, OMT en tête, du tourisme comme « moteur de développement ». Si le secteur est effectivement devenu la première source de devises pour un tiers des « pays en voie de développement », la répartition de ses bénéfices et son impact sur les réalités sociales, culturelles et environnementales creusent objectivement les écarts et aggravent les déséquilibres. Plus qu'hier, en raison de l'intégration croissante des activités au sein d'une poignée de tour-opérateurs transnationaux, l'essentiel des flux financiers du tourisme échappe aux populations hôtes. Les emplois créés, plutôt précaires ou saisonniers, ne suffisent pas à compenser les multiples dommages collatéraux : pressions inflationnistes, déprédation des écosystèmes, folklorisation des sociétés, consommation des mœurs... Plus fondamentalement, c'est la logique même de l'expansion de « l'ordre touristique » actuel qui est en cause. Intimement liée à la mondialisation néolibérale, l'explosion du tourisme participe ou bénéficie, dans ses orientations principales, de cette marchandisation généralisée des lieux et des comportements, de ces politiques d'ouverture des frontières au commerce mondialisé et de privatisation du patrimoine et des biens publics.

Une grande variété d'associations et de réseaux partagent ces constats critiques et en font la raison de leur mobilisation pour la promotion d'expériences touristiques respectueuses des gens et de l'environnement. Force est de reconnaître cependant que la tendance, sans véritablement peser sur les orientations du tourisme mondial, doit aussi faire face à ses propres limites : élitisme, autolabellisation, récupération commerciale... À quelles conditions dès lors l'expansion touristique pourrait-elle induire autre chose qu'« un nouvel usage occidental du monde » ? La réponse réside d'abord dans les capacités de canalisation dont les États sont ou devraient être dotés, et dans l'implication des populations concernées dans la définition des projets et le partage des avantages. Sous l'égide d'organismes internationaux démocratiques et d'appareils de régulation négociés et contraignants, des politiques coordonnées pourraient contribuer à renverser l'actuel rapport coûts / bénéfices du secteur. Et partant, participer effectivement au « développement » des pays du Sud.



i **Expansion du tourisme : gagnants et perdants, CETRI, Paris, 2006**