

Le tourisme en Chine, circulation des modèles ou innovation dans les pratiques ?

Philippe Violier^(*)

ESO ANGERS - UMR 6590
CNRS - UNIVERSITÉ D'ANGERS

Selon les historiens Marc Boyer (1996 et 2005) et Laurent Tissot (2000) le tourisme a une histoire. Son avènement est contemporain et consubstantiel de la révolution industrielle. Les mobilités qui l'ont précédé, les « voyages » n'ont rien à voir avec cette invention caractérisée par un changement de place qui a pour finalité la récréation des individus et non l'accomplissement d'une tâche, par la mise en œuvre de pratiques spécifiques, le repos, la découverte, le jeu et la sociabilité (Équipe Mit, 2002 et 2005). Thématique peu explorée jusque dans les années 1960, soit près de deux siècles après son invention, le tourisme a fait depuis l'objet de nombreux travaux.

À partir des années 1970-1980, un tournant s'opère, le tourisme devient réellement mondial au sens où la première conquête, touristique, du monde a été essentiellement une circulation à partir des sociétés occidentales, cette seconde diffusion engage des sociétés autres, en relation avec l'émergence économique. Dès lors pourquoi l'étudier en Chine, quoi de neuf ?

I- LE TOURISME, UNE PRATIQUE DEVENUE RÉELLEMENT MONDIALE

Le tourisme, défini comme un système qui a pour finalité la récréation des individus (Knafou, 1997; Équipe Mit, 2002, Knafou et Stock, 2003), est une pratique sociale dont l'émergence est liée à l'avènement de la société industrielle (Boyer, 1996 et 2005; Tissot, 2000). D'une part, l'affirmation progressive de cette mutation permet aux sociétés de dégager une fraction de l'accumulation à une pratique a priori dispendieuse, qui créera dans un second temps un secteur productif. D'autre part, la transformation industrielle affecte les transports et la création de lieux spécifiques de grande

dimension. Plusieurs étapes jalonnent cette évolution. Le tourisme du petit nombre est caractérisé par des mobilités de rentiers qui organisent eux-mêmes leurs déplacements et recourent aux hébergements de leurs réseaux de parentèle et amicaux, à la rigueur ils font halte dans les auberges, plus ou moins malfamées et inconfortables communes à tous les voyageurs. À partir des années 1830 à 1850, le système évolue (Tissot). Le nombre des touristes s'accroît. Le guide touristique est inventé. Les premiers tour-operators organisent des circuits qui permettent rapidement de circuler dans le monde (Suisse en 1862, Égypte en 1875). Des lieux sont créés afin de les accueillir, les stations, villes spécialisées surgissent dans les marges littorales. Le chemin de fer est détourné de sa fonction industrielle. L'hôtel avec tout le confort moderne est inventé... C'est le tourisme du grand nombre. Dans les années 1930 aux États-Unis, en Europe à partir des années 1950, la croissance des effectifs mobilisés permet d'évoquer le tourisme de masse comme une des modalités de l'avènement de la société de consommation de masse (le taux de 50 % de « départ en vacances » selon la terminologie Insee – soit quatre nuits consécutives en dehors de la résidence principale – est atteint en 1973). Enfin, dans les années 1980, l'accès du plus grand nombre – ce qui n'exclut pas que 15 à 20 % des individus en demeurent privés – au tourisme induit une mutation vers un tourisme de masse personnalisé caractérisé par une plus grande individualisation des pratiques.

Ajoutons que l'intervention des États a aussi contribué à l'accroissement des mobilités en jouant à la fois sur les mesures sociales (accroissement des semaines de congés payés: de 2 semaines en 1936 avec la généralisation du dispositif pour tous les salariés, à 3 en 1954, 4 en 1968, 5 en 1981, mesures en faveur du tourisme social...) et des réglementations propres à rassurer les voyageurs (par exemple l'encadrement de la vente de voyages organisés, du *surbooking* aérien...).

^(*) Professeur de géographie. ESTHUA Tourisme et Culture, UMR CNRS 6590 ESO Angers.

Cette mutation qui affecte la société industrielle ne concerne en réalité que les sociétés occidentales. Le monde socialiste invente son propre système touristique encadré par l'État et géré par les entreprises. Ce modèle a sombré. Quant au « tiers-monde », il en était exclu. L'accès de la société chinoise au tourisme à partir des années 1990 apparaît de ce fait comme une rupture majeure. Jusque-là, le tourisme était essentiellement une pratique occidentale, en particulier dans sa diffusion dans le monde, car dans l'espace socialiste, la mobilité notamment internationale restait extrêmement contrainte. En réalité, l'accès au tourisme d'une société non occidentale a été anticipé par le Japon et les micro-États nommés, dans les années 1980, « tigres asiatiques », la Corée du Sud, Taïwan, Hongkong et Singapour. Mais les normes confucéennes limitent fortement l'accès aux congés payés. De ce fait, les effectifs en mouvement restent peu nombreux (Chi-Fan, 2008). L'accès de la Chine à la révolution industrielle, induit par l'ouverture économique et politique décidée en 1986, permet à des individus nombreux d'accéder au tourisme y compris au-delà des frontières. Depuis 2014, la société chinoise a pris la première place parmi les pays émetteurs de voyageurs internationaux. Certes la prudence est de mise. D'une part, et d'une manière générale, ces données sont établies selon la définition du tourisme élaborée par l'Organisation Mondiale du Tourisme qui est sujette à caution. En effet, cette institution inclut dans ce qu'elle qualifie de tourisme toutes les mobilités, quel qu'en soit le « motif », et il existe même la catégorie « autre motif » dès lors que l'individu passe au moins une nuit « hors de son environnement habituel ». Nous contestons cette approche qui amalgame des mobilités aussi différentes que les voyages d'affaires, les pèlerinages et les relations sociales (pour une analyse plus approfondie voir Équipe Mit 2002, Duhamel, 2013). Néanmoins, avec l'accès de la société chinoise au tourisme, ce qui se joue est l'avènement d'un tourisme non occidental de manière massive et démonstrative. Car bien sûr d'autres sociétés suivent aussi cet itinéraire mais de manière plus chaotique, dans des proportions moindres ou avec des différences culturelles moins tranchées. Par ailleurs, le fait que le tourisme soit jusqu'au tournant de l'émergence un phénomène occidental n'a pas empêché une cer-

taine diversification. Notamment l'accès au tourisme de la société américaine s'est traduit en partie par une reproduction de certaines modalités, par exemple l'invention de la station (Équipe Mit, 2005), en partie par des inventions majeures comme celle du parc naturel ou celle de *l'Entertainment* - Disney - (Équipe Mit, 2005). Nous relevons donc d'une part que la diffusion dans le monde des foyers émetteurs s'accompagne d'une dialectique de reproduction mais aussi de renouvellement. Ainsi, la Chine nous permet de mettre en évidence une manière touristique d'habiter le monde, c'est-à-dire de relever au-delà des différences réelles, des modalités spécifiques d'être au Monde.

II- LES MÉTHODES

Dans cette analyse nous mobilisons essentiellement deux outils méthodologiques. D'une part nous procédons à une analyse des catalogues des tour-opérateurs (TO) (Violier, 2011). Elle consiste à établir une analyse fréquentielle des lieux dans le cadre de mobilités touristiques et à identifier des pratiques mises en œuvre. L'apport principal réside dans l'autonomisation de la recherche par rapport aux discours et aux statistiques des institutions dont nous avons déjà souligné le caractère global et peu pertinent. En effet en constituant notre propre base de données nous parvenons à identifier les lieux fréquentés dans le cadre de mobilités réellement touristiques et à les distinguer des autres, telles que les voyages d'affaires, car les entreprises ont recours à des intermédiaires spécifiques. Une démonstration plus argumentée et appuyée par des exemples précis est proposée dans notre article publié en 2011. De plus, les données de l'OMT sont globalisées par État et ne renseignent pas sur ce que les individus font dans les lieux.

Cette méthode n'est pas sans biais. Premièrement, les catalogues sont des propositions dont la concrétisation n'est pas informée car aucune statistique n'est publiée sur les achats réels de séjours ou de circuits. Seule une ventilation des ventes globalisées par pays de destination est rendue publique en France par la revue professionnelle *l'Écho touristique* pour une partie des tour-opérateurs (TO). Cependant les TO

sont des acteurs partiellement rationnels qui élaborent des propositions en fonction de leurs résultats et le coût de fabrication des catalogues imprimés ou numérisés, ce qui donne à penser que les propositions qui ne rencontrent pas une clientèle sont relativement limitées. Deuxièmement, seule une partie des individus a recours à des tour-opérateurs. Il pourrait donc être opposé qu'en étudiant le tourisme à travers ces acteurs on prend la partie pour le tout. En fait, les catalogues constituent un outil tout à fait pertinent. Cette intermédiation est une fonction de l'altérité, plus cette dernière atteint un degré élevé, plus les organisations sont mobilisées. Si le recours à ces derniers est minoritaire pour l'espace proche, il se généralise pour les destinations lointaines. La méthode est donc valable pour analyser des pratiques à l'échelle du monde. Ensuite, si les modalités du déplacement varient, mode d'hébergement, d'intermédiation (de nombreux individus ne passent pas par des TO mais mobilisent des agences réceptives, voire des relations), de gestion du temps... Les lieux et les pratiques réfèrent en partie à un *habitus*. Nous en voulons pour preuve que l'espace touristique, soit celui qui est réellement fréquenté dans le cadre de mobilités touristiques, est très concentré car structuré par les représentations sociales. Pour corroborer cette analyse nous avons réalisé des tests dans certaines destinations qui montrent que les relations lieux-pratiques varient peu selon les modalités de l'intermédiation, entre recours au TO et auto-organisation.

D'autre part, nous mobilisons l'observation *in situ* en recourant à la photographie. Cet outil n'est en rien objectif puisque le regard individuel sélectionne dans la scène sociale des éléments mis ainsi en exergue. Toutefois cela permet d'objectiver ce qui est vu et de soumettre au débat scientifique un instantané. La mobilisation de ces méthodes tient bien sûr à l'absence totale de maîtrise de la langue. Mais il nous semble que la recherche en sciences sociales gagne à être menée en équipes rassemblant des compétences diverses et complémentaires. Nos travaux sur la Chine sont ainsi réalisés avec Shen Shiwei, collègue francophone de l'université de Ningbo (2015b ; 2014) et Benjamin Taunay (2015a ; 2013 ; 2011). Également, les pratiques, touristiques en l'occurrence, des individus sont

largement influencées par une socialisation qui a pour effet que les comportements leur apparaissent « naturels » alors qu'ils obéissent à des normes sociales, si bien que des entretiens apporteraient peu au-delà des faits.

Enfin, il doit être souligné que la convocation de la catégorie « chinois » expose au risque de l'essentialisation et qu'un espace aussi vaste comme une population aussi nombreuse impliquent nécessairement une diversité dont nous sommes conscients mais que nous n'avons pas encore mesurée. Si d'une part l'imposition d'une langue commune, comme le brassage mis en œuvre par l'État a sans doute des effets, il reste à apprécier aussi en quoi cela induit de l'homogénéité dans les comportements.

III- LES RÉSULTATS

Des modalités spécifiques

Nos observations nous conduisent à relever que pour une part, les sociétés occidentales et chinoises ont par le tourisme un rapport identique au Monde. Il nous a été ainsi possible avec Benjamin Taunay d'élaborer une analyse qui met en évidence que, pour une part, les touristes des deux sociétés sont coprésents dans des hauts lieux touristiques pour y mettre en œuvre les mêmes pratiques, notamment la découverte dans les métropoles du Monde (Taunay et Violier, 2015). Nous relevons aussi que la pratique du ski se diffuse en Chine et ne semble pas donner lieu à des inventions.

La société chinoise se distingue cependant par des modalités spécifiques que les individus déploient dans leurs pratiques. Des degrés variables peuvent être observés. Ainsi la pratique du bain chaud, partagée avec d'autres sociétés extrême-orientales, est totalement originale, en tant que pratique touristique, c'est-à-dire mise en œuvre dans le cadre d'un système qui a pour finalité la récréation des individus, et non dans une perspective thérapeutique. Le bain chaud, entre 38 et 40°, est pris en soirée, dans des établissements dédiés, car l'eau doit être naturelle, lesquels sont situés dans des régions montagneuses. Elle relève à la fois du

repos et de la sociabilité car la fréquentation est réalisée dans un cadre familial et/ou amical. D'autres pratiques se distinguent par une spécificité partielle, c'est-à-dire dans une partie des modalités. Le repos qui est une pratique commune se réalise de manière plus massive le long du littoral et secondairement à la campagne, pour les sociétés occidentales, alors que la campagne domine en Chine. Par ailleurs, le système touristique inclut également des valeurs. Sur ce plan, une différence apparaît également entre la société chinoise et les sociétés occidentales. La première confère une valeur supérieure au repos, alors que pour les secondes la pression sociale valorise plutôt les « vacances utiles », notamment la découverte culturelle, et que la fréquentation de la plage est considérée comme une perte de temps (Urbain, *Le Monde* 2, 10 juin 2006). En effet, la mobilité associée à la découverte est inversement le propre des ignorants en Chine, alors que les élites la survalorisent en Occident.

Ces spécificités constituent-elles un mode original d'être au Monde ou au contraire s'agit-il d'étapes dans une évolution ? Nous prendrons l'exemple de la plage. Les premiers travaux effectués par Benjamin Taunay ont souligné une manière, qui a semblé originale, de se tenir à la plage. Les individus sont installés en groupes, assis sur des chaises – et non sur le sable, à l'abri de parasols et tenant des conversations animées, dans une ambiance *renao* qu'affectionnent les chinois. Or, les tableaux peints par Eugène Boudin vers 1864-65, attestent que cette posture a été, au moins partiellement (position assise sur des chaises, sociabilité), pratiquée sur les plages normandes. Le peintre ayant pour volonté de saisir le réel, ses travaux peuvent nous aider à appréhender une réalité ancienne. Ensuite, la mobilisation des travaux de Rémy Knafou (2000) qui démontre que la plage a été inventée au XVIIe siècle dans les Provinces Unies, permet d'esquisser les étapes de l'appropriation de la plage par la société occidentale selon le modèle résumé dans le tableau ci-dessous.

Il est dès lors tentant de poser que les spécificités des pratiques observées sont en fait un effet d'une incorporation plus récente du tourisme à la société chinoise. Cette approche qui rappelle les étapes du déve-

Appropriation de la plage par la société occidentale

Période	Étape	Pratique
XVIIe	invention	promenade
XIXe	appropriation	individus en assemblée position assise sur une chaise
Fin XIXe - XXe	conquête	position assise sur le sable jeu

loppement chères à Rostow ne peut être retenue en l'état, et pour les mêmes raisons que celles qui ont amené à questionner les travaux de l'économiste cité. D'une part, si des ressemblances apparaissent, l'évolution des sociétés qui accèdent plus tardivement au tourisme, est plus rapide et syncopée, au sens où l'appropriation ne respecte ni la temporalité ni un ordre prédéterminé. D'autre part, les chinois sont largement informés sur le tourisme, ne serait-ce que par les pratiques des occidentaux en séjour en Chine.

Le tourisme un mode d'habiter le monde

Dès lors, les similitudes qui apparaissent dans les pratiques des individus appartenant à des sociétés différentes peuvent être interprétées comme des modalités universelles, humaines, d'être touristiquement dans le monde, ou d'habiter touristiquement le monde. Inversement, les spécificités constituent des manières originales de résoudre des problèmes ou des solutions originales mises en œuvre dans des contextes sociétaux particuliers pour permettre aux individus de se recréer. Notamment, si le tourisme est une invention de la société industrielle, que cette dernière rend possible, à la fois parce qu'elle permet aux sociétés de dépasser les pénuries et d'accéder à la consommation de masse, et qu'elle met à disposition les moyens de transport inventés pour des usages plus directement productifs, elle se traduit spatialement de manière ambivalente. Les destinations touristiques sont d'un côté les métropoles qui donnent lieu à un détournement touristique des inventions valorisées de manière festive et oisive, de l'autre, les marges territoriales peu occupées que le tourisme contribue à incorporer. Cette dualité se retrouve dans toutes les sociétés. De même, le patrimoine et la modernité.

BIBLIOGRAPHIE

- Boyer Marc, 1996, *L'invention du tourisme*, Gallimard
- Boyer Marc, 2005, *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle*, L'Harmattan
- Chevalier-Pickel Sylvine, Taunay Benjamin, Violier Philippe, 2011, « La mondialisation, facteur d'homogénéisation ou de régionalisation du rapport nature-tourisme ? Un regard croisé sur les civilisations occidentales et chinoises », in Duhamel Philippe et Kadri Boualem (dir.), *Tourisme et mondialisation*, Mondes du tourisme Hors-série
- Chevalier-Pickel Sylvine, Taunay Benjamin, Violier Philippe, 2013, « Patrimonialisation de la nature et dynamiques touristiques : spécificités et singularités d'un « modèle » chinois contemporain », *Patrimonialiser la nature, Vertigo*, hors-série 16, juin 2013, en ligne <http://vertigo.revues.org/13599>
- Chi-Fan Lin, 2008, *Le tourisme des chinois Taïwanais en France*, L'Harmattan, Points sur l'Asie
- Équipe Mit, 2002, *Tourisme 1. Lieux communs*, Belin mappemonde
- Équipe Mit, 2005, *Tourisme 2. Moments de lieux*, Belin mappemonde
<http://espacestemp.net/document8948.html>
- Knafo Rémy, 2000, « Scènes de plage dans la peinture hollandaise du XVIIe siècle : l'entrée de la plage dans l'espace des citadins », *Mappemonde*, 58, 2000.2
- Shen Shiwei, Violier Philippe, 2014, « A study on the activities of western tourists in China : based on an analysis of product manual of western travel wholesalers, (en chinois) », *Tourism Science*, Shanghai, volume XXVIII, n° 6, décembre 2014, pp. 24 à 39
- Shen Shiwei, Chevalier-Pickel Sylvine Violier Philippe, 2015, « L'émergence de l'équitation de loisir en Chine : entre redécouverte et réinvention d'une culture équestre. Exemple à partir de la province du Zhejiang », in Chevalier-Pickel Sylvine (dir.), *Cheval, tourisme & sociétés*, Mondes du tourisme, Hors-série, juin 2015, pp. 64 à 77
- Taunay Benjamin, Violier Philippe, 2012, « L'émergence au prisme du tourisme chinois », *Echogéo*, n° 21, en ligne
<http://echogeo.revues.org/13190>
- Taunay Benjamin, Violier Philippe, 2015, « Un modèle chinois des pratiques touristiques ? Analyse des spécificités et des invariants au niveau des pratiques et des lieux fréquentés par les touristes chinois et internationaux en Chine », pp. 99 à 116, in Sacreau Isabelle, Taunay Benjamin, Peyvel Emmanuelle (dir.), *La mondialisation du tourisme. Les nouvelles frontières d'une pratique*, Presses Universitaires de Rennes, Espaces et Territoires
- Taunay Benjamin, Violier Philippe, Li Lu, Piriou Jérôme, 2013, « L'accès de la société chinoise au tourisme international : tout change et rien ne change ? », *Géo-Regards, Revue Neuchâteloise de Géographie*, Presses Universitaires Suisses, n° 5, pp. 9 à 24
- Tissot Laurent, 2000, *Naissance d'une industrie touristique, les Anglais et la Suisse au XIXe*. Éditions Payot Lausanne Histoire
- Violier Philippe, 2011, « Les lieux du monde », *EspaceTemps.net*, Textuel, 22.08.2011
- Violier Philippe, 2014, « L'appropriation de la plage d'Eugène Boudin à la Chine contemporaine », in Shen Shiwei et Su Yongjun (dir.), *Le tourisme et la mer, Actes du second colloque sino-européen du Tourisme*, Université de Ningbo (Chine), pp. 1-9