



Universitat
de les Illes Balears

TESIS DOCTORAL

2019

**ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DU TOURISME EN
CHINE PAR L'APPROCHE DE L'APPLICATION
DU POST-FORDISME
----- LE CAS DU *MOGANSHAN***

VOLUMEN I

QIAN SHUANG



Universitat
de les Illes Balears

TESIS DOCTORAL

2019

PROGRAMA DE DOCTORADO EN TURISMO

**ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DU TOURISME EN CHINE PAR
L'APPROCHE DE L'APPLICATION DU POST-FORDISME
----- LE CAS DU *MOGANSHAN***

VOLUMEN I

QIAN SHUANG

Director : MIGUEL SEGUI LLINAS

Tutor : MIGUEL SEGUI LLINAS

Doctor por la Universitat de Barcelona

CRITERIOS DE FORMATO DE LA TESIS DOCTORAL EN LA UNIVERSIDAD DE
LES ILLES BALEARS

Anexo 3: Modelo de certificado de director de tesis y de doctorado internacional



Universitat
de les Illes Balears

Dr. Miguel Seguí Llinás, de la Universitat de les Illes Balears

DECLARO:

Que la tesis doctoral que lleva por título *Analyse de l'évolution du
tourisme en Chine par l'approche de l'application du post-fordisme :
le cas du Moganshan*, presentada por Shuang QIAN para la obtención
del título de doctor, ha sido dirigida bajo mi supervisión.

Y para que quede constancia de ello firmo este documento.

Firma

Palma de Mallorca, el 10 de Abril 2019

REMERCIEMENTS

D'abord, je tiens à remercier sincèrement mon directeur de thèse Monsieur Miguel Ségui Llinas pour avoir accepté de me diriger, sans ses soutiens et encouragements, cette recherche n'aurait pu voir le jour, surtout pour moi qui n'a jamais étudié le tourisme avant le commencement de ce travail. Ses conseils et inspirations m'ont guidé au cours de l'élaboration du travail et m'ont permis de continuer de découvrir, de me passionner dans le monde du tourisme. Dans la vie, il est aussi un bon ami qui m'a beaucoup aidé lors de mes séjours en Espagne.

Mes remerciements s'adressent aussi à Monsieur Shen Shiwei, le vice doyen de l'institut sino-française où je travaille comme enseignant-chercheur. Il m'a donné beaucoup de conseils avisés non seulement sur ma thèse mais aussi sur ma future carrière. Sans son accord et son soutien, je n'aurais pas pu m'absenter quelques mois chaque année pour rédiger ma thèse en Espagne. En même temps, je remercie également mes aimables collègues qui m'ont vivement soutenu ces années, contribuant à ma charge administrative, à ma formation pédagogique et à la recherche pendant mon absence. Su Yongjun, Wang Yuejiao, Huang Xiaocen, Li Ying, Zhou Chunbo, Zhou Juan, Liao Baicui, Zhou Bin, Jin Lu, Xiang Yixian, Zhao Ran, Zheng Yuanyuan, Luo Danna, Ji Wenjing, Yangliu, Zhang Shuiyan, Chen Sijie, Zheng Shishi, Shi Yuanyuan, Chen Sijie, Wang Sheng et bien d'autres ...

Ma reconnaissance va aussi aux collègues de EHIB, Monika Ferré Conrade et Joan Roca pour m'avoir beaucoup aidé pendant mes séjours à Palma, par exemple, un bureau individuel me permettant de tranquillement rédiger ma thèse.

Je tiens à remercier mes étudiants Yang Xin, Chen Jinru, Liu Ting pour m'avoir accompagné de faire les terrains sous la chaleur insupportable en été.

Enfin, je tiens à remercier ma femme Zheng Jiayuan, ma mère et mes beaux-parents qui ont accepté mes longues absences et m'ont soutenu sans aucune réserve.

TABLE DE MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE	8
PARTIE 1 PROBLÉMATIQUES ET HYPOTHÈSES.....	21
PARTIE 2 CHEMINEMENT METHODOLOGIQUE.....	22
PARTIE 3 LE TOURISME, PRODUIT DE LA RÉVOLUTION SOCIO-ÉCONOMIQUE.....	25
Chapitre 1 L'évolution de l'organisation de travail, du fordisme vers le post-fordisme.....	27
1.1. Le Taylorisme, prédécesseur du fordisme?.....	28
1.2. Le fordisme, créateur de l'ère « masse »?.....	31
1.3. Le déclin du fordisme, une tendance incontournable ?.....	36
1.4. Le toyotisme, marqueur chronologique d'un passage du fordisme vers le post-fordisme?.....	41
Chapitre 2 Le champ du tourisme.....	43
2.1. Le tourisme, système d'acteurs, pratiques et espaces.....	43
2.2. Des acteurs, des espaces et des pratiques touristiques.....	48
2.3. Le tourisme, indicateur de l'évolution socio-économique de la société.....	52
Chapitre 3 L'évolution du tourisme en Chine.....	65
3.1. Les pratiques touristiques dans l'antiquité chinoise.....	65
3.2. La stagnation jusqu'à la fin de la révolution culturelle.....	67
3.3. Le développement du tourisme international depuis 1978.....	68
3.4. Le tourisme intérieur, un démarrage tardif, mais un développement rapide.....	73
PARTIE 4 L'EVOLUTION DU PROCESSUS TOURISTIQUE AU MOGANSHAN.....	88
Chapitre 1 Les pratiques touristiques des lettrés chinois dans l'antiquité.....	91
Chapitre 2 Une station estivale réservée aux privilégiés (1896-1978).....	94
2.1. Le contexte historique.....	94
2.2. Qu'est-ce qu'une station estivale en ce moment en Chine.....	95
2.3. La création de la station estivale au Moganshan.....	99
2.4. La villégiature, un tourisme élitiste.....	112
2.5. La diffusion du villégiature parmi les chinois (1911-1937).....	128
2.6. La transformation en station de cure (1949-1979)	140
Chapitre 3 la démocratisation et la massification du tourisme au Moganshan.....	144
3.1. L'évolution du sens du « Moganshan »	144
3.2. Le nouveau plan d'aménagement touristique du Moganshan.....	145
3.3. Les arrivées touristiques massives	148
3.4. L'émergence du <i>Nongjiale</i> au Moganshan dans les années 1990.....	152

Chapitre 4 l'ère du <i>Yangjiale</i>, l'ère du tourisme post-fordiste ?	162
4.1. le <i>Yangjiale</i> , de quoi s'agit-il ?	163
4.2. Le <i>Yangjiale</i> , berceau du tourisme post-fordiste ?	167
4.3. Une explosion, un nouveau processus touristique ?.....	177
4.4. Le rôle et l'intervention des autorités locales.....	190
PARTIE 5 LES TOURISTES ET LEURS PRATIQUES TOURISTIQUES AU MOGANSHAN	211
Chapitre 1 Une enquête par questionnaire	213
1-1. La conception du questionnaire.....	213
1-2. Le choix des lieux d'enquête.....	216
1-3. Le déroulement de l'enquête.....	218
1-4. Le résultat de l'enquête.....	219
1-5. Le traitement du questionnaire.....	220
Chapitre 2 Les touristes individuels dominent la clientèle	222
2-1. Les profils sociodémographiques des touristes selon le mode d'organisation.....	223
Chapitre 3 Une pratique touristique plus diversifiée dans un espace plus étendu	233
3-1. Les séjours des touristes au Moganshan.....	234
3-2. Des pratiques touristiques largement variées.....	244
CONCLUSION GENERALE ET PROPOSITION POUR LA FUTURE RECHERCHE	286
BIBLIOGRAPHIE	294
INDEX DES FIGURES, GRAPHIQUES ET ILLUSTRATIONS	304
ANNEXE	308

Resumen

El turismo es un hecho social importante. En Europa, nació en el siglo XVII, en Inglaterra, y tomó forma en el Grand Tour, durante el cual los jóvenes aristócratas recorrieron Europa (especialmente Italia) como la última etapa para completar sus estudios. Con el desarrollo socioeconómico, el turismo ha pasado de ser un privilegio reservado para las élites, a un fenómeno generalizado en todos los estratos sociales. Sus formas también se han diversificado mucho a raíz del aumento y la multiplicación de las necesidades recreativas de los turistas. El turismo masivo marcó los “gloriosos treinta” en Europa, mientras que el turismo postfordista caracterizado por una organización más flexible e individualizada se concretó en los años 90, después de que el turismo masivo cayera en crisis como modelo único. Los cambios observados en la evolución del turismo están fuertemente vinculados al desarrollo socioeconómico.

En China, el turismo es reciente, pero está creciendo vigorosamente. A nivel internacional, este país ya está clasificado entre los diez destinos turísticos más importantes del mundo y, previsiblemente, se ubicará en el primer lugar en un futuro próximo, según la OMT. A nivel nacional, se estima que la cantidad de turistas nacionales alcanzó los 5 mil millones en 2017 según las estadísticas oficiales de la Oficina Nacional de Turismo. Apenas 40 años desde su nacimiento en 1978, el turismo chino se ha desarrollado mucho más rápido que en los países occidentales. Nos interesa saber cómo ha evolucionado y si ha seguido el mismo camino que Europa. Además, a través del estudio de un caso específico, el de Moganshan, también queremos destacar que la evolución del turismo ha influido en el proceso turístico de un lugar como la tipología de los turistas, en las formas del turismo y cuál espacio turístico es el practicado.

Palabras clave: turismo; postfordismo, Yangjiale; evolución del turismo; zona turística

Resum

El turisme és un fet social important. A Europa, va néixer al segle XVII, a Anglaterra, i va prendre forma al “Grand Tour”, durant el qual els joves aristòcrates van recórrer Europa (especialment Itàlia) com l'última etapa per completar els seus estudis. Amb el desenvolupament socioeconòmic, el turisme ha passat de ser un privilegi reservat per a les elits, a un fenomen generalitzat en tots els estrats socials. Les seves formes també s'han diversificat molt arran de l'augment i la multiplicació de les necessitats recreatives dels turistes. El turisme massiu va marcar els "gloriosos trenta" a Europa, mentre que el turisme postfordista caracteritzat per una organització més flexible i individualitzada es va concretar en els anys 90, després que el turisme massiu caigués en crisi com a model únic. Els canvis observats en l'evolució del turisme estan fortament vinculats al desenvolupament socioeconòmic.

A la Xina, el turisme és recent, però està creixent vigorosament. A nivell internacional, aquest país ja està classificat entre les deu destinacions turístiques més importants del món i, previsiblement, s'ubicarà en el primer lloc en un futur pròxim, segons l'OMT. A nivell intern, s'estima que la quantitat de turistes nacionals va aconseguir els 5 mil milions de turistes en 2017, segons les estadístiques oficials de l'Oficina Nacional de Turisme. Tot just 40 anys des del seu naixement el 1978, el turisme xinès s'ha desenvolupat molt més ràpid que en els països occidentals. Ens interessa saber com ha evolucionat i si ha seguit el mateix camí que Europa. A més, a través de l'estudi d'un cas específic, el de Moganshan, també volem destacar com l'evolució del turisme ha influït en el procés turístic d'un lloc: en la tipologia dels turistes, en les formes del turisme i quin espai turístic és el practicat.

Paraules clau: turisme; postfordisme, Yangjiale; evolució del turisme; zona turística

Abstract

Tourism is a major social fact. In Europe, it was born in the 17th century in England, and took shape in the Grand Tour during which young aristocrats roamed Europe as the last stage to complete their studies. With socio-economic development, tourism has shifted from a privilege reserved for elites to a widespread phenomenon in all social strata. Its forms have also been much diversified following the increase and multiplication of recreational needs of tourists. Mass tourism marked the Thirty Glorious in Europe, while post-Fordist tourism characterized by a more flexible and individualized organization took shape after mass tourism fell into crisis. The changes noted in the evolution of tourism are all strongly linked to socio-economic development.

In China, tourism is recent but is growing vigorously. At the international level, this country is already ranked among the top ten international tourist destinations and will be ranked 1st in the near future according to the UNWTO. At the national level, the number of domestic tourists is estimated to reach 5 billions in 2017 according to the official statistics of the National Bureau of Tourism. Barely 40 years since its birth in 1978, Chinese tourism has developed much faster than in Western countries. We are interested to know how it has evolved and whether it has followed the same path that Europe has completed. Moreover, through the study of a specific case --- the Moganshan, we also want to highlight that how the evolution of tourism has influenced the tourist process of a place such as the typology of tourists, the forms of tourism and the practiced tourist space.

Keywords: Tourism; Post-Fordism, Yangjiale; Tourism process; Tourist area

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Une thématique

Ce travail de thèse propose d'interroger un fait social majeur : le tourisme. Né du 17^e siècle en Angleterre, il prend forme dans le *Grand tour* pendant lequel, les jeunes aristocrates parcourent l'Europe comme la dernière étape pour achever leurs études. Le but consiste, en parcourant les hauts lieux historiques, culturels et naturels de l'Europe, à faire du jeune un homme du monde, disposant à la fois d'un esprit d'aventure et d'une connaissance polyvalente, servant éventuellement à sa future carrière. Cela a marqué la naissance du tourisme et dès lors, il a connu un développement sans cesse aussi bien dans le temps que dans l'espace. Il a passé d'un privilège réservé aux élites à une pratique observée dans une plus large classe sociale. L'allongement des congés et l'augmentation du pouvoir d'achat a permis aux travailleurs de prendre part aux activités touristiques. A partir des années 1920, le mode de la production dite « fordiste » s'est rapidement répandu dans les industries conventionnelles. Initié par Henry Ford, fondateur de la société automobile du même nom, ce mode de production est caractérisé par la quête des économies d'échelle par le biais de la production en grande série des produits standardisés. L'industrie du tourisme a connu presque le même schéma, le mode fordiste de la production touristique est caractérisé sur le plan structurel par la production de masse, par la standardisation et l'inflexibilité des produits comme facteur d'économie d'échelle et de réduction des prix. Sur le plan des pratiques touristiques, il est caractérisé par l'hétéronomie des touristes, par la prédominance de l'offre sur la demande dans le choix des destinations et des produits (Telfer R. et Shapley D., 2008). Le tourisme de masse désigne une forme d'organisation du voyage dans laquelle le client achète un "produit fini" et identique à celui qu'achètent les autres clients (Cuvelier P., 1994). En donnant la naissance à un bon nombre de grandes stations touristiques alpines et balnéaires, le tourisme de masse a connu un succès majeur durant les *Trente Glorieuses* en Europe, ce que l'on appelle « *l'âge d'or du fordisme* » (Lefranc C.,

2010). Le processus de la massification a transformé le tourisme d'une pratique occasionnelle réservée à la classe sociale aisée, en un secteur contribuant de façon majeure au développement économique national, voire mondial. À partir des années 1970, le fordisme est entré en crise. La pérennité du système fordiste a été contrariée par les causes qui ont, initialement, donné naissance à sa prospérité notable. « *Tout système économique, aussi performant soit-il, a un ensemble de paramètres qui le déstabilise et qui éventuellement forceront son obsolescence* » (Rodrigue J.-P., 2000). La logique de la production en grande série des produits standardisés ne pouvait plus répondre aux demandes du marché de plus en plus diversifiées et individualisées. Dans l'industrie du tourisme, cette crise a été marquée par une stagnation voire une chute du nombre de touristes dans les hauts lieux touristiques. Le tourisme de masse dont le fonctionnement se basait sur une consommation gigantesque des biens et services standardisés, ont été remis en cause. Les années 1980 ont été marquées par l'avènement d'un nouveau modèle socio-économique succédant le fordisme : le toyotisme. Ce dernier, caractérisé par une forte flexibilité aussi bien au cours de la production que de la gestion, a présenté une capacité de dominer un marché parcellisé. Etant donné ses principes purement opposés à ceux du fordisme, il a donc été dénommé « post-fordisme » afin de distinguer de son prédécesseur. Ainsi, dans le système touristique post-fordiste, la dynamique s'est inscrite dans la création des nouveaux produits touristiques spécialisés et individualisés à petite échelle afin de répondre respectivement aux attentes des touristes en quête de l'authenticité et la qualité dans leurs pratiques touristiques. Les nouvelles formes du tourisme alternatif à celui de masse ont vu le jour : l'agrotourisme, l'écotourisme, le tourisme culturel, le œnotourisme, etc. Le développement du tourisme post-fordiste n'a pas marqué la disparition du tourisme « soleil et plage », il est resté une forme du tourisme privilégiée dans l'échelle mondiale. La coexistence des tourisms fordiste et post-fordiste est largement constatée dans beaucoup de hauts lieux touristiques occidentaux.

Par des approches différentes, les études sur le tourisme se diffèrent parmi des chercheurs de différentes disciplines, comme l'économie, la sociologie et la géographie. Le processus de la transformation du modèle du tourisme du fordisme au post-fordisme dans un lieu touristique a fait l'objet de nombreuses recherches scientifiques par une approche socio-économique dans les années 1990 (Mowforth M. and Munt I., 1998; Shaw G. and Williams M., 1994; Smeral E., 1998; Urry J., 1995; Vanhove N., 1997; Williams M. et Shaw G., 1998 ; Cuvelier P., 1998). D'après Cuvelier, le tourisme est un fait social total, car le processus de l'évolution du tourisme, du tourisme élitaire au tourisme de masse, en passant par la démocratisation du tourisme, *« se construit et se reconstruit en fonction de compromis socio-économique et institutionnel. Ce processus a été rendu possible par la conjonction de plusieurs facteurs qui tous, ont contribué à faire du tourisme un fait de société. L'extension du temps libéré au cours de la semaine puis au cours de l'année, l'avènement des loisirs et le déclin progressif de la valeur travail se sont conjugués à la révolution technique des transports et à l'explosion des gains de productivité qui autorisait la progression des niveaux de vie »* (Cuvelier P., 1998 : p.32). En même temps, le tourisme est un phénomène économique. *« C'est un secteur qui produit des biens et services faisant l'objet d'une offre de la part de certains acteurs de la vie économique et d'une demande qui émane des consommateurs (les touristes) »* (Cuvelier P., 1998 :p.34). Les pratiques touristiques sont les pratiques de consommation alors que les activités de prestataires du tourisme peuvent être perçues comme les pratiques de production économique.

L'approche géographique du tourisme vise à articuler les lieux touristiques et les touristes en les mettant dans un système dynamique. (Li L., 2014). Elle *« s'attache à mettre en évidence la dimension spatiale du tourisme, ce qui signifie décrire et expliquer les éléments et les interrelations du système "tourisme". La qualité des lieux touristiques, le développement des lieux touristiques, la géographicité des acteurs du tourisme (touristes, guides, entreprises, etc.) sont du*

ressort de l'approche géographique du tourisme» (MIT, 2002 : p.78). L'articulation entre les touristes et les lieux touristiques est mise en place à travers une mobilité touristique. L'analyse sur cette dernière, correspondant au « *fait de quitter son lieu de vie habituel afin d'aller habiter temporairement d'autres lieux* » (MIT, 2002 : pp.82), nous permet d'appréhender comment les touristes pratiquent les lieux touristiques. Cela nous décèle une notion fondamentale dans les études du système du tourisme de l'Equipe MIT (2002, 2005, 2011) : la pratique touristique. Dans la dimension de la géographie, la pratique est toujours associée à un lieu, et il existe toujours une adéquation entre la pratique et le lieu. La pratique implique toujours la qualité du lieu, qui, réciproquement, détermine la catégorie des pratiques (Li L., 2014).

Dans ce travail, notre regard sera porté en Chine où le tourisme est encore récent mais se développe en plein essor tout comme son expansion économique. Accusant un certain retard en contraste des sociétés occidentales, la Chine n'a pas connu les mêmes temporalités de l'évolution touristique considérée dans les pays occidentaux comme une des composantes de la révolution industrielle. L'avènement du tourisme en Chine, il y a à peine quarante ans, est étroitement lié au processus contemporain des réformes et d'ouverture initié par Deng Xiaoping, l'ancien président chinois. Pendant 40 ans, en connaissant une mutation dans tous les secteurs du développement économique, la Chine est devenue un acteur prédominant à la fois de l'économie et de la politique mondiale. Perçu comme un pilier du développement économique, l'industrie du tourisme n'est pas exclue. Au niveau international, selon la statistique de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme), en accueillant plus de 57 millions de touristes en 2015, la Chine est la quatrième destination touristique internationale et d'après les prévisions de l'OMT, la Chine passera en première destination touristique mondiale dans un proche futur avec plus de 200 millions de touristes par an. En ce qui concerne le tourisme intérieur, le nombre de touristes est plus gigantesque. « *Ils seraient 300 à 400 millions, soit l'équivalent du tiers du flux touristique mondial* » (Duhamel P., 2013 : p.65). Malgré le retard de la naissance du

tourisme, l'évolution du tourisme en Chine a suivi le même schéma que dans les pays occidentaux mais en un temps plus court : Elle a fait un passage d'un mode de délassement réservée aux cadres du Parti communiste et d'autres élites à une massification des touristes dans les hauts lieux touristiques comme Sanya (station balnéaire), Lushan et Huangshan (parc national fréquenté par les groupes), en passant par une démocratisation du tourisme dans le grand public. A mesure que le niveau de vie des Chinois avance, de plus en plus de temps est consacré au tourisme. Le tourisme de masse ne cesse de se diffuser en Chine et contribue au bonheur de chacun. (Weaver D.-B.; Oppermann M., 2000). Malgré la dominance du tourisme de masse dans l'ensemble des pratiques touristiques en Chine, les nouvelles formes du tourisme plus individualisées et plus spécialisées telles que l'écotourisme, le tourisme culturel, ainsi que le tourisme sportif sont observées et témoignent d'une nouvelle tendance du développement du tourisme en Chine.

Les études sur le tourisme en Chine sont inscrites aussi dans une faible épaisseur historique. Etant donné que la Chine est classée parmi le premier rang des destinations touristiques mondiales, les pratiques des touristes internationaux en Chine suscitent l'intérêt de beaucoup de chercheurs chinois : les touristes français en Chine (Li L., 2014), les touristes anglais en Chine (Su H., 2009), les touristes étrangers à Pékin (Wang X., 2008). Ces études se centrent sur la description des pratiques touristiques d'une certaine population à travers la prise de la connaissance sur leurs profils socio-démographiques, leurs demandes et préférences sur les lieux et les activités à pratiquer ainsi que les caractéristiques de leurs séjours. Au niveau national, les études sur le tourisme intérieur sont souvent motivées par un objectif de planification et d'aménagement (Taunay B., 2009). En tant qu'un outil important de développement socio-économique, le tourisme est étudié pour le but de la mise en valeur de son double utilité social et économique dans le développement local. La modernisation, l'urbanisation, la création des emplois ainsi que la croissance des retombées économiques, ces fruits issus de la mise en tourisme font l'objet de ces

recherches éventuellement servant l'aménagement et l'investissement touristique des autorités locales.

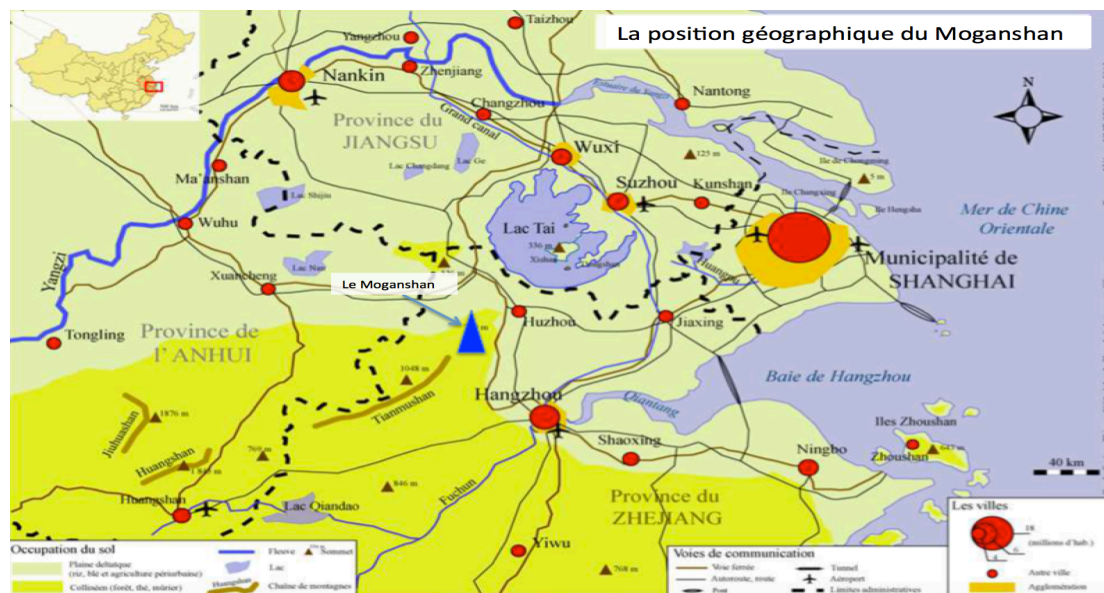
Au lieu d'étudier les répercussions socio-économiques occasionnées par le développement du tourisme dans les différents aspects de la société, ou de mesurer l'ampleur du tourisme au niveau national et international, notre intérêt de recherche sera porté au processus d'évolution du tourisme en Chine. A peine quarante ans depuis l'apparition du tourisme en Chine, les formes et pratiques touristiques ont connu une diversification et une multiplication d'un rythme beaucoup plus rapide que dans les pays occidentaux, ce qui a par conséquent donné la naissance à nombreux lieux touristiques d'une part et a aussi transformé les lieux existants au niveau de leurs fonctions et dimensions spatiales. Nous voulons mettre en lumière, à travers l'étude d'un terrain spécifique et un double approche socio-économique et géographique, quels sont les facteurs internes et externes du processus touristique du lieu touristique en Chine. L'application de l'approche socio-économique vise à connaître les facteurs externes, c'est-à-dire comment des évolutions d'ordre économique, politique et culturel participent à la création ou transformation des lieux touristiques à travers les influences produites sur les motivations et les pratiques des touristes. L'approche géographique tente d'analyser ce processus en le mettant dans le système touristique (acteur, lieu et pratique). Nous voulons d'abord examiner les rôles des acteurs (touriste, prestataire, les autorités locales) dans le processus touristique et d'autre part, comme le tourisme peut être perçu comme un système qui articule les pratiques touristiques aux espaces touristiques (Véron E., 2013), nous voulons mettre l'accent à l'influence de la transformation des formes du tourisme sur la typologie de touristes et la recomposition des espaces touristique dans notre terrain d'étude.

Un terrain de recherche

Le choix d'un terrain de recherche pertinent est un élément fondamental pour réaliser notre thèse. D'après le cadre de notre thématique, il nous faut choisir un

terrain qui nous permet non seulement d'examiner en arrière les transformations marquant l'histoire du développement touristique de la Chine, mais aussi de témoigner des nouvelles dynamiques touristiques révélant la tendance de l'évolution des formes du tourisme chinois. À partir de ce double critère, un lieu entre dans notre regard : le Moganshan. C'est un nom chinois représentant des sens divers. Il s'agit d'abord du nom d'une montagne située dans la province du Zhejiang (la carte 1) et dotée d'une abondance de paysages naturels et humains (surtout les patrimoines architecturaux). A base de laquelle, le parc national de Moganshan, ou la station touristique de Moganshan, a été établi en 1982 par le gouvernement. De plus, il y a aussi un bourg administratif du même nom situé au pied de la montagne. Dans notre cadre de recherche, le nom de Moganshan couvre l'ensemble de la zone d'étude qui intègrent non seulement le parc national et le bourg, mais aussi la région rurale à l'environ de la montagne connaissant des activités touristiques liées au parc national de Moganshan.

Figure 1. Position géographique de la zone d'étude



Élaborée à la base de la carte faite par Véron E. (2016,p.25)

Figure 2. Dimension spatiale de la zone d'étude



Élaboré par l'auteur

La zone d'étude s'étire à l'entour du parc national de Moganshan et sur des espaces montagneux de presque 40 km². Quatorze villages administratifs sont couverts et reliés par le réseau routier régional. Le choix de terrain d'étude n'est pas par hasard, mais résulte d'une réflexion sur l'ensemble des processus touristiques qui se sont déroulés dans notre terrain d'étude :

---- Un terrain permettant à retracer le premier processus touristique en Chine.

Le processus touristique en Chine n'a pas commencé au moment de l'émergence du tourisme. Comme le cas de Viêtnam étudié par Peyvel E. (2009), des activités du tourisme liées à la période coloniale ont créé les premiers lieux touristiques, la montagne de Moganshan en fait partie. La fréquentant en été pour le délasserment et la régénération, les colonisateurs occidentaux résidant à Shanghai ont créé une station estivale (*hill station*) dans la montagne en y construisant une centaine de villas comme résidence secondaire. Leur passage non seulement a marqué le début du processus touristique du Moganshan, mais aussi a laissé une abondance de patrimoines architecturaux (les constructions de style occidental : villa, église,

restaurant, poste, etc.) qui ont constitué une attractivité touristique essentielle pendant la période de la démocratisation du tourisme. De plus, les formes du tourisme menées par les colonisateurs ont eu en conséquence d'être prises par les premiers voyageurs chinois du Moganshan. L'épaisseur historique de ce dernier dans l'évolution du tourisme chinois nous permettra de mettre en lumière le processus de la création du lieu touristique à travers les pratiques des touristes.

---- Une destination témoignant de la massification du tourisme en Chine

Doté d'une richesse des ressources touristiques naturelles et humaines, la montagne de Moganshan a été ouverte au public depuis 1978 et a été qualifiée du statut de parc national en 1982 par le gouvernement chinois. A mesure que l'allongement du temps libre et la multiplication des moyens financiers dès le lancement des réformes par Deng Xiaoping, de plus en plus des Chinois ont participé au tourisme. Bénéficiant de la proximité des villes importantes d'émettrices du tourisme intérieur telles que Shanghai (224 kms), Hangzhou (75 kms) et Nankin (267 kms), le parc national de Moganshan a reçu depuis les années 1990 un flux touristique important principalement constitué des groupes organisés par les voyagistes de ces villes. Ces groupes ont été caractérisés par une standardisation du programme touristique et un bon rapport qualité-prix. Le parc national de Moganshan est donc devenu une destination du tourisme de masse. Nous sommes intéressés d'examiner le processus de la massification touristique qui représente actuellement une forme du tourisme majeur largement observée dans les hauts lieux touristiques chinois.

---- Un berceau concevant de nouvelles dynamiques touristiques

En 2012, parmi le classement intitulé «*The 45 places to go in 2012*¹ » par le *New York Times* dans sa rubrique voyage, Le Moganshan a été placé en 18^{ème} position, l'un des deux seuls sites chinois sélectionnés par ce célèbre journal états-unien (l'autre est

¹ « Les 45 sites à visiter en 2012 » traduction de l'auteur.

Lhassa, capitale du Tibet, en 9^e position). Le Moganshan a attiré le regard du monde non par son paysage naturel ni ses patrimoines architecturaux, mais par l'installation des nouveaux hébergements haut de gamme investis par les étrangers. Restaurés à la base des vieux bâtiments des paysans et avec l'intégration dans l'environnement naturel et social local, ces hébergements de formes diverses (gîte, éco-resort, hôtel, etc.) sont caractérisés par l'insertion des éléments exotiques aussi bien dans la conception de la décoration que des installations de services. Citons ici quelques exemples : le *Naked Stables*, investi par un Sud-africain, est un éco-resort de style africain doté des *top-tree* villas et des huttes de terre ; le *Passage de Monkan Shan* est l'initiative d'un Français qui a transformé l'ancien atelier de thé en un hôtel de vacances idyllique de style français. Ces hébergements ont été nommés « *Yangjiale* », un néologisme inspiré de l'expression chinoise « *Nongjiale* » largement diffusée dans l'ensemble du territoire chinois. Cette dernière correspond à « *une infrastructure devant accueillir des touristes (urbain) à la campagne. Le mot est construit avec trois termes. Le premier « nong » signifie rural, campagne, agricole. Le mot « jia » correspond à famille, foyer, maison. Enfin, le mot « le » renvoie à heureux, plaisir, joyeux mais aussi plaisir* » (Véron E., 2013). Dans notre cas de recherche, le mot « *nong* » est remplacé par « *yang* » qui signifie étranger, exotique en langue chinoise. La combinaison de ces trois mots « *Yangjiale* » peut se traduire en français « être heureux au foyer étranger ». Cela nous montre que le *Yangjiale* ne représente pas seulement un type d'hébergement touristique, le mot « *le* » met l'accent sur le séjour dans les *Yangjiale* qui rend heureux et joyeux aux clients. De diverses activités sont proposées par les *Yangjiale* : la randonnée pédestre ou à vélo, la découverte de la culture rurale (artisanat, architecture, manifestation culturelle, coutume), la cueillette des produits agricoles, les activités de loisirs en fonction des équipements de l'hébergement (spa, équitation, tir, jeux de table, etc.). Depuis son émergence, les hébergements de *Yangjiale* fleurissent rapidement à l'entour de la station de

Moganshan et effectuer un séjour dans le *Yangjiale* constitue un motif important des mobilités touristiques au Moganshan.

Illustration 1 : Le *Naked Stables* et le *Passage de Monkan Shan*



Photo par l'auteur

L'apparition et puis la prospérité du *Yangjiale* permettent à introduire une réflexion sur l'évolution des formes du tourisme au Moganshan. Vis-à-vis de la prédominance du tourisme de masse dans le parc national, nous pouvons constater les signes du post-fordisme inscrits à la fois dans les prestations de services du *Yangjiale* (une notion d'écologisme et de durabilité dans la conception de l'hébergement, un service individualisé et spécialisé correspond aux attentes des marchés de niche) et dans les pratiques de ses clients (une quête de l'authenticité, du calme, de l'autonomie et de la flexibilité). L'étude sur le rôle et le fonctionnement du *Yangjiale* comme un nouvel acteur dans le système touristique et ses corrélations avec les pratiques des touristes et les espaces du lieu, nous permettront d'examiner le poids de l'application du post-fordisme dans le processus touristique du Moganshan.

Plan de la thèse

Ce travail se constitue de 5 parties et chaque partie est organisée par des chapitres :

Dans la première partie, nous allons, après la présentation du sujet et du terrain de travail, émettre les problématiques et hypothèses qui constituent le noyau de la thèse et nous orienteront durant tout le temps de notre travail.

La deuxième partie est consacrée à la présentation de la méthodologie que nous allons employer durant notre travail. un choix correct des méthodes de recherche nous permettra d'obtenir les résultats plus pertinents et logiques.

La troisième partie, composée de trois chapitres, proposera d'abord un état de l'art sur le concept et la théorie que nous allons déployer dans la recherche. Un chapitre sera consacré à un éclairage sur le mécanisme du fordisme et le processus de la transformation du fordisme au post-fordisme dans l'industrie automobile. Cela constituera la base fondamentale pour évaluer l'évolution des formes du tourisme. Le deuxième chapitre tentera à clarifier la définition du tourisme et des éléments clés dans le système touristique. Ce chapitre sera complété par l'élucidation de l'évolution du tourisme dans les pays occidentaux. Le dernier chapitre visera à revoir l'histoire du développement du tourisme en Chine.

La deuxième partie, composée de quatre chapitres, étalera le processus du tourisme du Moganshan depuis la première mise en tourisme par les colonisateurs occidentaux. Nous allons analyser comment la dimension spatiale et les fonctions du Moganshan ont été transformées en tant qu'un lieu touristique sous les différents contextes socio-économiques et fréquenté par des différents types de touristes. Nous allons dans le dernier chapitre mesurer le processus touristique le plus récent marqué par la mise en jeu de nouvelles dynamiques touristiques.

La troisième partie visera à analyser les résultats issus de l'enquête par questionnaire lancée parmi les touristes au Moganshan. A travers la mise en lumière de leurs profils sociaux, de leurs caractéristiques du voyage ainsi que leurs pratiques, nous serons capables de vérifier notre hypothèse si le tourisme post-fordiste a pris forme et comment il influence le processus touristique au Moganshan.

Ce travail sera terminé par une conclusion générale dans laquelle, nous essayons de revoir le chemin de recherche que nous avons parcouru dans le but de vérifier la pertinence et l'exactitude de notre travail d'une part, et de trouver des faiblesses et inconvénients de la recherche d'autre part. Enfin, nous proposerons de nouvelles réflexions issues des résultats obtenus de ce travail.

PARTIE 1 PROBLEMATIQUES ET HYPOTHESES

Ce travail est consacré au questionnement du processus touristique et les interrelations entre le contexte socio-économique, les acteurs, leurs pratiques et les espaces pratiqués. C'est un sujet passionnant beaucoup de chercheurs occidentaux après la tombée en crise du tourisme de masse dans les pays occidentaux après *les Trente glorieuses*. Ils ont voulu mettre en évidence les causes socio-économiques de la crise du tourisme de masse et l'influence de l'évolution des formes du tourisme pratiquées par les touristes sur les lieux touristiques. Etant donné que ce travail porte l'intérêt au tourisme en Chine, nous allons émettre nos hypothèses à partir de trois problématiques :

1. Comment l'évolution du tourisme se déroule au Moganshan ?

Hypothèse : Le tourisme au Moganshan a évolué dans une phase caractérisée par l'apparition du post-fordisme à la fois dans les formes de la production et celles de la consommation touristique.

2. Comment l'évolution du tourisme influence le processus touristique au Moganshan ?

Hypothèse : La diffusion des formes du tourisme post-fordiste participe vivement à la recomposition et à la création des espaces touristiques du Moganshan.

3. Quel est le rôle et la fonction du *Yangjiale* dans l'évolution du tourisme au Moganshan ?

Hypothèse : Le *Yangjiale* joue un rôle de support fondamental de la diffusion du tourisme post-fordiste au Moganshan.

PARTIE 2 CHEMINEMENT METHODOLOGIQUE

L'exploration de ces questionnements sur le processus touristique au Moganshan est commencée par le cadrage du champ théorique. Une lecture sur les théories du tourisme, surtout celles de l'équipe de MIT et celle sur l'évolution du mode de production industrielle (du taylorisme au toyotisme en passant par le fordisme) nous servent à la construction de la base de la recherche. Une étude à la fois sur l'évolution historique du Moganshan comme lieu touristique et celle de l'industrie du tourisme en Chine sera aussi effectuée pour connaître les contextes historiques et socio-économiques du processus touristiques au Moganshan.

Ensuite, un ensemble de méthodes à la fois quantitatives et qualitatives sera déployé pour mettre à l'épreuve de nos hypothèses. Vu que notre but d'études consiste à dévoiler d'une façon concrète et générale les pratiques des touristes au Moganshan, il nous convient d'appliquer une enquête par questionnaire auprès les touristes qui voyagent au Moganshan. Cela a pour le but de mettre en évidence quantitativement leurs profils, leurs motivations, leurs pratiques touristiques ainsi que leurs espaces pratiqués par le biais de la mise en analyse des données recueillies. Cette méthode quantitative nous permet aussi de vérifier la généralité des résultats de l'enquête. L'application de cette méthode sera commencée par la conception du questionnaire. Pour ce faire, nous devons nous référer à plusieurs recherches sur les pratiques des touristes pour rendre compte les questions typiques et la manière d'élaborer les questions dans ce contexte spécifique, de l'autre côté, nous allons nous rendre au terrain d'études pour effectuer des entretiens et discussions avec les touristes, les acteurs touristiques ainsi que les locaux qui pourront éventuellement enrichir nos idées sur la conception du questionnaire. Une fois le questionnaire élaboré, nous pensons à lancer dans le terrain une pré-enquête auprès des touristes pour tester son efficacité et sa pertinence. Tout au long de l'élaboration du questionnaire, nous avons aussi demandé l'avis des spécialistes chercheurs pour ajuster et compléter le contenu du questionnaire. Après avoir recueilli toutes les

données, une analyse des résultats du questionnaire sera appliquée avec l'aide du logiciel de traitement des données.

A part une enquête par le questionnaire, Des entretiens et discussions exploratoires seront effectués auprès des prestataires de services touristiques et des acteurs politiques de l'aménagement. Ceux avec des prestataires de services touristiques, surtout du *Yangjiale* nous permettront d'une part de vérifier notre hypothèse sur leur rôle comme un support fondamental de la diffusion du tourisme post-fordiste au Moganshan, d'autre part, de mettre en lumière comment ils ont influencé le processus du développement touristique de notre terrain d'études. Les entretiens avec les acteurs politiques de l'aménagement, par exemple, le Bureau de management du Moganshan, le Bureau du tourisme de Deqing, etc., nous permettront de connaître, d'une vision plus générale, comment la forme du tourisme post-fordisme est diffusée dans l'ensemble de la région par l'intervention des autorités.

En certes, l'études du terrains seront aussi complétées par l'observation participante ou non qui servent à constater à la fois les comportements des touristes, les activités des prestataires ainsi que les espaces concernés. L'observation participante, il s'agit principalement de se loger dans des gîtes ruraux des formes différentes et puis d'observer les activités touristiques pratiquées par leurs clients. En même temps, nous sommes aussi capables de constater comment les établissements fonctionnent en fonction de leurs offres touristiques. Alors que l'observation non participante, pour le but de connaître les comportements des touristes organisés et individuels, sera lancée auprès des sites touristiques.

Comme ce que Jean-Pierre Olivier de Sardan a dit, *L'enquête de terrain, ou enquête ethnographique, ou enquête socioanthropologique, repose très schématiquement sur la combinaison de quatre grandes formes de production de données : l'observation participante, l'entretien, les procédés de recension et la collecte de sources écrites*, (Jean-Pierre Olivier de Sardan, 1995), les choix corrects

des outils de recherche nous permettent de faciliter la recherche et aussi de nous rendre les résultats plus pertinents et objectifs.

PARTIE 3 LE TOURISME, PRODUIT DE LA REVOLUTION SOCIO-ECONOMIQUE

Introduction de la partie 3

Né dans le *grand tour* des jeunes aristocrates britanniques au 17^e siècle, le tourisme est un produit de la révolution industrielle. Chaque phase de son évolution est étroitement liée au développement socio-économique de la société. Cela est le cas dans les pays occidentaux et étudié par de nombreux chercheurs (Urry J., 1995; Vanhove N., 1997; Williams M. et Shaw E., 1998 ; Cuvelier P., 1998). Par une approche économique, les activités pratiquées dans le champ du tourisme peuvent être catégorisées en deux types : production et consommation, car « *C'est un secteur qui produit des biens et services faisant l'objet d'une offre de la part de certains acteurs de la vie économique et d'une demande qui émane des consommateurs (les touristes)* » (Cuvelier P., 1998 : pp.34). Le secteur du tourisme dans les pays occidentaux a connu une évolution des modes de production et de consommation, c'est-à-dire du tourisme élitiste au tourisme post-fordiste, en passant par le tourisme de masse (fordiste). La transformation du fordisme au post-fordisme a marqué la révolution industrielle de la deuxième moitié du 19^e siècle au 20^e siècle.

Par une approche géographique, le tourisme évolue comme un système dynamique avec le temps et l'espace. Ce système fonctionne à base de trois éléments essentiels : les acteurs, les lieux hors de la vie habituelle et les pratiques. Les lieux et les acteurs sont mis en articulation par les pratiques des acteurs. L'étude sur ces trois éléments-clés et leurs liens nous permettent d'appréhender les dynamiques internes de l'évolution du processus touristique.

Cette partie, visant à un état de l'art des concepts utilisés et du développement du tourisme en Chine, est composée de trois chapitres :

Le premier chapitre propose un éclairage sur le mécanisme du fordisme et le processus de la transformation du fordisme au post-fordisme dans l'industrie

automobile. Cela nous permet de comprendre en profondeur les mutations des modes de production et de consommation se produisant dans l'industrie du tourisme.

Le deuxième chapitre est consacré à un état de l'art sur le tourisme. Nous essayons à définir le tourisme et les trois éléments (acteurs, lieux, pratiques) à la base du travail des autres chercheurs. Comme Boyer M.(1972) a déclaré dans son ouvrage intitulé « Le Tourisme » : « *Pour qui veut écrire sur le tourisme, le plus difficile est de le définir. Il faut pourtant convenir que c'est indispensable* ».

Le troisième chapitre s'attaque à l'évolution du tourisme en Chine. En tant qu'un phénomène dont l'ampleur est récente mais les origines sont anciennes en Chine, le tourisme constitue non seulement un secteur important de l'économie chinoise, mais aussi un mode de l'occupation du temps libre prédominant dans la société chinoise. Nous voulons connaître comment il est né et évolue avec le développement socio-économique de la société chinoise. Cela nous permet aussi de mieux comprendre de nouvelles dynamiques apparues dans notre terrain d'étude.

Chapitre 1 L'évolution du mode de la production et de la consommation, du fordisme vers le post-fordisme

Introduction

Le fordisme, initié et mis en œuvre par Henry Ford, fondateur de la société automobile du même nom, est un mode de l'organisation du travail et du développement de l'entreprise qui a connu un succès majeur au 20^e siècle. Sa diffusion et son application dans les pays développés, notamment aux Etats-Unis, ont contribué de façon très significative à la croissance économique des *Trente Glorieuses* (1945-1975). (Rodrigue J-P., 2000). Le concept du fordisme, initialement utilisé dans l'industrie automobile, est largement répandu en termes de champs d'application. De la production fordiste à la consommation fordiste, en passant par le régime d'accumulation fordiste (Boyer R.,1998), même dans l'univers du tourisme, Pascal Cuvelier l'a emprunté dans son œuvre « *Anciennes et nouvelles formes de tourisme* » pour aborder le tourisme de masse par une approche socio-économique en le considérant comme un type de tourisme dit «fordiste». Malgré la crise du fordisme et l'effondrement dans les années 1970, les économistes n'ont pas cessé de l'employer en ajoutant les préfixes tels que « post- » ou « néo- » (Bélanger P-R., Benoît L., 1994) pour décrire les nouveaux phénomènes économiques, par exemple le toyotisme, une méthode d'organisation de travail caractérisée par une flexibilité dans la production. Il est baptisé post-fordisme et considéré comme le substitut du fordisme (Boyer R., 1989). D'un point de vue chronologique, l'évolution industrielle de la deuxième moitié du 19^e siècle au 20^e siècle peut être divisée en deux période : l'ère fordiste et l'ère post-fordiste, par l'émergence de la crise du fordisme en 1975, la même année marquée par la fin des *Trente Glorieuses*. Dans le cadre de notre recherche, le concept de fordisme, constituant partiellement notre base théorique, sert à expliquer les causes socio-économiques de l'évolution des pratiques touristiques se déroulant de l'ère fordiste à post-fordiste, étant donné que le tourisme tient un lien étroit avec le

développement économique. Dans cette optique, nous allons tout à bord retracer l'histoire du fordisme.

1-1. le Taylorisme, prédécesseur du fordisme ?

Dans le but d'augmenter la productivité et de faciliter la gestion de l'entreprise, les principes du fordisme repose sur la rationalisation poussée du travail avec une parcellisation des tâches et une séparation du travail de conception et d'exécution (Rodrigue, J-P., 2000), ce que l'on appelle l'organisation scientifique du travail (O.S.T). Or, Henry Ford n'est pas le concepteur, mais le continuateur de cette méthode largement développée au fils du temps. L'idée de O.S.T est initialement basée sur celle de « La division du travail » formée par Adam Smith et présentée dans son œuvre « *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* », dans lequel, Adam a révélé que « *en évitant les pertes de temps en déplacement, la division du travail a pour effet de favoriser la productivité (production / nombre de salariés ou par heure de travail) par le biais d'une hausse de l'habilité et celle de la rapidité* ». Rapidement diffusée dans le secteur industriel, cette théorie a été mise en application par de nombreuses personnalités telles que Frédéric Japy, William Leffingwell, Henri Fayol, etc., qui l'ont en même temps développée dans leurs propres systèmes de production. Parmi ces personnalités, il en y avait une qui a largement concrétisé cette théorie en la décrivant systématiquement dans son livre intitulé « *Principes de la direction scientifique des entreprises* » (Taylor F-W., 1911). Depuis lors, l'idée d'O.S.T a été baptisée du nom Taylorisme.

Frederick Winslow Taylor (1856-1915), ingénieur américain qui a dirigé, à cette époque-là, un atelier dans une usine métallurgique. En tant qu'ingénieur, il se retrouvait confronté à ce qu'il appelle la « *flânerie systématique* » (Poujot M., 1998 :p.49) de ses subordonnés, pratique qui consiste à travailler lentement pour s'épargner d'accomplir une journée de travail « normale ». Selon Taylor, Cette flânerie n'était pas issue de la psychologie personnelle, mais due à un système

d'organisation du travail inefficace permettant aux ouvriers de choisir leurs propres rythmes de travail, ce qui freine, par conséquent, l'augmentation de la productivité.

Dans le but d'éliminer la flânerie systématique au sein de l'atelier, inspiré de l'idée de O.S.T reposant sur le principe « la division du travail », Taylor l'a développée en proposant une double division du travail :

1. La division verticale, reposant sur une séparation complète de la conception de l'exécution du travail. Plus concrètement, les ingénieurs pensent le travail et les ouvriers doivent l'exécuter conformément aux instructions et à la formation que les premiers leur fournissent (Blancheton B., 2012). Les avantages de la séparation s'avèrent visibles : d'une part, elle a abouti à concentrer les compétences intellectuelles dans un « bureau d'organisation et méthodes » pour optimiser le travail d'une logique rationnelle, d'autre part, les ouvriers déqualifiés ont été insérés dans un réseau de contraintes qui ne leur laisse pour seul choix que la répétition du travail distribué par les concepteurs de système. Cette division verticale, provoquant une bipolarisation des qualifications et du travail, a formé deux classes sociales au sein de l'entreprise : les « cols blancs », les ingénieurs, et les « cols bleus », les exécutants y compris les ouvriers, les surveillants, ainsi que les opérateurs de saisie (Dagut J-L., 2006).
2. La division horizontale, c'est à dire la parcellisation des tâches. Au sein de l'atelier, le processus de production est découpé en plusieurs tâches simples et répétitives confiées chacune à un ouvrier spécialisé. En chronométrant les gestes des ouvriers, Toyler a essayé de réduire les temps inutiles et de définir le temps minimum pour finir une tâche. De plus, dans le but de motiver les ouvriers de s'engager à leur travail,

Taylor leur a donné chacun un salaire individualisé lié à son rendement.

D'après Taylor, la réalisation de la production de masse est conditionnée d'un minimum d'organisation et de discipline dans l'atelier de production (Taylor F-W., 1911). Inspiré des principes de l'idée O.S.T, en associant sa propre expérience professionnelle (une dizaine d'années dans le secteur industriel), Taylor a trouvé la meilleure façon d'organiser le travail afin d'augmenter la productivité. En outre, les salaires des ouvriers ont connu une croissance due à celle des gains de productivité, alors que le volume de main d'œuvre a été réduit suite à une montée de rendement individuel.

Tableau 1. Les grands principes du taylorisme

Principes	Définition	Conséquence
Division horizontale du travail	Parcellisation des tâches et études des temps de travail (<i>the one best way</i>)	Réduction des pertes de temps en évitant aux ouvriers de se déplacer pour réaliser plusieurs tâches et en contrôlant les temps d'exécution
Division verticale du travail	Distinction entre exécutants et concepteurs (<i>the right man on the right place</i>)	Optimisation du temps de travail pour chacun
Système de salaire au rendement	Introduction de primes de productivité	Motivation des ouvriers
Système de contrôle de travail	Mise en place de contremaîtres chargés de contrôler le travail.	Diminution des temps morts et des défauts de qualité

Elaboré par l'auteur

En concluant ces principes, nous pouvons être capables de repérer le lien entre le fordisme et le taylorisme. Ce dernier, largement et concrètement développant la théorie de O.S.T, a en effet formé un modèle praticable au Henry Ford qui l'a mis ensuite en application dans son usine automobile. La parcellisation des tâches initiée par Toyler est l'origine de la chaîne de montage s'inscrivant dans les principes du fordisme ; la mise en place de primes de productivité a pour effet d'inspirer Ford d'augmenter considérablement les salaires (cinq dollars par jour) des ouvriers afin de renforcer leur fidélisation. D'un point de vue plus général, les méthodes tayloriennes, contribuant à la montée de la productivité, proposent au Ford un cadre solide de réaliser une production en grande série et de former une économie d'échelle (Hourcade J-C., 1985). Certes, dans l'histoire de l'évolution industrielle, le fordisme, donnant naissance à la fois à la production de masse et la consommation de masse, a provoqué une influence beaucoup plus profonde que le taylorisme tant au niveau économique que social. Cependant, le fordisme n'aurait pas pu connaître un tel succès sans contribution du taylorisme. De ce fait, nous pouvons parvenir à la conclusion que le fordisme constitue un achèvement du taylorisme avec ses propres spécificités.

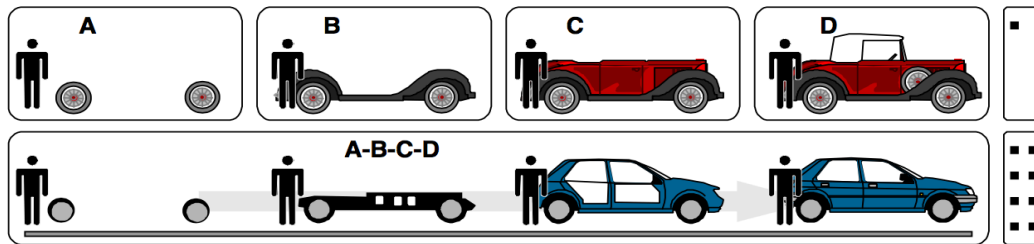
1-2. Le fordisme, créateur de l'ère « masse » ?

Au début du 20^e siècle, en tant que créateur de l'entreprise automobile du même nom, Henry Ford est confronté à un taux élevé d'« absentéisme » et de roulement (*turn-over*) au sein de son usine, qui freinent considérablement la croissance de la productivité. De ce fait, Ford a inventé ses propres méthodes d'organisation de travail reposant sur les principes du taylorisme.

En premier lieu, inspiré par la parcellisation des tâches préconisée par Tayler, Ford a installé dans son usine de fabrication les chaînes de montage. Ce dernier est réalisé par l'introduction du convoyeur mécanique permettant aux ouvriers, en répétant inlassablement les mêmes gestes, d'éviter les déplacements coûteux en temps. Cette méthode est d'autant plus efficace que l'assemblage de voiture est un processus

complexe exigeant de nombreuses tâches différentes. La parcellisation et la spécialisation des tâches ont pour effet de simplifier les gestes et d'éviter les défauts au cours de la production. Jean-Paul Rodrigue a justifié l'avantage du travail à la chaîne dans son œuvre :

Figure 3. Gains de productivité sur une chaîne de montage



Elaboré par Rodrigue J-P (2000, p.68)

« Sur cet exemple, sans division du travail un ouvrier peut produire une unité pour une journée de travail. En effet, il doit réaliser chacune des étapes de l'assemblage d'un bien symbolisé ici par une automobile. Avec une division du travail le long d'une chaîne de montage, quatre ouvriers arrivent à produire huit unités par jour, soit un niveau de productivité deux fois plus élevé. La loi des rendements décroissants change avec une technologie industrielle qui supporte dans ce cas, quatre fois plus de main d'œuvre pour deux fois moins cher par unité. » (Rodrigue J-P., 2000 : pp.68)

La deuxième initiative du fordisme réside dans la standardisation de la production qui débouche sur la production en grandes séries à l'aide de pièces interchangeables. Comme ce que Ford a préconisé : « *You can have your car in any colour you want, as long as it's black* »². La standardisation, tant au terme de segment de produit que de tâche de production, a largement réduit les coûts de production et a pour conséquence de baisser le prix de vente (Ford Modèle T dont le prix est abordable au public, marque la première production en grande série dans l'industrie automobile).

² « *Tout le monde aura une voiture de la couleur qu'il souhaite pourvu qu'elle soit noire* », traduction de l'auteur.

Une autre mesure, appliquée par Ford dans son usine, consiste à élever de façon considérable les salaires des ouvriers, de 2-3 à 5 dollars par jour (*5 dollars a day*), alors qu'à ce temps-là (en 1914), les concurrents du secteur automobile payent moitié moins. Keith Sward a décrit, dans son livre « *The Legend of Henry Ford* » (1968 : pp.48-49), la situation à laquelle Ford était confrontée avant l'introduction de la fameuse « Journée à cinq dollars » : « *Beaucoup d'ouvriers de Ford commencèrent à le quitter dès 1910. Avec l'avènement de la chaîne de montage, les effectifs s'effondrèrent littéralement. La société se retrouva dans une situation où il devenait presque impossible de conserver, et a fortiori d'accroître, ses effectifs. Ford admit plus tard que les innovations révolutionnaires qu'il développait au sein de son entreprise furent à l'origine de la plus grande crise ouvrière qu'il ait connue dans sa carrière* ». Une autre crise vient de la montée de la pression syndicalisme avec le développement du mouvement « *Industrial Worker of the World* ». Dans le but de calmer et retenir ses salariés éprouvés par la dureté du travail à la chaîne et, en même temps, de recruter davantage d'ouvriers, Ford a mis en place la politique de rémunération « 5 dollars par jour » qui a, dans un premier temps, rapidement réduit la fuite et la démission des ouvriers. Gagnant deux fois de plus que les homologues, les ouvriers étaient désormais soucieux de conserver leur travail. Malgré une hausse de la paye élevant le coût de la production, la croissance de la productivité, due à la stabilité des main- d'œuvres ainsi qu'à l'extension des lignes de production, a permis de générer un surplus considérable. « *L'instauration des cinq dollars par journée de huit heures fut l'une des mesures les plus performantes que nous ayons adoptées en termes de réduction de nos coûts* », a écrit Ford dans son autobiographie.

Tableau 2. Les principes du Fordisme

Mesures	Définitions	Conséquence
La mise en place de la chaîne d'assemblage	Renforcement de la division du travail verticale	Elimination des temps inutiles et la hausse de la productivité
La standardisation des biens de production	Réalisation d'une production en grande série due à des pièces et le processus standardisée	Baisse du coût de production et réalisation d'économies d'échelle
Le principe du <i>five dollars a day</i>	Augmentation des salaires des ouvriers à 5 dollars par jour	Stabilisation du taux de roulement (turn over), la montée du pouvoir d'achat

Elaboré par l'auteur

Inspiré par les principes du taylorisme, Ford a inventé son propre système d'organisation du travail et l'a mis en place dans son usine de fabrication. Cependant, son impact provoqué ne s'y est pas limité. Le fordisme n'est pas seulement un terme désignant les méthodes de production, mais aussi emprunté par les économistes régulationnistes pour décrire « *le compromis économique et social vertueux* » pendant les *Trente Glorieuses* (Boyer R., 1987). Dans cette optique, le sens du fordisme est largement enrichi au point que la croissance importante qu'ont connue les pays développés pendant les *Trente Glorieuses* s'est traduite par une « croissance fordiste » à l'origine d'une production en grande série et d'une consommation de masse. (Marc M., Dominique C., 2005). Les contributions de Ford reposent principalement sur deux aspects :

En premier lieu, l'instauration du travail à la chaîne, ainsi que de la standardisation des biens et produits permettent à multiplier énormément la productivité et ainsi à réaliser une production en grande série, ce que l'on appelle une

production de masse, caractérisée par la réalisation d'une grande quantité de produits identiques. Les gains générés par le biais de la hausse de la productivité accompagnée d'une baisse de coût de production rendent l'usine possible d'élargir son plan de production. La naissance de la Ford T en 1908 a marqué le début de l'ère de la grande série du monde industriel (Brinkley D., 2003). L'assemblage sur la chaîne avec les pièces complètement interchangeables d'un exemplaire à l'autre, permet à l'usine de produire une voiture en 93 minutes en 1914 où, neuf voitures sur dix circulant dans le monde entier sont sorties de l'atelier Ford. La Ford T fut donc symbole des produits standardisés issus de la production de masse.

Cependant, les gains de productivité n'auraient pas réalisés sans des débouchés pour la production de masse. Dans cette optique, la création d'une consommation de masse s'avère importante pour la durabilité de la production. Dans le plan économique de Ford, il a déjà réservé une place importante pour la réalisation d'une consommation de masse à quoi la production de masse était destinée. D'une part, la baisse du coût de production a eu pour effet de baisser le prix de vente qui était de plus en plus abordable au public. *« La voiture fut initialement proposée à un prix de 850 dollars, alors que peu de modèles étaient disponibles à moins de 2 000. Vers la fin des années 1920, le prix était tombé à 300 dollars (ce qui, en tenant compte de l'inflation, équivaut à environ 3 300 dollars actuels) en raison des économies d'échelle et du perfectionnement de la chaîne de production »* (Boyer R., Freyssenet M., 1999 :p.34). Grâce à Ford, l'automobile ne faisait plus partie des biens de consommation de luxe, mais est devenu un moyen de transport commun et identique d'un consommateur à l'autre.

Une autre contribution à la consommation de masse vient de la hausse du pouvoir d'achat des consommateurs. La générosité de Ford (5 dollars par jour), d'une part servant à récompenser les salariés éprouvés du travail pénible à la chaîne, a pour effet de fournir aux travailleurs un revenu suffisant pour consommer les produits qu'ils ont eux-mêmes fabriqués. Une hausse de la productivité et de la production est

assurée par celle de consommation, parallèlement, une baisse de coût et une hausse des salaires, entraînée par l'augmentation de la productivité, vont davantage favoriser la consommation de masse. De ce fait, une apparente croissance des *Trente Glorieuses*, parfois qualifiée de « cercle vertueux de la croissance fordiste » (Baccaïni B., Thomas G., Khiati A., 2006), est créée. Le fordisme, rapidement répandu dans tous les secteurs industriels après les guerres, a transformé de façon profonde les modes de vie des citoyens : l'allègement des tâches domestiques dû à l'apparition des équipements électroménagers, le développement de la civilisation de l'automobile, des moyens de communication de masse, l'usage divers du temps libre, etc. Dans cette optique, le fordisme ne doit pas simplement être considéré comme un système de production de masse, mais un nouveau mode de vie de masse marquant la deuxième moitié du 20^e siècle.

1-3. Le déclin du fordisme, une tendance incontournable ?

Le fordisme a connu un tel succès entre la fin de la Deuxième guerre mondiale (1945) et le premier choc pétrolier (1973-1974), ce que l'on appelle Les *Trente Glorieuses*³ ou « l'âge d'or du fordisme » (Lefranc C., 2010) qui décrit une période de croissance économique formidable pour l'ensemble des pays industrialisés et pour certains pays en voie de développement. Prenons l'exemple de France : « *la productivité du travail augmente de 5,1% en moyenne par an, entre 1950 et 1973, les gains de productivité permettent par conséquent une augmentation des profits et des salaires (le salaire réel moyen augmente de 130% pendant la même période), qui conduit par la suite à des augmentations considérables de l'investissement et de la demande et donc à une forte croissance économique (le PIB augmente en moyenne, en France, entre 1950 et 1973 de 5,1% par an comme la productivité)* » (Dominique M., 2005 :p.299).

³ De 1945 à 1975.

A part le fonctionnement du système de fordisme comme un moteur interne, cette croissance permanente est aussi assurée par deux facteurs externes :

1. La stabilité politico-économique pendant cette période dans les pays industrialisés, qui centrent tous les efforts à la revitalisation de l'économie nationale.
2. L'intervention étatique dans l'économie avec les divers programmes sociaux incluant l'éducation, la santé, le chômage, ainsi que le régime de pensions (l'Etat-providence), dans le but d'apaiser les conflits sociaux provoqués par les contestations ouvrières contre la pénibilité du travail à la chaîne.

La pérennité du système fordiste a cependant été contrariée par les causes qui ont, initialement, donné naissance à sa prospérité notable. « *Tout système économique, aussi performant soit-il, a un ensemble de paramètres qui le déstabilise et qui éventuellement forceront son obsolescence* » (Rodrigue J-P, 2000 : pp.35).

La crise du fordisme peut, en premier lieu, s'expliquer par celle du travail et de la productivité. Malgré la hausse des salaires permettant une augmentation de la condition de vie, la nouvelle génération des ouvriers, de plus en plus scolarisée, conteste sans cesse la pénibilité des conditions de travail caractérisée par les tâches répétitives et peu valorisantes. Leur mécontentement se traduit par de diverses formes de résistance du travail telles que l'absentéisme, les sabotages sur la chaîne de production, les mouvements de grève organisés par les syndicats. Ces phénomènes conduisent pour conséquence à une baisse des gains de productivité, une montée de conflits et des arrêts de travail. De ce fait, le compris salarial fordiste s'avère difficile à se reproduire.

S'ajoute encore à cette crise celle de la rigidité de l'organisation du travail. La forte hiérarchie imposée par le taylorisme et le système de standardisation rend la production rigide (Boyer R., 1998), alors que le marché devient de plus en plus flexible pour répondre aux demandes des consommateurs de plus en plus exigeants,

tant en qualité qu'en variété. Le système fordiste, reposant sur la production de masse de produits standardisés, s'avère à l'encontre à la tendance de l'évolution du marché.

L'entrée en jeu des nouveaux concurrents (Japon, les dragons asiatiques) capables de réaliser les productions plus flexibles avec les coûts moins importants, a pour effet d'accélérer le déclin du fordisme. Dirigés par le nouveau modèle de l'organisation de travail dénommé « Toyotisme », les entreprises asiatiques disposent plus de flexibilité lors de la production, et sont donc capables de répondre aux besoins diversifiés des consommateurs. Grâce aussi à la mondialisation, ces nouveaux pouvoirs peuvent entrer en concurrence avec l'industrie fordiste, et ensuite marquent l'évolution industrielle des années 1980.

1-4. Le toyotisme, marqueur chronologique d'un passage du fordisme vers le post-fordisme ?

La crise à laquelle est confronté le fordisme à la fin des années 1960 implique son inadaptation en termes de régime de production à l'évolution du marché. La période glorieuse du fordisme prend fin avec la succession d'un nouveau modèle permettant aux entreprises de réagir mieux à la mutation de l'économie mondiale. Ce nouveau modèle de production, né au Japon dans les années 1950 dans les usines Toyota (d'où le terme toyotisme souvent utilisé pour définir la production flexible), se diffuse graduellement du Japon aux pays occidentaux accompagné de l'apparition de la crise du fordisme à partir de 1974, l'année marquée par le premier choc pétrolier (Coriat B., 1991). Les principes du toyotisme, à l'inverse de ceux du fordisme, considéré non seulement comme une méthode d'organisation de travail au sein des usines, mais aussi comme un modèle de la croissance macro-économique ainsi qu'une méthode sociale de régulation économique (Jossep B., 1992), fait l'objet de nombreuses recherches essayant de théoriser les solutions à la crise.

Le fonctionnement du toyotisme repose principalement sur deux principes:

1. Le « *Kanzen* », dont la traduction courante est « amélioration continue », est une méthode d'organisation de travail reposant sur les performances des équipes du travail le long d'une chaîne de production. Pas comme le fordisme dont la réalisation des gains de productivité est conditionnée d'une chaîne d'assemblage efficace composée des ouvriers disposant chacun d'un poste fixé en exerçant les gestes répétitifs, dans le système de toyotisme, un poste de production est souvent occupé par une équipe multidisciplinaire regroupant ouvriers, ingénieurs, techniciens, designers, ainsi que les gens du marketing et de la distribution (Barrio J., 1996), ce qui permet de former une équipe polyvalente et chacun apporte sa contribution de sa discipline maîtrisée. C'est la première fois que l'idée de « travail de groupe » est intégrée dans l'organisation du travail. « *Les accords de collaboration et sous-traitance se multiplient pour augmenter la qualité et la variété des produits offerts* » (Boyer R., 1998). En atténuant les lourdeurs hiérarchiques, le *Kanzen* accorde une certaine autonomie à chaque groupe qui assume dès lors la responsabilité de son propre poste. L'augmentation de la productivité est donc assurée par une forte implication des travailleurs. Citons un exemple issu de l'étude de Womack, Jones et Roos, pour justifier l'avantage du *Kanzen*. Dans le système de production du toyotisme, chaque équipe est capable de maintenir et réparer les machines par elle-même, alors que dans les usines fordistes, il faut faire appel aux techniciens extérieurs.

« Dans une usine de production automobile américaine, le taux de disponibilité des machines ne dépasse pas 50%, alors que dans une usine de Toyota, plus de 80% de machines fonctionnent en permanence ».(Womack J., Jones D., Roos,D., 1991)

Reposant sur les petites améliorations quotidiennes et constantes, le but principal de *Kanzen* consiste d'une part à éliminer les tâches ne générant pas la valeur ajoutée, telles que la surproduction suite par le sur-stockage, d'autre part à créer un système où la fourniture et la production se déroulent en petite quantité et de façon continue.

Une autre initiative importante du toyotisme réside dans le principe «juste à temps » qui peut se traduire par la logique que la production sera lancée au moment où la demande est formulée. Cela ne nécessite plus, contrairement au fonctionnement du fordisme, un stockage des matières et pièces redondant selon une anticipation de la demande. La réalisation de «juste à temps » repose principalement sur « cinq zéros » :

1. **Zéro stock** : vu le coût élevé du stockage généré par l'utilisation de l'entrepôt et les charges de conservation, il faut réduire l'entreposage au minimum. Les pièces ou les matières premières seront commandées dès la réception de la demande de production. Cette mesure a pour effet d'éviter un gaspillage et une surproduction.
2. **Zéro panne** : le taux élevé de disponibilité des machines doit être assuré à la fois par un entretien régulier et rigoureux et par un investissement des machines hautement fiables.
3. **Zéro défaut** : pas comme dans le fordisme où la quantité contribue à créer une économie d'échelle, selon le toyotisme, la priorité est désormais donnée à la qualité des produits. La garantie de la qualité permet, d'une part, de limiter les coûts du service après-vente (réparation, entretien, remboursement), d'autre part, augmenter la satisfaction des clients et renforcer donc leurs fidélités.
4. **Zéro délai** : il s'adapte au principe « juste à temps » qui exige un produit fait quasiment à la demande. Il s'agit d'un contrôle du délai de l'attente des clients.
5. **Zéro papier** : cela implique la diminution de la hiérarchie entre les concepteurs et les ouvriers, ainsi que la suppression de la paperasserie dans le bureau.

Basé sur ces deux principes, le système productif du toyotisme est capable de répondre aux besoins d'un marché diversifié et individualisé, tout en minimalisant à la fois les risques d'une baisse de productivité et d'une surproduction. En outre, nous pouvons aussi remarquer dans le toyotisme une importance portée à l'innovation des technologies, telles que la robotisation des ateliers permettant une production flexible avec moins de mains d'œuvre, l'introduction des ordinateurs constituant un réseau de communication plus rapide et efficace. « *Il existait en 1994 environ 610 000 robots industriels dans le monde et 60% de ces robots opéraient au Japon, la nation la plus robotisée* » (Rodrigue J-R., 2000 : pp. 28). Le fonctionnement du système productif du toyotisme repose donc aussi sur une maîtrise technologique.

Les principes du toyotisme, interprétés par une flexibilité tant en organisation qu'en production, expliquent d'une part, les causes de la crise du fordisme se traduisant par une saturation de production et une diversification des demandes de consommation, d'autre part, en signale la sortie pour le monde d'industrie connaissant une nette récession dès la crise pétrolière marquant les années 1970. Dans cette optique, le toyotisme, système à la fois économique et social, a été baptisé « post-fordisme » par les relationnistes français (Michel Aglietta, Robert Boyer, Bob Jessop, et Alain Lipietz) pour servir de marqueur chronologique d'un passage d'une production de masse rigide à la production spécialisée et flexible, ce que l'on appelle maintenant un passage d'une économie fordiste vers une économie post-fordiste. (Leblanc D., 1995 :p.24) L'ère post-fordiste est marquée par un changement de la façon de regarder le marché dont la stabilisation n'est plus basée sur une production de masse servant une consommation de masse, le marché est dès lors parcellisé en divers morceaux faisant objet des productions plus spécialisées et individualisées (Krishan K., 1995 :p.45). De manière générale, les termes « post-fordiste » ou « post-fordien » sont maintenant empruntés pour décrire tous les phénomènes économiques, voire politiques, liés au post-fordisme.

Conclusion

Ce premier chapitre nous a permis de clarifier les concepts dans les modes d'organisation du travail et le processus de l'évolution du fordisme au post-fordisme. Le mode de fordisme, issu du taylorisme, est un mode de l'organisation du travail et du développement de l'entreprise. Il a connu un succès majeur dans le 20^e siècle pour son efficacité puissante dans la production, ce qui a de façon significative contribué aux *Trente Glorieuses* dans les pays occidentaux. Pourtant, il est tombé en crise à la fin des années 1970 et est remplacé par un nouveau mode d'organisation du travail : le toyotisme. Ce dernier est caractérisé par une large flexibilité tant en organisation qu'en production, qui permet de répondre aux besoins d'un marché diversifié et individualisé. Le concept de fordisme et de post-fordisme, constituant partiellement notre base théorique, sert à expliquer les causes socio-économiques du processus touristique se déroulant de l'ère fordiste à post-fordiste, étant donné que le tourisme tient un lien étroit avec le développement économique.

Chapitre 2 Le champ du tourisme

Introduction

Ce chapitre visera tout d'abord à définir le tourisme, ce qui est toujours la première chose à faire pour lancer une recherche dans le champ du tourisme, mais c'est aussi difficile d'élaborer une définition précise qui permet de couvrir tous les aspects de ce phénomène. Nous allons faire référence aux définitions élaborées par des institutions ou chercheurs différents, puis en choisir une la plus pertinente. Dans second temps, nous allons mettre tous les faits du tourisme dans un système incluant les acteurs, les pratiques et les lieux et définir et catégoriser respectivement ces trois éléments-clés qui font fonctionner le système du tourisme. Enfin, nous allons démontrer la trajectoire de l'évolution du tourisme depuis sa genèse et analyser son lien avec son environnement socio-économique.

2-1. Le tourisme, système d'acteurs, pratiques et espaces

« Pour qui veut écrire sur le tourisme, le plus difficile est de le définir, on conviendra pourtant que c'est indispensable » (Boyer M., 1972 : pp.7).

Le tourisme est une pratique antique, beaucoup plus ancienne que l'apparition du terme « tourisme » au 19^e siècle. Dans l'antiquité, les pratiques touristiques sont souvent marquées par les déplacements aux motifs de découvrir, curatif, commercial, et alimentaire, plutôt que, d'agrément. Avant de la mise en place de la société industrielle et urbaine au 18^e siècle, les pratiques à fins touristiques (par exemple *l'otium* pratiqué par les romaines) se voit comme une priorité réservée à une petite fraction de population la plus riche de la société. Etant donné la dimension limitée et le faible nombre des acteurs qui lui sont associés, le tourisme fait rarement l'objet des recherches scientifiques. L'augmentation du temps libre et la hausse des recettes des travailleurs, au début du 20^e siècle, ont pour effet de fonder une base à la démocratisation du tourisme. Le tourisme commence donc à jouer un rôle de plus en plus important dans la vie socio-économique. Due à l'apparition de la crise

économique en 1929, les Etats se rendent compte peu à peu de l'importance économique du tourisme, notamment de son rôle de balancer les paiements, le calcul du nombre de touristes et l'évaluation des apports de devises font dès lors l'objet des analyses des économistes. (Boyer M., 1999). La première tentative de la définition du tourisme est donnée par Hunziker W. et Krapf K.:

« Ensemble des rapports et des phénomènes résultant du voyage et du séjour dans une localité de personnes qui lui sont étrangères, le séjour ne constituant aucun établissement et n'étant par ailleurs lié à aucune activité lucrative. » (Hunziker W., Krapf K., 1942 :p.4)

Cette définition a relevé la différence entre le lieu de tourisme et de quotidien, en empruntant le mot « étrangère ». Ce dernier nous apparaît cependant flou, car il n'a pas précisé en quoi ces deux lieux sont différents. En outre, en termes de motif, l'auteur a simplement exclu les activités lucratives, mais sans parler des motifs positifs pour encadrer le tourisme, ce qui ne nous permet donc pas de distinguer si les déplacements non lucratifs tels que le voyage d'études, le pèlerinage, ainsi que le déplacement de congrès ou affaires, font partie du tourisme. Par ailleurs, la phrase n'a pas mentionné de minimum ni maximum de la durée du tourisme. De ce fait, en soulevant de nombreuses ambiguïtés, cette définition n'a pratiquement pas pu décrire les phénomènes touristiques modernes.

Depuis lors, de plus de plus de chercheurs des secteurs variés s'engagent à essayer d'encadrer « le tourisme » afin de le servir dans leurs propres dimensions opératoires. Les Etats s'intéressent au nombre de touristes et leurs dépenses dans le but d'évaluer le poids du tourisme sur l'économie nationale, alors que les géographes sont passionnés d'étudier l'impact du tourisme sur le paysage et l'environnement, il y a encore des sociologues qui se penchent sur le développement de la société locale du lieu touristique à travers l'étude du tourisme. Cela constitue donc la raison principale

pour laquelle « aucune des définitions depuis trente ans n'a obtenu un consensus général » (Boyer M., 1999 :pp.20).

En 1973, l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T) est créée dans le but de promouvoir le développement du tourisme tant à l'échelle du monde que des pays. Une mission importante consiste à formuler une définition du « tourisme » pour qu'elle soit communément admise par le monde. En faisant référence aux nombreuses définitions proposées antérieurement par les autres chercheurs et organismes, l'O.M.T a enfin donné une définition au tourisme qui, en 2000, a été adoptée par les trois autres organisations internationales⁴:

« Le « tourisme » comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. »

Cette définition, largement admise et usitée dans le cadre de recherche, conceptualise, de façon globale, les phénomènes et les activités touristiques. En premier lieu, la distinction du lieu de tourisme et de quotidien sont précisément mentionnée ; la durée maximum du tourisme est aussi encadrée. Ensuite, un autre élément important pour justifier le tourisme, le motif de loisirs, est accentué dans la définition. Or, malgré son autorité connue, cette version de la définition du tourisme suscite aussi de nombreuses objections. G. Ethier, L. K. Morisset et B. Sarrasin ont exprimé, dans leur œuvre « *Epistémologie des études touristiques* », que cette définition n'est élaborée que d'une approche économique, dans le but de faciliter la comptabilisation des données touristiques. D'ailleurs, Wang Xiaoyu a relevé, dans sa thèse « *Le développement du tourisme à Pékin* », que l'O.M.T a mis « touriste » au

⁴ Ces trois organisations internationales sont : Commission de statistique des Nations unies, Eurostat, et OCDE (Organisation de coopération et de développement économique).

cœur du système conceptuel sans prendre compte la coexistence d'autres acteurs touristiques. (Wang X., 2008 :pp.15) L'équipe MIT⁵ a exprimé son doute sur l'emploi du terme « les autres motifs » qui comporte, par conséquent, les mobilités aux motifs d'affaires, de la santé, de l'école, et du sport, dans le cadre de déplacement touristique. En outre, cette définition ne permet pas à distinguer les loisirs du tourisme (Knafou R., Violier P., 2005 : pp.155-169). Malgré ces contestations, l'O.M.T, dans le but d'homogénéiser ses sources statistiques, s'efforce à faire appliquer cette définition pour l'ensemble des pays concernés (Véron E., 2007 :pp.41).

Dans cette optique, la définition officielle proposée par l'O.M.T ne suffit cependant pas à nous fournir un concept opérationnel servant notre recherche dont le problématique consiste à démontrer le rapport entre l'évolution des pratiques touristiques et la récréation d'espace touristique sur notre terrain d'étude. Pour ce faire, nous appuyons sur le travail réalisé par l'équipe MIT pour définir le tourisme :

«Le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la récréation des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien » (Knafou R., Stock M., 2003 : p.30).

D'après l'équipe MIT, le tourisme ne doit pas être simplement traité comme une activité ou une pratique, ni un acteur ou un phénomène, mais l'ensemble de tous ces éléments mis en système, ce que l'on appelle un système touristique. Ce système est composé de nombreux interrelations tels que *« des entreprises, des normes et des valeurs, des lois, des touristes, des lieux touristiques de qualités différentes, des marchés et des relations non-marchandes, ainsi que d'autres institutions sociales, des imaginaires, des images et des discours »* (Équipe MIT, 2005 : pp.243). La systématisation des éléments touristiques nous permet d'analyser le tourisme sur une perception plus globale, tout en reliant les acteurs, leurs activités, ainsi que les

⁵ Équipe MIT : une équipe de recherche intitulée « Mobilités, Itinéraires, Tourismes », fondée en 1993.

espaces pratiquées. Surtout dans notre travail, cette vision de recherche nous facilite l'encadrement des outils conceptuels et d'éclairer les interrelations entre eux.

En confirmant son rôle important comme acteur capable d'influencer l'espace par le biais de la mise en place de son projet et son intention de récréation, cette approche a placé le touriste au cœur du fonctionnement du système touristique. L'importance du touriste peut tout d'abord se traduire par l'apparition du terme de « touriste » précédant celle de « tourisme ». « « *Tour* », dérivant du « *grand tour* », donna d'abord les mots anglais *tourist* (1800), ensuite *tourism* (1818), traduits en français, respectivement en 1816 et 1841 » (Knafou R., Stock M., 2003, p.140). Le mot « touriste » est créé pour désigner les jeunes voyageurs britanniques qui parcourent les pays pour finir la dernière étape de leurs formations, tandis que le mot « tourisme » est inventé afin de qualifier leurs pratiques. De manière plus générale, le tourisme peut s'interpréter comme les activités de récréation pratiquées par les touristes. Autrement dit, ce sont les touristes qui inventent et subséquemment font évoluer le tourisme. Dans l'histoire du tourisme, les nouvelles pratiques touristiques sont souvent tout d'abord inventées par une petite fraction de population aisée pour répondre à leurs besoins de récréation, tels sont le cas de « *otium* » pendant l'ère romaine, celui de « *grand tour* » au 17^e siècle, ainsi que de « *villégiature* » au 18^e siècle.

La place dominante du touriste dans le système touristique est aussi confirmée par son influence sur la création et l'évolution des espaces touristiques. Ou plus pertinemment dit, les touristes influencent les espaces à travers la mise en place de leurs intentions de récréation. C'est-à-dire les touristes qui « *différencient et catégorisent les lieux, selon leur intérêt et leur expérience* » (Piriou J., 2012). L'émergence d'un espace touristique est suscitée soit par la création ex-nihilo, impulsée par et pour les touristes, soit par la subversion au tourisme, due à la découverte de nouveau goût des touristes. Dans cette optique, le rôle du touriste est

indispensable non seulement dans le fonctionnement du système touristique, mais aussi dans la mise en tourisme d'un lieu.

2-2. Des acteurs, des espaces et des pratiques touristiques

2-2-1. Acteurs touristiques

Le tourisme est fondamentalement lié à ses acteurs sur plusieurs aspects que ce soit d'un point de vue de l'offre, de la demande, des instances de régulation (Équipe MIT, 2003). L'acteur est capable d'action (Boudon R., 1977), par ailleurs ils sont capables de choix, c'est-à-dire de rationalité, de calculs (Friedberg E., 1993). Dans l'approche géographique, en empruntant la théorie de Guy Di Méo, nous divisons les acteurs du tourisme en trois types en fonction de leurs provenances : les acteurs endogènes, y compris les habitants, les autorités et les entreprises locaux ; les acteurs exogènes, incluant les visiteurs et les entreprises externes ; le troisième type renvoie aux acteurs transitionnels, c'est-à-dire ceux qui passent du type exogène à endogène ou l'inverse, au fur et à mesure de l'évolution du tourisme local, par exemple, la résidentialisation temporaire vers définitive (Di Méo G., 1991).

Plus concrètement, selon les fonctions différentes dans le système touristique d'un espace, nous pouvons catégoriser quatre types d'acteurs : 1. les autorités étatiques et locales, qui imposent leurs interventions par le biais de la mise en place des politiques d'aménagement et de gestion touristiques ; 2. les entreprises touristiques privées et publiques, se concrétisent par les formes différentes telles que les restaurateurs, les hébergeurs, les agences de voyages, les transporteurs, les tour-opérateurs, prestataires d'animation et de loisirs (Équipe MIT, 2003) ; 3. Les habitants locaux, qui exercent leurs activités soit en tant que prestataires de services touristiques, tels que les guides, hébergeurs et restaurateurs, soit en tant que consommateurs de services, par exemple les excursionnistes, consommateurs des restaurants et des magasins ; enfin 4. Les touristes, « *acteurs principaux de l'activité*

*touristique, construisent un projet intentionnellement et élabore une stratégie pour mener à bien ce projet que l'on peut qualifier de récréatif » (Violier P., 2007 :p.45). Pour être touriste, selon l'OMT, il faut passer au moins une nuit hors de son domicile, alors que si son voyage n'inclut pas de nuit sur place, il est qualifié de *visiteur de la journée* ou *excursionniste*.*

2-2-2. Espaces touristiques

Le tourisme est un déplacement dans un espace et temps du hors-quotidien (Équipe MIT, 2003), une évasion du monde de travail, d'encombrement, et de concentration. Deux formes d'espaces sont créées à travers la réalisation du déplacement touristique: un espace parcouru et un espace occupé. (Miossec J-M., 1977). Ce dernier, est aussi appelé, d'un point de vue de touriste, l'espace touristique.

Avant d'aborder le sujet de la recherche, il nous faut tout d'abord clarifier les termes géographiques utilisés pour désigner les espaces touristiques de dimensions variées :

Lieu touristique : le terme « lieu » désigne une portion d'espace caractérisée par son usage ou par les événements qui s'y sont déroulés. Dans le champ du tourisme, un lieu touristique est identifié par l'ensemble localisé par ou pour le tourisme. La naissance d'un lieu touristique peut être réalisée soit par le processus d'invention, soit par la transformation d'un lieu déjà constitué, due à la découverte d'une nouvelle qualité touristique. (Bonneau M-C., 2007). Etant donné sa vision globale, nous pouvons distinguer le site, le comptoir, la station (Jérôme P., 2012).

Un site est un lieu touristique de passage sans fonction d'hébergement, mais avec un aménagement minimum de l'accueil de touristes. Il se présente sous de nombreuses formes : un paysage naturel tel qu'une plage ou une montagne ; un patrimoine humain comme un musée ou un temple. Un site touristique est initialement inventé par le regard et l'usage des touristes.

Un comptoir est un type de lieu touristique caractérisé par son unique acteur et promoteur de l'exploitation. Créé par et pour le tourisme, un comptoir est un lieu fermé disposant d'une capacité importante d'hébergement avec des animations de loisirs variées. Par ailleurs, aucune population permanente n'y réside. Par exemple, le Parc Disneyland et le Club Méditerranée.

Une station touristique, est aussi un lieu créé par et pour les touristes, mais à la différence du site, elle dispose d'une capacité d'hébergement et d'équipements de service complets. Par rapport au comptoir, la station est plus ouverte et permet l'habitation permanente d'une population locale dont les activités ne sont pas forcément liées au tourisme. La station peut être créée à partir d'un site touristique disposant d'un atout touristique, ou d'un village (une ville dans certains cas) bénéficiant d'une condition favorable de la mise en tourisme (à proximité de la mer ou de la montagne de neige, dispose d'un établissement thermal, d'un casino, etc.), à la fois au fil de la valorisation des attraits touristiques, des investissements de plus en plus importants, ainsi que de la mise en place de l'aménagement, ces lieux sont transformés en station touristique. Le développement du tourisme a fait apparaître une nouvelle forme de lieux appelée *station-village* (le cas de Chamonix), ou *station-ville* (le cas de Las Vegas).

2-2-3. Pratiques touristiques

Selon ce que le Dictionnaire Larousse donne, le mot « pratique » désigne la façon de la mise en application des règles, des principes d'une science ou d'une technique. Dans le champ du tourisme, il s'agit donc de la mise en action de la théorie de tourisme. De cette optique, les pratiques touristiques renvoient à l'ensemble des activités réalisées par les touristes en rapport avec le tourisme. Cela peut se concrétiser par un déplacement, une habitation temporaire ou les activités de récréation pratiquées dans les lieux touristiques. Étant donné que le cadre de notre recherche se limite à l'évolution des espaces touristiques déroulant dans notre terrain d'étude, c'est

donc les pratiques réalisées par les touristes sur le lieu touristique qui nous davantage intéresse. C'est-à-dire leurs modalités de récréation telles que de jouer, de se reposer, de découvrir et de contempler. (Équipe MIT, 2002, 2005, 2011). Or, dans un lieu touristique, on peut souvent observer le fait qu'une activité de récréation est pratiquée par les gens d'identités différentes, par exemple un parc naturel peut être fréquenté à la fois par les touristes et les habitants. Est-ce que leurs fréquentations peuvent se considérer tous comme les pratiques touristique ?

Dans le but d'identifier les pratiques observées dans un lieu touristique, nous recourons ici à un concept « pratiques des lieux ». « *Il s'agit d'articuler le(s) lieu(x) et les pratiques voire le rapport aux lieux afin d'appréhender les mobilités géographiques actuelles* » (Mayi A-E., 2007 : pp.49). Cela implique que l'on peut identifier une pratique à travers l'étude de sa manière de pratiquer et de son rapport avec le lieu. Aussi bien dans la dimension géographique que sociale, les lieux jouent un rôle majeur dans le sens où il revêt les identités à la fois pour les pratiques et les individus. De cette approche, nous pouvons distinguer deux types de pratiques dans un lieu touristique selon leurs manières et leurs rapports avec le lieu : les pratiques de familiarité et les pratiques d'étrangeté. Autrement dit, les pratiques du quotidien et les pratiques du hors-quotidien. Ce premier renvoie aux activités de récréation pratiquées par les individus dans un lieu du quotidien, ce que l'on appelle les pratiques de loisirs, alors que les pratiques touristiques peuvent s'expliquer par les activités de récréation du hors-quotidien pratiquées dans un lieu hors-quotidien. La réalisation des pratiques touristiques est donc conditionnée d'un déplacement et d'un habiter temporaire, ce qui correspond finalement à la définition du tourisme élaborée par l'Équipe MIT.

Au fur et à mesure que l'augmentation des moyens de transport et du temps libre, l'espace-temps des loisirs s'agrandit et cela a sans doute des répercussions sur le tourisme notamment en favorisant la diffusion des flux dans l'espace. (Clary D., 1977 ; Bonneau M., 1978 ; Duhamel P., Sacareau I., 1998). Les pratiques de loisirs et

de tourisme ont donc tendance à se confondre. Les acteurs des identités différentes peuvent pratiquer le même espace touristique. Pour étudier l'évolution des espaces touristiques, notamment la récréation des espaces dans le cas de la thèse, il nous paraît important de bien distinguer les pratiques touristiques, car les passages des différents groupes sociaux provoquent probablement les impacts différents sur les lieux en transformant les espaces favorisant leurs pratiques.

En résumé, les pratiques touristiques se déroulent dans le temps et l'espace hors du quotidien, alors que les loisirs s'inscrivent dans l'espace-temps familiale et habituelle.

2-3. Le tourisme, indicateur de l'évolution socio-économique de la société

Le tourisme est un concept récent, mais dans l'histoire de l'humanité, l'apparition des pratiques touristiques a de loin précédé la naissance du terme « tourisme », ainsi que celle du secteur du tourisme, bien que ces pratiques soient initialement liées aux besoins primaires, aux échanges commerciaux et à la conquête des terres, etc. Ces pratiques, se traduisant plutôt comme voyages, font rarement l'objet de la recherche touristique, car elles sont exclues du champ du tourisme moderne par sa définition donnée au 20^e siècle. L'évolution des pratiques touristiques témoigne, dès le début de sa naissance, le processus du développement socio-économique de la société. Selon John Urry (1990), « *les pratiques touristiques se définissent, à chaque période de l'histoire, en relation avec les formes non touristiques de l'expérience et de la conscience sociale* ». (Urry J., 1990 : pp.56). De ce sens, l'étude des modalités de ces pratiques nous permet donc, d'une certaine mesure, de connaître les façades socio-économiques de la société et les réalités des autres domaines qui lui sont associés, tels que la politique, la géographie ainsi que culture. De même, l'analyse de l'environnement socio-économique de la société nous fournit, pour conséquence, les indices d'appréhender l'évolution des pratiques

touristiques qui, après leurs massifications planétaires au milieu du 20^e siècle, jouent un rôle majeur dans la croissance de l'économie mondiale.

2-3-1. Les origines des pratiques touristiques

Dans l'antiquité, les commerçants, artisans et négociants grecs partaient en voyage dans le but de subvenir à l'ambition de l'empire Grec. Leurs mises en lien avec les nouveaux pays et peuples ont pour effet de faciliter les fondations des comptoirs puis colonies, servant ensuite de nouveaux foyers de la civilisation grecque (Charaï Z., 2014). Nous pouvons tout de même remarquer que le motif de déplacement commençait à évoluer à cette époque-là, sont apparus les déplacements qui semblent proches du tourisme de nos jours : ceux motivés par l'Olympie et ses jeux. Pour accueillir le flux des spectateurs et les sportifs, les infrastructures d'accueil comme les auberges et gîtes étaient mis en place. Compte tenu du rapport avec le temps, l'espace et le travail, ces pratiques s'avèrent encore loin d'être encadrées dans le champ du tourisme.

Il faut attendre jusqu'à l'ère romaine, pour trouver l'origine des pratiques touristiques, c'est-à-dire les pratiques de voyage en quête de l'agrément. « *L'esprit pratique des romains lié au relâchement du religieux et à l'émergence de la laïcisation des modes de vie vont privilégier toutes de formes de plaisirs* » (Cuvelier P., 1998 : p.20). Cela donne pour conséquence naissance à la pratique l'« *otium* », se traduisant par le fait que les élitistes romains partaient au bord de mer pour passer leurs vacances dans leurs résidences secondaires. Cette ancienne forme de la villégiature implique de diverses activités : les promenades, les excursions, ainsi que les activités de loisirs liées à la mer. Certaines stations balnéaires ont connu un développement grâce aux passages des élites romains. (Cas des stations dans les environs de Pouzzoles, Cicéron, Pompée, etc.) (Ibid.). Or, la motivation de l'« *otium* » ne réside pas dans la recherche de l'oisiveté, du désœuvrement ou des loisirs, mais correspond à un mode d'occupation du temps issu de leur culture. Bien

que cette pratique soit réservée à une petite classe de population la plus riche, le tourisme a finalement vu son embryon pendant le siècle d'Auguste.

Pendant l'ère gréco-romaine, sont déjà apparus les déplacements à fins ludiques, cependant la dimension de pratique était fortement limitée. L'envie sur la pratique touristique ne s'est pas inscrites dans les manières de l'occupation du temps des peuples gréco-romains, car d'une part, le régime féodal fortement hiérarchisé ne permet pas la diffusion des déplacements d'agrément, considérés comme un étiquette d'identité, dans une classe sociale plus vaste, et d'autre part, la majorité de la population vivait, à ce temps-là, une vie dont le but principal consistait à satisfaire les besoins élémentaires, et n'avait donc pas de moyen ni désir de pratiquer les voyages d'agrément. De ce fait, nous sommes capables de mesurer le processus du développement socio-économique de la société à travers l'observation de son rapport avec l'évolution du tourisme, bien que ce dernier ne se manifeste, à cette époque-là, que sa forme des prémices.

2-3-2. La genèse du tourisme

Le 17^e siècle est marqué par la naissance du tourisme en Angleterre, l'invention de la pratique « *grand tour* », couronnée de pionnier de la « révolution touristique » du 18^e siècle dans l'ouvrage « *Le tourisme de masse* » de Marc Boyer. Le « grand tour » renvoie à envoyer les jeunes aristocrates anglais à l'étranger pour six mois à deux ans pour achever la dernière étape de leurs études. Le but de ce voyage consiste à, en parcourant les hauts lieux historiques, culturels et naturels de l'Europe, faire du jeune un homme du monde dépourvu à la fois d'un esprit d'aventure et d'une connaissance polyvalente, servant éventuellement à sa futur carrière. Cette pratique ne s'est pas limitée à la sphère d'étudiant anglais, mais s'est répandue aux nouvelles classes sociales. « *Si dans un premier temps, cette pratique est le fait d'étudiants qui cherchent à courir le monde pour mieux le comprendre, dans un deuxième temps, elle s'étendra à l'aristocratie internationale en quête de sens* » (Cuvelier P., 1998 : p.42).

Le voyage de « *grand tour* » se transforme en un mode d'occupation du temps pour les aristocraties ostentatoires qui se passionnent à cultiver une différence et une distinction avec le reste de la société.

Le « *grand tour* », justifié comme le début du tourisme au sens moderne, joue un rôle d'initiateur de la « *révolution touristique* » du 18^e siècle. Ce dernier est en effet constitué des avènements des nombreuses nouveautés enrichissant le sens du tourisme moderne. Le premier guide touristique a été publié en 1743 par Thomas Nugent⁶ dans le but de faciliter les voyages des jeunes aristocrates ; Les installations des stations d'hiver sur le littoral français (Nice, Cannes, Monte-Carlo, etc.) hébergeant les hivernants britanniques ; la renaissance des stations thermales dans Bath, Spa, Baden due à la prise en compte de l'effet thérapeutique de l'eau thermale ; le nouveau regard porté sur les montagnes alpines a sacré la Suisse comme la première destination touristique mondiale au 19^e siècle. (Boyer M., 1999).

L'explosion de « *la révolution touristique* » au 18^e siècle a, de façon majeure, enrichi le sens du tourisme moderne en lui fournissant de nouvelles formes de pratiques touristiques qui a accordé l'accessibilité aux nouvelles clientèles et a touché une plus grande dimension géographique. Or, elle n'est cependant pas apparue par hasard à ce moment et à cette place, mais due à de divers facteurs socio-économiques, voire psychologiques.

La raison principale réside dans l'invention du temps libre et celui de travail qui a, suite à l'avènement de la révolution industrielle au 18^e siècle en Angleterre, introduit un système loisir-travail autour duquel, les nouveaux modèles de vie ont été formés. Les gens cherchaient à rationaliser le temps libre pour se mettre en forme. Les moyens de l'occupation du temps libre faisaient, à ce temps-là, l'objet de la quête des

⁶ Thomas Nugent : un écrivain voyageur irlandais.

toutes les classes sociales. Cela a eu pour effet de favoriser les inventions des nouvelles pratiques.

En outre, la classe de travailleurs qui a assuré, de façon majeure, la productivité du secteur industriel, a été valorisée de son travail dans la société industrielle. Alors que les aristocraties, échappant à la contrainte du travail, mais aussi en même temps, craignant de perdre leurs honneurs, se sont passionnés pour chercher des nouveaux moyens d'occuper leur temps dans le but de se différencier du reste de la société. C'est donc la raison pour laquelle le voyage de « grand tour » et les stations d'hiver, sont tous inventés par ce groupe social.

Ce n'est donc pas un hasard si l'Angleterre a donné naissance au tourisme, d'autant plus que dans ce pays « *où se sont élaborées les grandes positions philosophiques sur l'individualisme (Thomas Hobbes, 1651 et John Locke, 1690) et sur le libéralisme économique (Adam Smith, 1776) et qu'en même temps, elle fut « le laboratoire où se sont inventés les nouveaux usages du temps » (Corbin, 1995) »* (Cuvelier P., 1998: p.39).

L'engagement de la classe bourgeoise aux pratiques touristiques au 16^e siècle a, d'une certaine mesure, accéléré la diffusion du tourisme. Cependant, le tourisme se trouvait encore éloigné de la plus grande fraction de la population, la classe de travailleurs. Contrainte par la pénibilité de leur travail et leur temps libre très limités, ils n'avaient pas encore de moyen ni désir de pratiquer le tourisme, et ce dernier, avant d'être transformé en un phénomène de masse au milieu du 20^e siècle, se considérait toujours comme une pratique d'agrément réservé aux élites.

2-3-3. Du tourisme élitiste au tourisme de masse

De toute évidence, c'est au 18^e siècle que le tourisme au sens moderne est inventé, car c'est à partir de cette période que le désir d'occuper le temps libre arrive finalement à se concrétiser en déplacements d'agrément par les aristocraties. Le

tourisme se popularise rapidement, dans un premier temps, parmi cette classe sociale la plus aisée, et ensuite se propage dans la nouvelle classe dominante du 19^e siècle, la haute bourgeoisie, s'enrichissant de façon exponentielle dans la révolution industrielle. Ces nouveaux riches, impatients de s'approprier les pratiques initiées par les aristocrates, contribuent de façon majeure à la démocratisation du tourisme de la fin du 19^e siècle à la première moitié du 20^e siècle, notamment dans le sens de favoriser les nouveaux acteurs au sein du secteur du tourisme, par exemple l'invention du tour opérateur par Thomas Cook dans le but d'organiser les voyages pour les bourgeois dépourvus à la fois du temps et de l'argent. Dans les lieux touristiques renommés comme Nice, Cannes et Miami, etc., sont installés les hébergements d'accueil de luxe afin de répondre aux attentes des bourgeois.

De ce fait, se pose une question : est-ce que la participation massive des bourgeois aux pratiques touristiques signale nettement la genèse de l'ère dite du tourisme de masse ? Avant d'y répondre, il nous faut tout d'abord définir le terme « masse » rarement usité dans le 19^e siècle. Selon ce que les dictionnaires nous enseignent, il renvoie, dans la plupart des circonstances, au sens « nombre » et « quantité ». L'émergence d'un phénomène de « masse » dans la société repose sur le fait que la majorité de la société en est concernée. De ce sens, le tourisme s'éloigne encore fortement de la dimension de masse, compte tenu de sa diffusion limitée aux aristocrates et bourgeois qui ne représentent à ce temps-là, qu'une petite fraction de la population.

Dans la société fordiste, notamment durant *les Trente Glorieuses* (1945-1974), le tourisme, intégrant la norme de la consommation de masse, sert de compromis social dans le but de récompenser la pénibilité du travail à l'usine. C'est donc dans ce sens où le tourisme est accessible aux plus larges couches de la société suite à une augmentation visible du pouvoir d'achat et du temps libre. C'est aussi durant cette période que le tourisme de masse est finalement rendu possible. Dans cette optique, il

nous faut attendre jusqu'à la fin de la deuxième guerre mondiale pour envisager l'arrivée de l'ère du tourisme de masse.

Une fois le sens du « masse » éclairé, d'autres questions concernant le champs du tourisme se posent ensuite : qu'est-ce que le tourisme de masse ? Quelles sont ses formes ? Après la deuxième guerre mondiale, le tourisme de masse se développe rapidement avec la mise en place vaste du fordisme dans les pays industriels. En tant que produit de consommation fordiste, le tourisme de masse s'exprime à la fois par une haute standardisation de ses produits et par une large accessibilité au public. Il est conceptualisé par sa forme la plus connue, le modèle des 4S (Sun, Sea, Sand and Sex). Ce dernier exprime la forte consommation des littoraux pratiquée autour du bassin méditerranéen au cours des dernières décennies. Ce type de produit touristique, caractérisé à la fois par un prix accessible à tous et une prestation des services basique, satisfait proprement au masse en quête des vacances « mer et soleil ». *« Le tourisme de masse est associé à l'image oppressante de la foule, de la saturation des lieux. Activité populaire, il est considéré comme ayant une faible valeur culturelle, idée très bien illustrée par les expressions « bronzer idiot » ou les fameux 4S « sea, sex, sand, sun » »* (Decroly, J-M., Duquesene, A-M., Delbaere, R., Diekman, A., 2006 : p.28). A part les stations balnéaires, l'intérêt des touristes de masse est aussi porté vers les montagnes, notamment la région alpine, de nombreuses stations de ski y sont installées pour accueillir le flux des touristes en hivers. Le principe du fonctionnement reste même que les stations littorales : la prestations des services standardisée et basique avec le prix accessible à tous.

Le processus de la massification des pratiques touristiques dans les plus grandes couches de la société n'est pas apparu par hasard, mais est lié étroitement avec la mutation socio-économique dans la société fordiste au cours de l'ère post-guerre. Il résulte en effet de plusieurs apports du fordisme.

En premier lieu, la croissance du temps libre et du pouvoir d'achat rend possible la massification du tourisme. La fameuse initiative « *five dollars a day* », introduite par Henry Ford au sein de son empire industriel, augmente de façon considérable les revenus des ouvriers. Cela favorise pour conséquence la démocratisation du tourisme, qui a intégré la norme sociale de consommation fordiste. De plus, la mise en place des congés payés (aux Etats-Unis en 1914, en Italie en 1924, en Angleterre et en Allemagne en 1934, puis en France en 1936) (Bloc-Duraffour P., Mesplier A., 1995) accorde plus du temps libre à l'ensemble des salariés. L'allongement progressif des congés payés (cas de France, de deux semaines en 1936 à cinq semaines à présent) leur permet de pratiquer le tourisme plus long tant en termes de durée que de distance. De ce fait, le double influence de l'augmentation du pouvoir d'achat et du temps libre contribue de manière interne à la massification du tourisme.

A part l'effet combiné de l'accroissement du temps et de l'argent, nous pouvons constater aussi d'autres facteurs externes favorisant la transformation du tourisme en phénomène de masse. Le développement des moyens de transport (routier, ferroviaire et aérien) et l'abaissement de leurs coûts encouragent par conséquent les gens de partir en vacances. De plus, le processus de l'urbanisation déroulant dans les pays industrialisés entraîne une évasion des citoyens subissant le rythme intensif de travail et de vie. De plus, le développement des technologies médiatiques (la radio, la télévision, le cinéma, etc.) joue un rôle important dans la diffusion de l'image du tourisme à distance, ce qui permet pour conséquence au tourisme de toucher une plus grande échelle de la population.

En résumé, le tourisme est un phénomène socio-économique, le développement de chaque composante de ce système est fortement lié à l'évolution socio-économique de la société. Les nouveaux espaces touristiques se sont développés dans les lieux correspondant au goût du flux de masse tels que le bassin

méditerranéen, de plus en plus d'acteurs se sont engagés au jeu afin de répondre aux attentes des touristes, tel que l'invention du Club Méd. Aux Baléares en 1950. Cependant, les pratiques touristiques quant à elles, le changement ne s'est situé que dans la dimension de sa diffusion. Les formes n'ont pas été renouvelées par rapport à celle pratiquées par les aristocrates. Les gens affluent aux lieux inventés par les élitistes, les stations balnéaires aux littoraux et celles de ski dans les montagnes. Citons une phrase issue de « *Le tourisme de masse* » (Boyer M., 2007 : p.23) afin de juger le principe du tourisme de masse : « *le tourisme contemporain est l'héritier des formes élitistes. On est passé du très petit nombre aux masses sans révolutionner le contenu.* »

2-3-4. La crise du tourisme de masse, vers le tourisme post-fordiste ?

De toute évidence, le tourisme de masse a connu un succès sans précédent avec la diffusion exponentielle du régime fordiste durant les *Trente Glorieuses*. Plusieurs lieux touristiques ont été rendus célèbres grâce au passage du flux de masse, tels que les stations balnéaires dans les littoraux méditerranéens et celles de ski au milieu de la région alpine. De plus, le processus de la massification a transformé le tourisme d'une pratique occasionnelle réservée à la classe sociale aisée, en un secteur contribuant de façon majeure au développement économique national, voire mondial.

Cependant, à partir des années 1970, le tourisme de masse a subi un essoufflement s'interprétant par la chute du nombre de touristes dans les stations touristiques (le cas des Baléares étudié par Miguel Ségui Llinas⁷) où a connu à la fois la dégradation de l'environnement naturel et des services. Le développement du tourisme de masse a connu certaines difficultés. Le tourisme de masse dont le fonctionnement se base sur une consommation gigantesque des biens et services standardisés, devait apparemment être remis en cause.

⁷ SEGUI-LLINAS M., 1995, *Les nouvelles Baléares. La rénovation d'un espace touristique mythique*, Paris, L'Harmattan, coll. Tourisme et Sociétés.

Depuis ces dernières décennies, de nombreux chercheurs se sont passionnés pour cerner cette crise en empruntant de diverses approches. L'économiste américain Raymond Vernon, à partir d'un point de vue naturaliste, nous a proposé un outil analytique dit « le cycle de vie du produit ». Ce dernier a servi à « *décrire les différentes étapes de développement d'un produit touristique et ainsi comprendre le déclin de certaines formes de pratiques touristique* » (Cuvelier P., 1998 : p.78). Cela peut s'interpréter par un vieillissement naturel d'un produit touristique de masse une fois qu'il a touché sa saturation. Un renouvellement des produits doit être envisagé afin de maintenir sa dynamique.

Thurot J-M. (1980 :p.8) nous a exposé une autre explication reposant sur la notion « capacité de charge ». Cette dernière, selon l'OMT, vise « *à établir en termes mesurables le nombre de visiteurs et le degré de développement qui sont susceptibles de ne pas avoir de conséquences préjudiciables aux ressources* »⁸. Cela implique que l'arrivée du flux de touriste au-delà de la capacité de charge d'un lieu touristique est susceptible de causer à la fois « *les dommages physiques pour le milieu naturel et pour le milieu artificiel* » et « *les dommages socio-économiques pour la communauté et la culture locale* »⁹. Cela va pour conséquence dégrader l'attractivité du lieu touristique et enfin provoquer un déclin en termes de nombre de touristes.

D'après l'auteur, les causes du déclin du tourisme de masse peuvent s'expliquer explicitement par la crise qu'a connue le fordisme durant les années 1970. Nous avons évoqué dans le chapitre précédent que la crise du fordisme est partiellement due à son incapacité de répondre aux demandes du marché de plus de plus diversifiées et individualisée. Alors les produits touristiques de masse, caractérisés par une forte standardisation, ne sont plus capables de répondre aux attentes des touristes de plus en plus exigeants et expérimentés. Ce qu'ils cherchent à travers le tourisme, c'est un

⁸ Rapports des colloques O.M.T. de Manille et Nicosie en 1980.

⁹ Ibid.

« *« site vrai » combinant la profondeur de l'échange interculturel, l'harmonie avec la nature et l'histoire des lieux visités »* (Gourija S., 2007 : p.18), mais pas une expérience touristique enrichie par le fait que tout le monde prend le même moyen de transport au même endroit pour consommer les mêmes biens et services. Dans cette optique, l'entrée en crise du tourisme de masse s'avère inévitable face à un marché de plus en plus diversifié et individualisé.

Etant donné que les modèles du tourisme de masse tel que le « 4S » ne s'adapte plus à la tendance du développement du marché touristique, est-ce qu'il aura un modèle alternatif permettant de répondre aux demandes diversifiées des touristes ? Pour répondre à cette question, nous allons faire référence au nouveau modèle socio-économique succédant le fordisme : le toyotisme. Ce dernier, caractérisé par une forte flexibilité tant au cours de la production que de la gestion, a présenté une capacité visible de dominer un marché parcellisé. Etant donné ses principes purement opposés à ceux du fordisme, il a donc été dénommé « post-fordisme » afin de distinguer de son prédécesseur. Ainsi, dans le système touristique post-fordiste, la dynamique s'inscrit dans la création des nouveaux produits touristiques spécialisés et individualisés à petite échelle afin de répondre respectivement aux attentes des touristes en quête de l'authenticité et la qualité dans leurs pratiques touristiques. Dès lors, les acteurs touristiques s'engagent avec l'enthousiasme à s'adapter au changement des goûts dans le marché de consommation. Les tour-opérateurs s'efforcent de renouveler leurs produits de voyage circulaire en les attachant en profondeur à la découverte de la culture locale et à l'aventure dans la nature; les hôteliers se passionnent pour divertir les séjours de leurs clientèles à travers l'introduction des activités de loisirs telles que l'excursion, le recueillement des produits agricoles, ainsi que les animations sportives ; les aménageurs des sites touristiques s'intéressent davantage à la conservation de l'authenticité du lieu sans exercer du poids excessif sur l'environnement naturel.

Le fait que les acteurs touristiques réagirent vivement à la mutation du marché de consommation a eu des répercussions importantes sur l'évolution des espaces touristiques. La diversification des produits touristiques tels que l'agrotourisme, l'écotourisme, l'œnotourisme, le tourisme rural et le tourisme de proximité, etc., a pour conséquence étendu la dimension spatiale de l'espace touristique qui, durant l'ère de masse, s'est limité aux régions littorales et montagnardes. Le travail de Rebecca Torres (2002) «*Cancun's tourism development from a Fordist spectrum of analysis*» a démontré l'extension des espaces touristiques suite à l'émergence du modèle touristiques post-fordiste dans la péninsule Yucatan. Au fils de la mise en tourisme de la découverte de la culture maya dans la péninsule, les espaces touristiques, auparavant enclavées autour de la ville de Cancun, destination dominante du tourisme de masse du Mexique, s'est étendues vers l'arrière-pays de la péninsule, de nombreuses régions montagnardes où vivent les tribus mayas ont été transformées en sites touristiques. Cela a pour effet d'alléger la surcharge de Cancun en dispersant le flux de touristes de masse d'une part, et de réduire la disparité économique entre la région littorale et l'arrière-pays d'autre part.

A part l'extension en terme géographique, l'évolution du tourisme durant l'ère post-fordiste est aussi marquée par une multifonctionnalisation de l'espace touristique, c'est-à-dire qu'un même espace est fréquenté par de différentes formes touristiques. La montagne est peut-être pratiquée non seulement à travers une contemplation des paysages naturels, mais aussi un pèlerinage spirituel, voire une villégiature. Nous aborderons plus précisément dans la relation entre l'application du post-fordisme et l'évolution des espaces touristiques à travers l'étude du cas de notre travail dans les parties suivantes.

Cependant, l'entrée en jeu du modèle post-fordiste ne signifie forcément pas la fin du tourisme de masse, notamment compte tenu de la diffusion exponentiel du tourisme dans les pays émergents comme la Chine, le Brésil et la Russie. La

croissance des classes moyennes dans ces pays va continuellement assurer la dynamique du tourisme de masse. De cette optique, le modèle du développement touristique de certains lieux sera marqué par une coexistence du fordisme et du post-fordisme.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons fait un cadrage des concepts et théories pour délimiter notre champ d'étude. La première analyse a visé à comprendre le fordisme comme un mode d'organisation de travail et son évolution avec le développement socio-économique. Cela nous a permis d'appréhender en profondeur la mutation connue dans l'industrie du tourisme. Puis notre seconde analyse a tenté de définir le tourisme et l'analyser à travers la mise en système composé d'acteurs, lieux et pratiques. A partir duquel, nous sommes capables de comprendre la constitution et fonctionnement du système du tourisme à travers l'étude sur le rôle de chaque élément et les corrélations entre les différents éléments du système. Enfin, l'approche de l'évolution des pratiques touristiques dans les pays occidentaux a permis de connaître le lien entre le tourisme et le développement socio-économique. Cela nous a proposé le schéma dans l'étude du tourisme en Chine.

Chapitre 3. L'évolution du tourisme en Chine

Introduction

Ce chapitre vise à faire un état de l'art de l'évolution du tourisme en Chine. Le tourisme est un phénomène récent en Chine, sa naissance est liée au lancement des réformes économiques et politiques initiées par Deng Xiaoping dans le but de terminer l'isolement de la Chine sur la scène internationale. Constituant dès lors un pilier important de l'économie chinoise, le tourisme est un indicateur de la modernisation et le développement socio-économique du pays. Pourtant, l'histoire des pratiques touristiques est plus ancienne que la naissance du tourisme, cette première peut remonter plus de mille ans avant. Elles se sont inscrites dans les activités de différentes classes sociales pour des motifs variés pendant l'époque féodale. Nous divisons la trajectoire de l'évolution du tourisme chinois en 3 phases : la phase avant la naissance du tourisme (avant 1979), la phase de démarrage mais consacrée à l'accueil des touristes internationaux ainsi que la phase le plus récent caractérisée par la démocratisation du tourisme intérieur et la massification des touristes nationaux.

3-1. Les pratiques de voyages pendant l'époque féodale en Chine

L'histoire des pratiques de voyages des Chinois peut remonter plus de mille ans avant, bien qu'à ce temps-là, le tourisme ne soit réservé qu'à certaines classes sociales. De plus, les motifs du tourisme ne sont souvent pas issus de la demande d'agrément ou de récréation. Ici nous les divisons en trois types de pratiques de voyages en fonction des pratiquants et de leurs motifs différents.

3-1-1. Circuit du pays des empereurs

Dans le but, d'une part, de renforcer le pouvoir centralisé à l'échelle du pays, et d'autre part d'observer la condition de vie du peuple, les empereurs ont l'habitude, toutes les trois ou cinq ans, d'effectuer un tour du pays accompagné des bureaucrates. Le voyage dure souvent presque un an et parcourt de nombreuses régions. Non

seulement visitent-ils, à leur agrément, des lieux connus soit pour le paysage naturel, soit pour le patrimoine humain, il entre également dans les gouvernements locaux pour surveiller leur fonctionnement. De plus, la plupart des empereurs portent une importance à la vie du peuple ainsi qu'à leurs voix. Cette tradition de pratique touristique avec des multiples motifs, initiée au début par les empereurs, diffusée aux échelles inférieures, est considérée alors comme un outil de gouvernance employé par les gouverneurs pendant toute l'histoire féodale de la Chine.

3-1-2. Voyage de commerce

Dans une société féodale où le niveau et la variété de productivité se différencie largement en fonction de la région. Les marchands, de cette manière, jouent un rôle important pour équilibrer la demande et la fourniture des produits qui deviennent donc des marchandises. Très souvent, les marchands doivent parcourir un long trajet pour vendre des produits locaux dans d'autres régions, en contrepartie, ils achètent des marchandises d'ailleurs pour les revendre aux locaux. Leurs traces ont par conséquent donné la naissance aux plusieurs routes connues dans l'histoire chinoise, par exemple, la Route de la Soie, reliant la Chine avec les pays de l'Asie occidentale, initiée par Zhangqian, explorateur chinois dans le 2^e siècle av. J.-C. A l'échelle du pays, il y a la Route du Chama servant à réaliser les commerces du thé et du sel entre la province du Yunnan et le Tibet.

3-1-3. Voyage des Mingsheng¹⁰ (les sites pittoresques célèbres)

Dans la littérature chinoise ancienne, nous pouvons trouver qu'un bon nombre d'œuvres sont consacrées à la louange des sites pittoresques de la Chine. Les voyageurs lettrés chinois portent un grand intérêt à contempler les paysages naturels tels que les montagnes, les lacs, les rivières, etc., dans le but de chercher l'inspiration servant à leurs créations. Ils préfèrent se donner un rendez-vous pour se réunir dans

¹⁰ 名胜.

un site et y séjourner plusieurs jours en s'échangeant des idées et des esprits. Comparé avec les deux types de pratiques touristiques évoqués ci-dessus, les activités de ces artistes lettrés jouent un rôle plus important dans l'évolution des pratiques touristiques en Chine, parce que leurs œuvres ont pour conséquence, non seulement de rendre ces sites célèbres, mais aussi de donner l'envie aux lecteurs de pratiquer le tourisme en suivant leurs traces. De plus, comme indique l'anthropologue Pál Nyíri, « *le regard que posent les touristes de nos jours sur les paysages, repose principalement sur celui des artistes lettrés décrits dans leurs œuvres.* »¹¹

Pendant l'ère féodale, à part les artistes lettrés, le « tourisme » est pratiqué par certaines classes sociales avec les motifs autres que l'agrément. Les citoyens, quant à eux, pratiquent rarement le tourisme dû au manque à la fois de mentalité et de condition matérielle. Le « tourisme » à cette époque-là, est loin d'être massifié. Au niveau gouvernemental, aucune politique n'est mise en œuvre dans le but de développer le tourisme. Dans cette optique, son rapport avec l'industrie touristique s'avère relativement faible.

3-2. La stagnation jusqu'à la fin de la Révolution culturelle

Les attaques des Britanniques ont pour effet de faire la Chine ouvrir sa porte et entrer dans une nouvelle phase de l'histoire. Cette phase, souvent dite, l'histoire moderne chinoise de 1842 à 1949, est marquée par plusieurs guerres internationales et civiles et finalement terminée par l'établissement de la République Populaire de la Chine. La société chinoise a connu une mutation socio-économique en profondeur, les activités productives ont été interrompues et les infrastructures détruits. Or, si l'on regarde sous un angle de l'évolution du tourisme, il faut ajouter encore 20 ans à cette période difficile, c'est-à-dire jusqu'à la fin de la Révolution culturelle en 1978. Avant la fondation de la Chine, le fait du passage du pouvoir de l'empereur des Qing à Mao,

¹¹ Nyíri P., (2006) *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington press, Seattle and London, p.135.

en passant par Sun Yat-sen et son successeur Tchang Kaï-chek, a mis la société chinoise en profond bouleversement, le tourisme est donc impossible d'avancer sans stabilité sociale. Pendant l'ère maoïste, dans le but de revitaliser l'économie du pays, la priorité de développement est donnée à l'agriculture et à l'industrie, alors que les pratiques touristiques, à ce temps-là, renvoient principalement à l'accueil des visites d'affaires étrangères ou des visites familiales des ressortissants chinois. C'est la raison pour laquelle il y a très peu de statistiques valables concernant le nombre de touristes internationaux et nationaux, ainsi que les recettes générées.

3-3. Le développement du tourisme en Chine depuis 1978

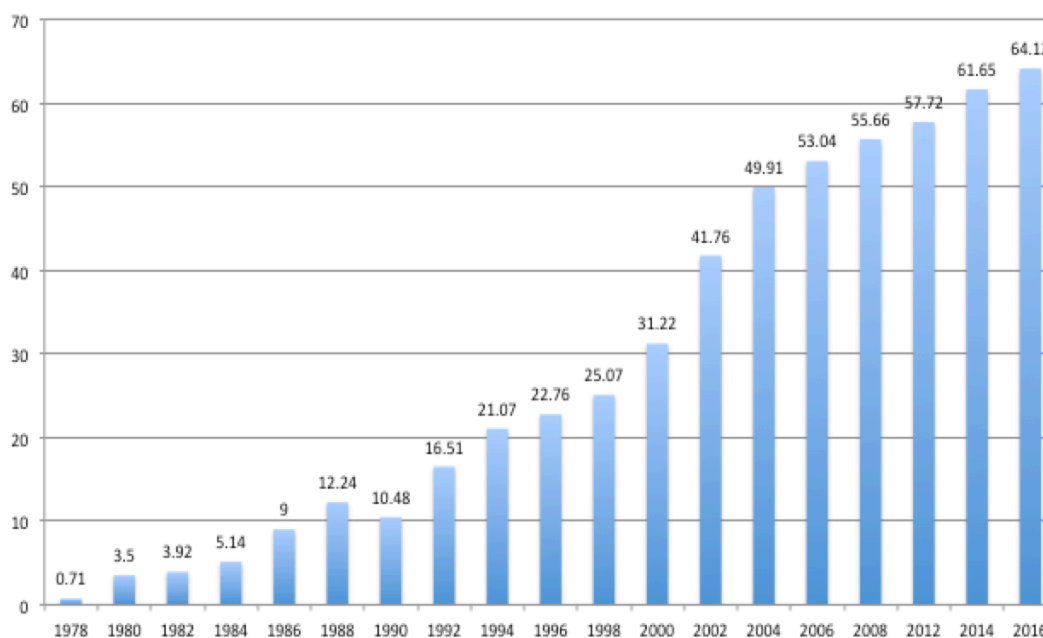
3-3-1. La priorité est donnée à la mise en tourisme international

La fin de la Révolution Culturelle et la montée au pouvoir de Deng Xiaoping à la suite de la mort de Mao Zedong ont marqué une nouvelle phase au terme du développement socio-économique de la Chine. Une réforme importante, visant à réaliser « Quatre modernisations ¹² » et à promouvoir l'échange avec le monde extérieur, a été mise en œuvre par le nouveau gouvernement. Une importance a été accordée, pour la première fois, au secteur du tourisme, longtemps exclu du plan de développement de l'économie nationale, pour sa contribution potentielle au futur développement économique de la Chine. En 1978, dans plusieurs discours importants, Deng Xiaoping a mis l'accent sur le développement du tourisme en disant que le tourisme jouerait un rôle essentiel d'apporter plus de revenus à l'Etat à la réalisation des quatre modernisations. Cependant, le « tourisme » ici, selon lui, signifiait plutôt le tourisme international, étant donné qu'à ce temps-là, la Chine manquait réellement de devises après presque trente ans de fermeture, développer le tourisme international en attirant un afflux de touristes internationaux était donc une méthode efficace pour accumuler les devises. Les visites dans les pays voisins notamment à Singapour, l'ont inspiré d'élaborer un plan de développement touristique à partir des espaces urbains

¹² Les modernisations de l'industrie, de l'agriculture, de la défense nationale ainsi que des sciences et techniques.

qui disposent des conditions de la mise en tourisme relativement plus avantageuses par rapport aux régions rurales, par exemple une accessibilité plus ouverte, les infrastructures d'accueil plus développées, etc. A partir des années 1980, la Chine, notamment les métropoles comme Pékin et Shanghai ont connu un essor d'arrivée de touristes internationaux par rapport à l'ère maoïste. En 1978, la Chine n'a accueilli que 716000 touristes internationaux, tandis que deux ans plus tard, en 1980, le chiffre s'est élevé à plus de 3,5 millions (Voici ci-dessous le graphique 1) et il n'a pas cessé de s'accroître pendant les trois derniers décennies sauf deux périodes spécifiques marquées respectivement par deux incidents, la répression sur la Place *Tiananmen* en 1989, et l'épidémie de SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère) en 2003. Selon l'estimation d'OMT, la Chine deviendra la première destination touristique du monde en 2020.

Graphique 1. Évolution de déplacement de touristes internationaux en Chine de 1978 à 2016 (Unité : million d'arrivée)



Source : China National Tourism Administration (CNTA) (site internet)

Le tourisme est un phénomène sociale, économique et culturel (OMT), son évolution reflète dans un premier temps, celle des pays émetteurs en termes de ces

trois aspects, dans un deuxième temps, joue un rôle de révélateur du développement socio-économique des pays récepteurs. Le développement exponentiel du tourisme international en Chine pendant la période post-Mao peut se diviser en plusieurs phases et s'expliquer par de nombreux facteurs tant internes qu'externes. Or, ce qui nous intéresse le plus, réside dans son départ des années 1980, comment un pays, à peine ravagé lourdement d'une catastrophe socio-économique, a-t-il pu se mettre rapidement en route de la mise en tourisme ?

3-3-2. L'important rôle de l'Etat

Le premier facteur, aussi le facteur le plus décisif, s'inscrit dans le rôle important de l'Etat. Le régime unipartite exercé depuis l'établissement de la Chine en 1949 a facilité la dictature de la partie communiste, notamment a donné la suprématie à son dirigeant, sa parole même non officiel pouvait parfois se traduire comme un ordre suivi par les échelons inférieurs. Comme évoqué dans les textes précédents, Deng Xiaoping, successeur de Mao, dans plusieurs discours, a mis l'accent à l'importance du développement du tourisme en le traitant comme un secteur économique. Le tourisme, pendant l'ère maoïste, considéré comme une mode de vie bourgeoise marquée par l'hédonisme, était rarement pratiqué parmi les Chinois. Dans toutes les publications littérales, le mot « *lüyou*¹³ » (tourisme) a été remplacé par le mot « *lüxing*¹⁴ » (voyage), parce que le caractère « you » s'interprète plutôt par l'idée de la récréation et de l'épicurien, alors que « xing » se traduit simplement comme un trajet. Il n'existait non plus le mot « *guojilvyou*¹⁵ » (tourisme international) qui a été remplacé par le mot « *waishijiedai*¹⁶ » (accueil des affaires étrangères). De manière générale, la parole de Deng a eu pour effet de légitimer moralement l'emplacement du

¹³ 旅游.

¹⁴ 旅行.

¹⁵ 国际旅游.

¹⁶ 外事接待.

tourisme dans la société chinoise, et ainsi de permettre aux acteurs économiques de s'engager dans le développement du tourisme.

Les cinq discours, concernant le tourisme, prononcés par Deng entre octobre 1978 et juillet 1979 dans les occasions différentes, reposaient sur quelques axes fondamentaux ayant pour effet de lancer le processus du développement du tourisme en Chine :

1. Développer le tourisme en le traitant comme un secteur majeur de l'économie nationale. En fait, avant 1978, le tourisme n'était considéré que comme une activité complémentaire de l'accueil des affaires étrangères, alors que d'après Deng, le tourisme était un nouveau secteur en plein potentiel, il dépasserait, au futur, les autres secteurs tel que l'industrie pétrolière, automobile ainsi que sidérurgique, et deviendrait l'industrie la plus importante de l'économie mondiale. Pour assurer un bon début du développement, une partie importante de capitaux devait donc être réservée à l'investissement touristique. De plus, l'Etat ne toucherait pas le profit des deux premières années et le redistribuerait aux entreprises touristiques pour le futur investissement.
2. Le tourisme était une économie plurisecteurs, la planification de son développement devait donc être conçue d'une manière plus générale et penser aux secteurs qui lui associaient. Par exemple la construction d'un site touristique devait être accompagnée par celle des hôtels, des restaurants, des magasins qui l'entouraient ainsi que par l'amélioration de la qualité du service touristique.
3. Les capitaux étrangers seraient autorisés de participer aux investissements touristiques. Sachant que l'entrée des capitaux étrangers était strictement interdite de crainte de la menace contre la sécurité économique de l'Etat pendant l'ère maoïste. Cependant, d'après Deng, l'investissement des

étrangers résoudrait pratiquement le problème du manque de capitaux que connaît la Chine au démarrage du tourisme. Deng a proposé également de renforcer la coopération entre les entreprises étrangères et les sociétés locales par le biais de « joint-venture », notamment dans la construction des infrastructures touristiques.

Le régime en vigueur en Chine à ce temps-là a déterminé, par conséquent, que les idées de Deng seraient mises en pratique en dirigeant les planifications du développement touristique aussi bien à l'échelle nationale que régionale. Le tourisme serait dès lors accordé une importance sans précédente ainsi que la priorité en termes d'investissement. En 1981, la première session de la Conférence nationale du tourisme, tenue par le Conseil des Affaires d'Etat, a été lieu à Pékin, le titre du tourisme était officiellement affirmé à l'échelle du pays. L'année suivante, le Bureau national du tourisme, la première institution touristique nationale, a été établie dans le but d'organiser et diriger la voie du développement touristique dans le cadre national. Les trois premiers contrats de « joint-venture » dans l'histoire chinoise signés en 1978, étaient tous liés au tourisme. Non seulement le tourisme a-t-il été accordé une importance dans le plan du développement économique national, il a avancé également en tête de l'application de la Politique de réforme et d'ouverture préconisée par Deng.

Notant que toutes ces initiatives étaient principalement visées au développement du tourisme international, ce dernier a été considéré comme un outil important pour augmenter les devises. L'afflux de touristes internationaux a en effet généré un énorme marché de consommation. En 1985, la Chine a empoché 1,3 milliards de dollars dépensés par 1,37 millions de touristes internationaux, soit 1 milliard de dollars de plus par rapport à l'année 1978. La croissance des devises constitue ainsi une contribution importante à l'édification économique nationale.

Sans nul doute que le tourisme chinois n'aurait pas pu autant développer au début de l'ère post-maoïste sans le soutien puissant de l'Etat, qui a joué un rôle essentiel, notamment en s'engageant à la construction des infrastructures touristiques. En tant que pays récepteur, la Chine a premièrement donné la priorité à l'hôtellerie, car le nombre d'hôtels était, à ce temps-là, loin d'être suffisant vis-à-vis de l'afflux des touristes internationaux. Le premier vingt ans, de 1978 à 1998, le nombre d'hôtels relatifs aux affaires étrangères s'est élevé de 203 à 5201¹⁷, générant un chiffre d'affaire de 81,2 milliards de yuans, parmi lesquels, il y avait 2724 hôtels classés. Ces derniers ont eu pour conséquence de répondre pratiquement à la demande d'hébergement des touristes internationaux. A part l'hôtellerie déterminant partiellement le charge de capacité d'un pays en tant que récepteur touristique, le transport, un autre secteur lié étroitement au tourisme international en termes d'accessibilité touristique, notamment le transport aérien, s'avèrait plus important, parce que d'une part, l'avion est le moyen de transport le plus utilisé lorsque l'on effectue un déplacement à l'échelle internationale. D'autre part, étant donné l'immensité de territoire chinois et la durée de séjours limitée des touristes internationaux, le transport aérien est considéré aussi important lors de leurs voyages dans le pays. A partir de cette optique, les autorités chinoises ont porté une importance à l'extension, à la fois, du réseau de transport aérien national et international: toujours les vingt premières années de 1978 à 1998, le nombre d'avions que la Chine possède s'est multiplié par neuf, s'élevant à 523 avec une capacité totale de 82000 sièges; 131 lignes internationales et 967 lignes nationales ont été ouvertes, reposant sur 143 aéroports dont 66 ont été récemment mis en service. (Zhang, J., 2006)

3-4. Le tourisme intérieur, un démarrage tardif, mais un développement rapide

3-4-1. Le tourisme intérieur, sans aucune donnée avant 1984

¹⁷ Chiffre de CNTA (China's national tourism administration). Voir le site officiel du tourisme en Chine : en.cnta.gov.cn

Certes, après l'arrivée au pouvoir de Deng en 1978, avec un appui fort de l'Etat, le nombre d'arrivées de touristes internationaux a connu un essor en générant un bon nombre de devises servant, en contrepartie, à la revitalisation du pays. De cette optique, est-ce que cela suffit à nous conduire à la conclusion que le tourisme chinois moderne débute à 1978 ? D'une certaine mesure, nous pouvons dire oui, parce que avant cette date-là, le tourisme n'a jamais été considéré, par les autorités chinoises, comme une industrie générant du profit, fournissant les postes de travail, ainsi qu'améliorant la condition de vie des citoyens, mais plutôt un secteur servant aux affaires étrangères, alors que depuis la mise en place de la politique de réforme et d'ouverture, l'Etat a porté une importance sans précédent au tourisme en planifiant un plan du développement à l'échelle du pays. Le bilan nous a confirmé que l'année 1978 était un tournant non seulement dans l'histoire de la Chine mais aussi dans celle du tourisme chinois. Comme ce que nous avons évoqué dans le texte précédent, à ce temps-là, la priorité a été donnée au tourisme international, autrement dit le tourisme récepteur servant à rapporter des devises à l'Etat. Cependant, lorsque nous parlons du tourisme d'un pays, à part le tourisme récepteur, il y a encore deux formes de tourisms qui comptent dans la mesure où le tourisme se considère comme une industrie complète : le tourisme intérieur et le tourisme émetteur. Ce premier renvoie aux activités touristiques pratiquées par les Chinois à l'échelle du pays, alors que le dernier constitue plutôt le tourisme des ressortissants d'un pays à un autre pays. Quant au cas de la Chine, ces deux formes de tourisme sont rarement évoquées avant 1978, ni par les autorités, ni par le peuple chinois, car en premier lieu, le manque de la stabilité sociale a constitué un environnement défavorable aux pratiques touristiques dans l'échelle du pays, de plus, les Chinois, cherchant à ce temps-là, les moyens de satisfaire les besoins élémentaires du quotidien, manquaient à la fois de l'envie, du temps libre et du moyen financier de pratiquer le tourisme, sans parler de sortir du pays. Il y avait donc très peu de statistiques réalisées là-dessus par l'Etat.

Malgré la mise en place de la nouvelle politique sur le plan du développement touristique chinois, ces deux dernières formes de tourisme dont nous avons parlé n'ont cependant pas connu un développement considérable, parce que d'une part, l'Etat a centré ses efforts sur l'accueil des touristes étrangers porteurs de devises, en même temps, il portait une attitude « non encourager¹⁸» envers le tourisme intérieur, d'autre part, le niveau de vie des chinois ne s'est pas visiblement amélioré, malgré une apparition des déplacements touristiques organisés par les syndicats de travailleurs, la dimension et la dynamique du tourisme intérieur s'avèrent très limitées. La statistique et la recherche réalisées là-dessus sont donc très rares. En 1982, le Bureau national du tourisme a été établi, deux ans après, il a effectué, pour la première fois, une statistique sur le nombre de déplacement touristique et les dépenses générées. L'an 1984 est donc considérée comme le point de départ du tourisme intérieur chinois statistifié.

3-4-2. Les politiques importantes à la faveur du développement du tourisme intérieur

A travers le cas du tourisme international, on se rend compte que l'Etat joue un rôle essentiel, car il est capable de centrer tous les efforts tant au niveau financier que politique sur la stimulation d'un secteur. Le tourisme international a donc connu un essor suite à la mobilisation de l'Etat. Si l'on promène le regard dans l'évolution du tourisme intérieur chinois, on peut remarquer que son développement n'aurait pas été connu sans appui fort de l'Etat, notamment la mise en place de certaines politiques et mesures importantes a pour effet de largement accélérer le développement du tourisme intérieur de la Chine qui a passé la phase de « non encourager », à celle de « promouvoir énergiquement », par passant par quelques périodes de reflux dues aux incidents imprévus tels que les événements de la Place Tiananmen en 1989, le SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère) en 2003, ainsi que la crise financière mondiale en 1997.

¹⁸ Le document du Conseil d'Etat (datée le 10 Octobre 1981) intitulé « *Décision sur le renforcement du travail du Tourisme* ».

Pendant les années 1980, malgré la création du Bureau national du tourisme, aucune politique à la faveur du développement du tourisme intérieur n'est sortie. Toutes les forces ont été centrées au celui du tourisme international. Il faut donc attendre jusqu'à l'année 1993 où le tourisme intérieur a, pour la première fois, reçu un message d'encouragement de la part de l'Etat. Cette année, les autorités chinoises ont publié « *Les propositions concernant le développement du tourisme intérieur* ¹⁹ », dans lesquelles, le tourisme intérieur est conseillé d'être incorporé dans le futur plan de développement de l'économie national et de progrès social. En termes de stratégie du développement, elle consiste d'une part à promouvoir, parmi les Chinois, les activités touristiques précédemment conçues pour les touristes étrangers, d'autre part, il s'agit de créer les produits touristiques à la faveur de la massification du tourisme intérieur.

Ce message est en effet arrivé au bon moment, car 15 ans après la mise en place de la politique de réforme et d'ouverture, la condition de vie des Chinois a connu une visible amélioration. Plus concrètement, le PIB par habitant s'est déjà élevé à 520 dollars en 1993, contre 222 dollars en 1978. A part la dépense du quotidien, un surplus de leurs recettes leur a permis, par conséquent, de générer l'envie de pratiquer le tourisme. L'encouragement de l'Etat a eu pour effet de créer un environnement politique favorable à un essor du tourisme intérieur.

A part le moyen financier, une autre condition importante pour pratiquer le tourisme est « le temps libre ». En effet, à partir de 1995, une série de mesures a été mise en place dans le but de créer davantage du temps libre éventuellement consacré au tourisme intérieur. Nous étalons ici les changements importants dans l'évolution de leur durée du travail du système de congés :

1. En 1995, le gouvernement a réduit la durée du travail hebdomadaire de 44 à 40 heures. Apparemment, cette mesure n'a pas eu cependant pas l'effet de créer un

¹⁹ Le document du Bureau national du tourisme (datée le 6 Novembre 1993) intitulé « *Les propositions concernant le développement du tourisme intérieur* ».

temps libre concentré pour pratiquer le tourisme, mais la réduction de la durée du travail dans la semaine a permis aux travailleurs de mieux se reposer hors de travail, et ensuite de vouloir faire des déplacements aux motifs d'agrément dans le week-end. De plus, L'année suivante a été déclarée par l'Etat « Année des loisirs et des vacances » dans le but de promouvoir l'idée de la prise des vacances au public.

2. Pour stimuler la consommation nationale face à la crise asiatique de 1997, une politique la plus déterminante au développement du tourisme intérieur chinois a été lancée en 1999 par le gouvernement chinois : la mise en place des congés payés annuel de 10 jours répartis dans quatre fêtes importantes en Chine : un jour au 1^e janvier (le nouvel an), trois jours à la fête du printemps (variée selon la calendrier chinoise), trois jours à la fête du travail (le 1^e mai), les restes trois jours à la fête nationale (le 1^e octobre). Chaque trois jours de congés, en ajoutant les week-ends le précédant et le suivant (si la fête tombe lundi, souvent on avance le prochain week-end en échangeant avec jeudi et vendredi, ça veut dire on travaille samedi et dimanche), constitue par conséquent un long congé de sept jours, ce que l'on appelle « la semaine d'or ». Particulièrement conçue pour le développement du tourisme intérieur, l'instauration des « semaine d'or » permet aux chinois d'effectuer les déplacements plus longs avec une consommation plus importante sur le transport et l'hébergement. Le nombre de déplacements touristiques a connu un essor en passant à 1,61 milliard en 2007 (Le tableau 4 ci-dessous).
3. L'afflux de touristes généré pendant ces trois périodes de pointe consacrées au tourisme a par conséquent provoqué une surfréquentation aux sites touristiques nationaux. Ils étaient confrontés à la fois aux problèmes considérables de l'organisation pour l'hôtellerie et les transports régionaux, sans oublier le risque de la dégradation de l'environnement naturel. Face à cette crise de surfréquentation, un réaménagement a été initié par l'Etat. Il consistait à réduire la

durée du congé du 1^e mai à un seul jour, puis à répartir trois jours fériés à trois fêtes traditionnelles chinoises. (ce fut un jour de plus en total de jours fériés annuels) (la fête des Morts au 5 avril, la fête des Bateaux-Dragon au 5^e jour du cinquième mois lunaire, ainsi que la fête de la Mi-automne au 15^e jour du huitième mois lunaire.) Cette réforme de « semaine d’or » a eu pour effet, d’une part, de disperser l’afflux de touristes sur les périodes variées, d’autre part, de promouvoir les loisirs de proximité de plus en plus pratiqués par les citoyens urbains.

Tableau 3. Evolution du système de congé payé

L’instauration du congé payé en 1999	La réforme du congé payé in 2008
Le nouvel an (le 1 ^e janvier) : 1 jour	Le nouvel an (le 1 ^e janvier) : 1 jour
La fête du printemps (janvier ou février) : 3 jours	La fête du printemps (janvier ou février) : 3 jours
	La fête des Morts (le 5 avril) : 1 jour
La fête du travail (le 1 ^e mai) : 3 jours	La fête du travail (le 1 ^e mai) : 1 jours
	La fête des Bateaux-Dragon (fin mai ou début juin) : 1 jour
	La fête de Mi-automne (septembre) : 1 jour
La fête nationale (le 1 ^e octobre) :3 jours	La fête nationale (le 1 ^e octobre) :3 jours
Total : 10 jours	Total : 11 jours

Elaboré par

l’auteur

3-4-3. L’évolution des pratiques touristiques des chinois

3-4-3-1. Le nombre et la fréquence de déplacements du tourisme intérieur

Au fur et à mesure que le plan du développement du tourisme a été réaménagé plusieurs fois afin de servir celui du développement économique national dans les

périodes différentes, les pratiques touristiques des chinois ont connu une évolution en termes de modalité et fréquence. La montée de la condition de vie résultant d'un essor économique, accompagnée d'une augmentation du temps libre, a permis aux Chinois à la fois d'avoir l'envie et le moyen, d'une part, de pratiquer davantage le tourisme, et d'autre part, d'effectuer des déplacements d'agrément plus longs tant au terme de distance que de durée.

Tableau 4. Évolution du nombre de déplacement et de la dépense du tourisme intérieur entre 1984 et 2010

Année	Nombre de déplacement (milliard)	Taux de croissance annuel (%)	Dépense totale annuelle (Yuan milliard)	Taux de croissance annuel (%)
1984	0.20	-	-	-
1985	0.24	20.0	8.0	-
1986	0.27	12.5	10.6	32.5
1987	0.29	7.4	14.0	32.1
1988	0.30	3.4	18.7	33.5
1989	0.24	-20.0	15.0	-19.7
1990	0.28	16.7	17.0	13.3
1991	0.30	7.1	20.0	17.6
1992	0.33	10.0	25.0	25.0
1993	0.41	24.2	86.4	*
1994	0.524	27.8	102.35	18.5
1995	0.629	20.0	137.57	34.4
1996	0.639	1.6	163.84	19.1
1997	0.644	0.8	211.12	29.0
1998	0.694	7.8	239.12	13.2
1999	0.719	3.5	283.19	18.4
2000	0.744	3.5	317.6	12.1
2001	0.784	5.4	352.2	10.9
2002	0.878	12.0	387.8	10.1
2003	0.870	-0.9	344.2	-11.2
2004	1.102	26.7	471.1	36.8
2005	1.212	10.0	528.6	12.2
2006	1.394	15.0	623.0	17.9
2007	1.610	15.5	777.1	24.7
2008	1.712	6.3	874.9	12.6
2009	1.902	11.1	1,018.4	16.4
2010	2.103	10.6	1,258.0	23.5

Source : Administration nationale du tourisme de Chine (2012)²⁰

Selon le tableau ci-dessus, nous pouvons remarquer une croissance quasi-constante tant au niveau du nombre de déplacements que de la dépense. En 2010, le nombre de déplacements touristiques intérieurs chinois s'est élevé à 2,1 milliards, soit 10 fois de

²⁰ Ces données (tableau 4 et 5) sont extraites de la référence suivante : Administration nationale du tourisme en Chine (2012)

The yearbook of China tourisme statistics 2012, China tourism press, Pékin, 320p.

plus par rapport à l'année 1984. Nous pouvons cependant constater quelques années de baisse dans le tableau dû aux incidents décourageant les sorties. Par exemple, à cause des évènements de la Place de Tiananmen, le nombre de déplacements a reculé de 20% par rapport à l'année précédente, et il faut attendre trois ans, c'est-à-dire jusqu'à 1992 où le nombre de déplacement a rattrapé celui de 1988. Par ailleurs, à partir de 1996, la crise financière asiatique a freiné le développement du tourisme intérieur chinois qui a donc connu une stagnation pendant quelques années. Au début du 21^e siècle, le secteur du tourisme chinois a reçu un coup de massue par la crise épidémique SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère). En 2003, non seulement le nombre d'arrivées de touristes internationaux, mais aussi celui de déplacements touristiques nationaux, ont connu une nette baisse. Heureusement cette crise n'a duré qu'un an et l'année suivante, le développement du tourisme intérieur chinois s'est mis en route.

Tableau 5. Fréquence de déplacement touristique et la dépense entre 2001 et 2010

Année	Nombre de déplacement (milliard)	Taux touristique ²¹ (%)	Dépense totale annuelle	Dépense par déplacement (Yuan)
2001	0.784	62.2	352.23	449.5
2002	0.878	69.2	387.84	441.8
2003	0.870	67.9	344.22	395.7
2004	1.102	84.8	471.07	427.5
2005	1.212	92.7	528.60	436.1
2006	1.394	106.1	622.97	446.9
2007	1.610	122.5	777.06	482.6
2008	1.712	129.5	874.90	511.0
2009	1.902	143.2	1,018.37	535.4
2010	2.103	157.4	1,257.98	598.2

Source : Administration nationale du tourisme de Chine (2012)

Au niveau de la fréquence, nous remarquons qu'après le lancement de la politique « semaine d'or » en 1999, les chinois disposent davantage du temps libre

²¹ Taux touristique = le nombre total de déplacement/ la population totale de Chine.

pour effectuer les pratiques touristiques, le nombre de déplacements a connu une croissance quasi-constante en dépassant 2 milliards en 2010, soit 10 fois de plus par rapport à l'année 1984. Certes, «2 milliards de déplacements en un an» s'avère gigantesque au niveau quantitatif, mais si nous le plaçons sur la population chinoise, nous avons l'impression que la fréquence du déplacement touristique des Chinois restait dans un niveau moins élevé, il faut attendre jusqu'à 2006 où statistiquement chaque Chinois peut assurer au moins un déplacement touristique intérieur dans l'année, même en 2010, plus de 40 ans après la mise en place de la politique de réforme et d'ouverture. Le taux touristique n'a atteint que 1.5 déplacement par personne. Voyons un autre indicateur qui reflète partiellement la figure du tourisme que les chinois pratiquent : la dépense par déplacement. En observant le tableau ci-dessus, nous trouvons que pendant 10 ans de développement, la dépense par déplacement n'a pas largement augmenté, 4495 yuans en 2001 contre 5982 yuans en 2010, d'autant plus que si nous prenons en compte l'inflation existante pendant ces dix ans. Cependant, évaluer le développement du tourisme intérieur chinois à partir de l'échelle du pays présente plusieurs limites, vu la disparité immense en terme de processus du développement entre les régions d'est et d'ouest. Les données obtenues n'arrivent donc pas à montrer la situation réelle des régions aisées ni celle des régions moins développées, mais il n'existe malheureusement aucune statistique par province, ni par la région. C'est pour laquelle notre recherche sera encadrée dans la région du delta du Yangtsé où étalent les villes les plus développées telles que Shanghai, Suzhou, Hangzhou, etc., dans le but de donner un travail plus représentatif.

3-4-3-2 l'évolution des formes de pratiques touristiques intérieur des touristes chinois jusqu'à la fin du 20^e siècle

Bien sûr que les pratiques touristiques ne sont pas un phénomène récent en Chine, elles existaient déjà même avant la naissance du tourisme. Notre recherche s'intéresse plutôt aux pratiques touristiques des chinois après 1978 datant le début du tourisme intérieur de la Chine. Malgré un commencement tardif, le tourisme intérieur

a déjà connu un développement considérable accompagné du celui de l'économie nationale. Les formes de pratiques touristiques, évoluant souvent avec l'amélioration de la condition de vie du peuple, est beaucoup diversifiée par rapport au début des années 1980.

Pendant les années 1980, bien que la priorité soit donnée au tourisme international, nous pouvons constater quand même les pratiques touristiques des Chinois, marquées cependant par un type de tourisme dit « le tourisme du bien-être ». Ce dernier faisait partie de la prestation du bien-être des travailleurs accordée par les unités de travail. A ce temps-là, les employés des établissements étatiques pouvaient bénéficier d'un repos de plusieurs jours dans les stations de cure créées par les unités de travail souvent au milieu des sites touristiques naturels, par exemple, au Moganshan, entre les années 1980 et 1990, nous pouvons trouver 16 maisons de cure appartenant respectivement aux établissements d'intérêt public variés provinciaux. (Lai G., 1994) Ce type de tourisme, caractérisé par un départ collectif (arrangé par les unités de travail) et une forte saisonnalité (en été) et régionalité (à l'échelle de la province), représentait à ce temps-là, une grande partie des pratiques touristiques des chinois. Un autre type de pratique touristique importante pendant cette période était marqué par un motif professionnel, les visites se faisaient à l'occasion de la participation à une conférence ou un séminaire. « *Des échantillons de sondages indiquent que seule une fraction des voyages domestiques sont payés par les touristes eux-mêmes. De nombreux voyages ont été payés soit par les ministères du gouvernement, soit par les employeurs, car ces voyages faisaient partie de divers conférences et séminaires, inspections « officielles » et voyages d'étude et voyages de récompense*²² » (Zhang G., 1989). Jusqu'à présent, ce type de pratique touristique occupe toujours une place assez importante dans le tourisme intérieur chinois.

²² Traduit en français par Benjamin Taunay dans sa thèse : *Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, 2009, Université de La Rochelle.

Sans l'encouragement de l'Etat au niveau de la politique, ni un surplus suffisamment consacré au tourisme, les Chinois pratiquaient rarement du tourisme de leur propre initiative. Le tourisme n'a pas encore intégré leur vie quotidienne, mais s'est vu comme un bonus occasionnel. Malgré la passivité, la participation relativement massive et constante nous permet de considérer ces deux types de pratiques touristiques comme le début du tourisme intérieur chinois après la mise en place de la politique de réforme et d'ouverture en 1978.

A partir des années 1990, un réaménagement du plan de développement du tourisme a été lancé par l'Etat. Dans un premier temps, l'ex-directeur du Bureau national du tourisme de Chine, M. Liu Yi a prononcé dans un discours : « *le tourisme intérieur doit maintenant se voir comme la base du tourisme chinois* » (Zhang W., 1997 : pp. 565-571). En 1993, les autorités chinoises ont publié « *Les propositions concernant le développement du tourisme intérieur*²³ », dans lesquelles, le tourisme intérieur a été conseillé d'être incorporé dans le futur plan de développement de l'économie nationale et de progrès social. Le changement de l'orientation a aussi été accompagné de la sortie des nouvelles mesures à la faveur du tourisme intérieur : La réduction de la durée de travail hebdomadaire de 44 à 40 heures en 1995; la mise en place de la « semaine d'or » en 1999; l'ouverture de 12 stations de vacances nationales au public ; la déclaration de « Année des loisirs et des vacances » en 1996 et « Année du tourisme chinois » en 1997. Vivement mobilisés par l'Etat, la classe chinoise relativement aisée a commencé à prendre l'habitude de pratiquer le tourisme. De plus, à ce temps-là, les activités des touristes internationaux ont provoqué un impact important sur les pratiques touristiques des Chinois. D'une part, l'idée de partir en voyage pendant le temps libre introduit par ces touristes étrangers, a été progressivement diffusée à l'échelle nationale, d'autre part, leur arrivée a eu pour effet d'exiger le secteur du tourisme chinois de rapidement améliorer leurs services et

²³ Le document du Bureau national du tourisme (datée le 6 Novembre 1993) intitulé « *Les propositions concernant le développement du tourisme intérieur* ».

les infrastructures d'accueil. Le tourisme intérieur a donc bénéficié d'une amélioration à la fois des services et des infrastructures touristiques.

Certains circuits touristiques appréciés par les touristes étrangers ont été relancés dans le marché touristique national. Ils ont aussi connu un grand succès parmi les touristes chinois, car la qualité, au niveau de la prestation de services et d'attractivité du programme, de ces circuits était souvent assurée à la suite du passage des touristes étrangers. De plus, le fait que l'augmentation du temps libre et du revenu a rendu possible aux Chinois de participer à un circuit touristique qui exigeait normalement une durée plus longue et un budget plus large. Notamment la mise en place de la « semaine d'or » en 1999 a eu pour effet de largement diffuser les circuits touristiques organisés. Selon la statistique de l'Administration nationale du tourisme de Chine, pendant la première « semaine d'or » à l'occasion de la Fête nationale en octobre 1999, 40 millions de déplacements touristiques nationaux (dont 63% organisés par les tour-opérateurs) ont été effectués, en générant une dépense totale de 28,32 milliards de yuans. La réussite des voyages organisés à ce temps-là a fait preuve de l'émergence du tourisme de masse en Chine caractérisé par une prestation de service standardisée. En même temps, les Chinois ont commencé à pratiquer le tourisme de leur propre initiative.

Au fur et à mesure du développement socio-économique rapide, le tourisme intérieur chinois est entré, notamment après l'an 2000, dans une phase marquée par une diversification et une personnalisation aussi bien dans l'organisation du tourisme que dans la consommation du tourisme. De nouvelles dynamiques touristiques ont participé à la création des nouveaux lieux touristiques et à la transformation spatiale et fonctionnelle des lieux touristiques existants, alors que dans certains hauts lieux touristiques, le tourisme de masse a connu une dégradation au niveau du nombre de touristes. Les causes et les influences produites par les pratiques des touristes sur les

lieux touristiques font l'objet de notre recherche et permettent de connaître le processus le plus récent du tourisme en Chine.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis de revoir la trajectoire de l'évolution du tourisme en Chine. La pratique touristique est un phénomène dont l'ampleur est récente mais dont les origines sont anciennes en Chine. Le circuit du pays des empereurs, le voyage commercial des marchands, ainsi que le voyage des *Mingsheng* des lettrés chinois ont constitué les pratiques touristiques les plus anciennes en Chine. A cause de la politique de fermeture et de l'invasion des pays occidentaux, le tourisme n'a cependant pas connu un développement comme en Europe dans le 19^e siècle. Il faut attendre jusqu'à la fin des années 1970 que le tourisme a enfin vu le jour. Cela a marqué le début du processus du tourisme au sens modern. Depuis, tout comme la croissance remarquable de l'économie chinoise, le tourisme a connu un épanouissement tant en terme de forme que de nombre de touristes. D'un privilège réservée aux cadres du Parti pour leur délassement et régénération à une vaste diffusion dans la société, le processus touristique en Chine a un lien fort avec le développement socio-économique chinois. L'éclairage de la trajectoire de l'évolution du tourisme chinois nous propose une référence pour mieux comprendre le processus touristique se déroulant dans notre terrain d'étude.

Conclusion de la partie 3

La première partie de cette thèse nous a proposé non seulement un cadre théorique et conceptuel pour réaliser notre étude dans le champ du tourisme, mais également un panorama de l'évolution du tourisme en Chine.

Le premier chapitre a tenté de faire un état de l'art du fordisme et du post-fordisme. Cette théorie a permis aussi d'expliquer l'évolution du processus du tourisme dans les pays occidentaux. En tant qu'un phénomène économique par une approche économique, le mode de production et de consommation du tourisme a subi une transition du fordisme au post-fordisme. L'éclairage de ce processus nous permettra à mieux comprendre l'évolution du tourisme dans notre terrain d'étude par une approche socio-économique.

A travers le deuxième chapitre de cette partie, nous avons défini le tourisme à la base du travail achevé par d'autres chercheurs. C'est une démarche incontournable pour lancer une recherche dans le champ du tourisme. De plus, en employant la théorie de l'Equipe MIT, nous avons mis le phénomène de tourisme dans un système composé principalement par les acteurs, les pratiques et les lieux. Cela nous permettra de mieux connaître le mécanisme du fonctionnement du système du tourisme à travers la mise en jeu de chaque élément. Nous sommes donc capables d'appréhender comment les touristes créent ou transforment les lieux touristiques à travers leurs pratiques.

Le dernier chapitre a été consacré à une récapitulation de l'évolution du tourisme en Chine. Nous sommes rendus compte que malgré une quarantaine d'années depuis la naissance du tourisme au sens modern, l'histoire des pratiques touristiques en Chine pouvait remonter dans la période féodale il y a plus de mille ans. Un autre fait obtenu de l'étude est que le processus du tourisme chinois a connu un avancement rapide avec son développement socio-économique. C'est dans ce contexte-là, nous sommes intéressés de comprendre comment le processus touristique

se déroule avec l'apparition de nouvelles dynamiques touristiques dans notre terrain d'étude dominé auparavant par le tourisme de masse.

PARTIE 4 L'EVOLUTION DU PROCESSUS TOURISTIQUE AU MOGANSHAN

Introduction de la partie 4

Dans la partie précédente, nous avons clarifié la définition du tourisme qui se représente comme un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces. Parmi ces trois éléments, les acteurs, plus précisément dit les touristes, jouent un rôle fondamental pour faire fonctionner ce système. Pour satisfaire leurs besoins récréatifs, ils inventent de diverses activités telles que la découverte, le repos et le jeu, ce que nous appelons la pratique touristique. En même temps, ils cherchent ou créent un espace pour pratiquer ces activités, ces espaces dits lieux touristiques sont différenciés et catégorisés selon leurs dimensions géographiques et fonctions récréatives. Dans ce sens, la création de l'espace touristique est fortement conditionnée de celle des pratiques touristiques (Equipe MIT, 2005). Ce sont les touristes qui créent les espaces touristiques à travers la mise en pratique de leurs désirs récréatifs. De même, l'espace évolue avec le changement des activités pratiquées sur l'espace. Sa dimension géographique peut s'étendre avec la popularisation des activités pratiquées, tel est le cas de la région balnéaire d'Espagne, côté méditerranéen, suite à la diffusion du tourisme de « 4S » pendant les années 1950s (Cuvelier P., 1998); sa fonction récréative peut aussi se multiplier avec la diversification des types de pratiques, par exemple les Alpes, outre le tourisme à motif découverte, ils sont de plus en plus fréquentés grâce au développement du tourisme sportif (Cuvelier P., 1998). Certes, l'espace est susceptible de se réduire, voire de disparaître, lorsque l'intérêt des touristes se déplace, voyons que l'agritourisme à la périphérie de Shanghai (la cueillette des fruits, la visite à la ferme, etc.) a connu une chute depuis ces trois dernières années, selon la recherche de Emmanuelle Véron (2016), les Shanghaiens préfèrent maintenant se déplacer à la nature où il y a moins de monde et plus de tranquillité et authenticité. De ce fait, les pratiques des touristes, en occupant manifestement la place dominante dans le système touristique, influence de façon

profonde l'évolution des espaces touristiques. Bien que certains lieux disposent des riches ressources favorisant la mise en tourisme, l'espace touristique ne sera pas créé sans que les individus n'y portent leur regard. Le lieu ne crée donc pas le tourisme, mais l'inverse.

Le Moganshan, dont le nom provient d'une légende circulant plus de 2500 ans, possède une histoire aussi riche qu'ancienne. Son histoire moderne²⁴ démontre dans une certaine mesure l'évolution du paysage politique de la Chine. La découverte par hasard par un missionnaire états-uniens, puis la diffusion rapide dans le monde occidental de sa renommée qui a par conséquent rendu le Moganshan célèbre comme station estivale parmi les résidents étrangers de la Chine. Sa valeur historique et touristique a davantage été valorisée par le passage du parti nationaliste et du parti communiste qui, tous les deux, l'ont fréquenté comme maison de cure dédiée aux personnes importantes des partis. On ne peut pas analyser le nouveau processus du tourisme au Moganshan sans parler de son histoire, surtout pour le but de comprendre pourquoi c'est toujours le Moganshan qui a témoigné du début du nouveau processus du tourisme comme il y a un siècle et demi.

Cette partie vise à analyser l'évolution du processus du tourisme au Moganshan. Au niveau de la dimension spatiale, l'espace touristique du Moganshan a connu une extension du haut de la montagne à la région rurale à l'entour au fur et à mesure du passage de différents types de voyageurs avec de différentes façons de pratiquer le lieu depuis la création de la station estivale jusqu'à nos temps. Ici nous voulons diviser ce processus en trois phases chronologiques : la phase de villégiature (1896-1979), la phase de massification du tourisme (1980-2007), ainsi que la phase d'apparition des formes du tourisme post-fordiste (depuis 2007), marquée par la première installation du *Yangjiale*²⁵.

²⁴ Entre 1840 et 1949, c'est-à-dire que de la déclaration de la première guerre d'opium à la fondation de la RPC.

²⁵ Un nouveau type d'hébergement touristique géré par les étrangers.

Le premier chapitre sera consacré à décrire les pratiques des lettrés chinois au Moganshan avant la création de la station estivale et à expliquer pourquoi leurs pratiques ne sont pas prises en compte dans notre champ de la recherche.

Le deuxième chapitre tentera à analyser le premier processus de l'évolution du tourisme du Moganshan marqué par la création de la station estivale (*hill station*). Nous allons tout d'abord faire un état de l'art du contexte socio-économique et quelques notions importantes telles que la concession et la station estivale. Dans un second temps, nous allons étaler comment les passages des différents acteurs ont créé ou ont recomposé les espaces touristiques du Moganshan à travers leurs pratiques.

Dans le troisième chapitre, nous allons étudier le processus de la transformation du Moganshan d'une station estivale réservée à la population élitiste vers un parc national fréquenté par le flux des touristes de masse. Nous allons ensuite mesurer le poids de l'influence de la transformation sur le changement de la dimension spatiale et des fonctions de l'espace touristique du Moganshan.

Le dernier chapitre sera consacré à l'étude de nouvelles dynamiques touristiques apparues au début du 21^e siècle. Il s'agit de l'émergence d'un nouveau type d'hébergement touristique initié par les investisseurs étrangers. Ce nouveau type d'hébergement est nommé *Yangjiale* issu de l'appellation de *Nongjiale* pouvant se traduire en français « être heureux à la ferme ». En respectant l'environnement naturel et humain lors de la conception de l'hébergement, le *Yangjiale* propose aux touristes de nouvelles façons et formes de pratiquer le Moganshan, ce qui marque probablement le début du nouveau processus touristique.

Chapitre 1 Les pratiques touristiques des lettrés chinois dans l'antiquité

Les étrangers ne sont pas les premiers visiteurs qui ont découvert la beauté du Moganshan, mais les poètes chinois. Leurs œuvres nous montrent que l'histoire de l'activité humaine du Moganshan peut remonter à presque 1300 ans avant l'arrivée des étrangers. « *Je vis dans un monde où je n'entends que le chant de la fontaine et ne vois que la vague de la forêt de bambou* ». Le poème de Guo Wenxian daté en 317 nous raconta sa vie retirée dans le Moganshan, alors que Shen Linshi nous décrit dans son œuvre un image de la dynamique de l'échange entre les poètes se réunissant au Moganshan dans la dynastie des Nan (420-589) « *une centaine de poètes venant de quatre coins de la Chine se donne ce rendez-vous quelques mois d'avance et se parle de la politique, de la philosophie, de l'art jour et nuit* ». Presque en même période, un autre partie de visiteurs arrivèrent : les moines. Comme la plupart des montagnes chinoises, le Moganshan maintient un lien étroit avec le bouddhisme : La montagne est un endroit idéal pour les bouddhistes de s'éloigner du monde ainsi que de pratiquer le bouddhisme en oubliant tous les désirs matériels, d'autre part, la montagne est par conséquent donné plus de célébrité grâce à l'arrivée des moines avec la construction des temples. Pas comme le Catholicisme ou le Christianisme dont l'esprit insiste sur la propagation de l'Évangile en réunissant autant possible de croyants, celui du Bouddhisme est de se cultiver mentalement et physiquement. Attiré par son calme et sa beauté de la nature, le moine Weizhen construisit le premier temple (le Temple Tianquan) du Moganshan pendant la dynastie des Nan (535-546). Dès lors, le développement du bouddhisme au Moganshan entra dans une belle époque, de plus en plus de moines arrivèrent et construisirent un bon nombre de temples du pied au sommet de la montagne. Selon « *Inscription sur stèle de reconstruction de Tianchi du Moganshan* » (Zhou H., 1924 : pp. 29), « *Jusqu'à l'époque de l'empereur Qianlong (1736-1795), dans le Moganshan, il y a plus de 400 temples où habitent environ 3000 moines, il a dit qu'il avait un moine qui a pris plus d'un an pour visiter tous les temples au Moganshan* ». Le bouddhisme qui a joué

depuis son entrée en Chine un rôle important dans la culture chinoise, a profondément influencé les pensées des poètes chinois et a inspiré leurs créations. L'esprit bouddhique dont le principe est de se concentrer sur la vie spirituelle en se déchargeant du monde matériel et puis d'apporter les fruits de bien-être à tous les êtres vivants, leur a proposé une autre vision de regarder l'entourage. Dans l'ancienne Chine, le système mandarinal (le concours Keju) était le seul moyen de sélectionner les fonctionnaires, les jeunes candidats avec une grande ambition politique devaient passer des années pour préparer le concours. Dû à la condition sévère de ce concours national et au nombre de postes très limités par rapport à celui de candidats, la plupart des jeunes finirent par y échouer. Cela est le cas de beaucoup de poètes renommés chinois tel que Du fu²⁶, qui fut refusé deux fois malgré une dizaine d'années de préparation. Il y avait ceux qui ne réalisèrent pas leurs dessins politiques dans leurs postes et abandonnèrent finalement leurs carrières politiques, par exemple Libai, le plus grand poète de la dynastie des Tang, dégoûté par la course au pouvoir et au profit entre les bureaucrates, quitta son poste avec toute déception. Ces pessimistes choisirent de s'éloigner des villes et finalement trouvèrent le réconfort moral dans le bouddhisme qui leur apprit d'être moins attachés aux honneurs et richesses. Le lien étroit entre les poètes et les moines avait pour effet de favoriser le développement de la littérature bouddhique ainsi que celui du bouddhisme. La montagne, qui jouait un rôle de plate-forme de communication, bénéficia elle-même au niveau de la célébrité du lien étroit entre les poètes et les moines.

La prospérité du Moganshan connut une chute par les incessantes guerres civiles pendant l'époque des empereurs Xianfeng et Tongzhi (1831-1875). De nombreux temples furent brûlés et détruits, les moines expulsés. Lors de la fin de la guerre, il ne restait qu'environ 70 temples, la plupart desquels étaient délabrés et vides. Depuis, il y avait rarement d'activité humaine dans le Moganshan, qui devint alors une montagne déserte.

²⁶ Du Fu : Un des poètes les plus célèbres de la Dynastie des Tang (A.D.712-770).

1300 ans avant l'arrivée des étrangers, la beauté du Moganshan a déjà été découverte par les poètes chinois et chantée dans leurs œuvres. Selon la théorie du tourisme de nos jours, ils peuvent être considérés comme touristes qui voyagent pour l'agrément, et leurs activités peuvent aussi marquer les premières pratiques touristiques au Moganshan. Mais cela n'entre pas dans notre champ de recherche.

Selon notre théorie choisie, la naissance du tourisme est basée sur l'invention du temps de travail. L'envie de pratique d'agrément hors du travail fait inventer les diverses manières d'occuper le temps libre, le voyage d'agrément en fait partie. De plus, l'évolution du tourisme, en passant du tourisme d'élite à de masse, est fortement liée au développement socio-économique de la société. De ce fait, les déplacements des poètes de l'antiquité chinoise, malgré le but d'agrément, ne concernent qu'une petite fraction de la population qui vivait différemment de la plupart du peuple. Si par certains aspects, leurs activités préfigurent une forme de pratique qui semble le tourisme dont nous parlons de nos jours, par d'autres aspects, si nous regardons le rapport que ces pratiques entretiennent avec le temps, avec le travail, ainsi que avec l'espace, ils s'en éloignent encore.

Le tourisme est né pendant le 17^e siècle grâce à la mise en place « Grand tour », tous les phénomènes dits touristiques qui font l'objet de notre recherche, se sont donc datés à partir de cette période-là. De ce fait, les pratiques des poètes révèlent peu de valeur scientifique en termes de tourisme.