



La géopolitique du tourisme est dans l'air du temps. En témoigne la sortie, fin 2007, d'un numéro de la revue Hérodote consacré à cette question (recensé sur EspacesTemps.net) — numéro auquel Jean-Michel Hoerner a d'ailleurs participé avec deux articles¹, dont on retrouve le contenu dans son ouvrage *Géopolitique du tourisme*.

Jean-Michel Hoerner, professeur de géopolitique et de tourisme, poursuit dans *Géopolitique du tourisme*, un travail de « reconnaissance d'une "science touristique" » (p. 72) engagé depuis longtemps². L'objectif, ambitieux et enthousiasmant, est d'œuvrer à l'édification d'une science pluridisciplinaire du tourisme, la « tourismologie » (p. 72), dont la finalité consisterait « à élever le niveau des formations professionnelles en hôtellerie et en tourisme, à autonomiser une recherche déjà active, à optimiser les outils des professionnels du tourisme et à adosser la branche tourisme à un corpus de connaissances scientifiques » (pp. 73-74).

Après une introduction expliquant l'importance d'une géopolitique du tourisme, six chapitres très généraux s'enchaînent³, avant une conclusion sur le thème du tourisme, facteur de développement. La question de la construction de la science du tourisme n'est donc pas, et c'est dommage, au cœur de la réflexion : elle n'occupe que quelques pages d'un ouvrage dont le contenu pose de nombreux problèmes.

Jean-Michel Hoerner explique avoir créé plusieurs fois la « polémique » (p. 72) par ses écrits, ce qu'il est aisé de comprendre en lisant *Géopolitique du tourisme*. Loin de nous l'idée de vouloir susciter avec cet auteur une nouvelle polémique. Toutefois, la lecture de cet ouvrage destiné à des étudiants, impose d'user du « regard critique » du géographe (p. 83) pour souligner de multiples problèmes, des faiblesses et des affirmations à l'emporte-pièce qui nuisent considérablement à la qualité de l'ensemble.

Problème n°1 : Peut-on réduire le tourisme au tourisme

de masse international du Nord vers le Sud ?

Le titre *Géopolitique du tourisme* est trompeur, dans la mesure où ce qui intéresse Jean-Michel Hoerner, ce n'est pas le tourisme dans sa globalité, mais les « 200 millions de touristes du Nord qui séjournent dans le Sud »⁴ (p. 5). Plus précisément, l'auteur s'intéresse au « tourisme de masse des classes moyennes » (p. 14), définissant les classes moyennes comme « une classe sociale qui a les moyens de faire du tourisme, voire du tourisme international » (p. 16) et qui habite pavillons et lotissements de banlieue (p. 19).

La question qui se pose par conséquent est de savoir quelle légitimité accorder à un discours qui se veut global et général alors qu'il repose sur une fraction infime et réductrice d'une réalité complexe. Jean-Michel Hoerner ne traite pas de la géopolitique du tourisme mais de la géopolitique du « tourisme de masse des classes moyennes » (p. 14), ce qui est fondamentalement différent.

Problème n°2 : Qu'est-ce que la géopolitique du tourisme ?

Dès lors, qu'est-ce réellement que la géopolitique du tourisme ?

En réduisant le tourisme au tourisme de masse international des classes moyennes, Jean-Michel Hoerner d'une part se prive d'une réflexion extrêmement intéressante sur les liens entre tourisme et géopolitique, réflexion par ailleurs entamée de façon stimulante par de nombreux auteurs du numéro d'Hérodote *Géopolitique du tourisme*. Le très bon article de Joseph Martinetti, « Les tourments du tourisme sur l'île de Beauté » montre qu'il est possible de faire une géopolitique du tourisme ailleurs que dans les pays du Sud : le discours ne peut donc être réduit aux seuls déplacements touristiques du Nord vers le Sud. L'excellent article de Frank Tétart et Mathias Strobel, « Le tourisme en Antarctique : un enjeu géopolitique ? » illustre l'importance d'analyser à toutes les échelles les possibles conflits liés au tourisme et de prendre en compte tous les types de tourisme et de touristes, même le plus marginal.

D'autre part, l'auteur simplifie à l'extrême les liens entre tourisme et géopolitique. Il ressort en effet de cet ouvrage que le tourisme provoque des attentats islamistes du fait du comportement outrancier des touristes du Nord dans des pays du Sud. Béatrice Giblin (2007) explique cependant que les liens entre tourisme et terrorisme sont complexes : l'Algérie, par exemple, a été très touchée par les attentats alors qu'elle n'est que peu touristique. De plus, les attentats ne concernent pas seulement les pays du Sud.

Enfin, l'hypothèse de Jean-Michel Hoerner selon laquelle le tourisme alimente « le choc des civilisations » (p. 11) ne peut résolument pas être prise au sérieux, les thèses d'Huntington ayant été depuis longtemps remises en question et critiquées, en particulier par Vidiadhar Surajprasad Naipaul et Edward Saïd⁵. Les attentats de Louxor et de Bali ne peuvent être érigés en conséquences inéluctables du déploiement du tourisme dans un pays du Sud. Avec les attentats, les islamistes radicaux visent effectivement des touristes, pour leurs pratiques et leurs valeurs, réelles ou fantasmées ; mais également les autorités locales, dans un objectif de déstabilisation politique.

L'image très négative que Jean-Michel Hoerner donne du tourisme engendre donc des conclusions simplificatrices et manichéennes⁶, et pose un problème scientifique majeur : peut-on fonder une science du tourisme en formulant un discours relevant de la pure « touristophobie » (Équipe MIT, 2002, p. 12) ?

Problème n° 3 : Science du tourisme et « touristophobie » peuvent-elles faire bon ménage ?

Jean-Michel Hoerner insiste sur le fait que le tourisme comme discipline ou comme science « a droit à autant de considérations que les autres » (p. 5), affirmation étonnante dans la mesure où le tourisme est systématiquement présenté et analysé de façon négative. En témoigne par exemple la phrase de Mimoun Hillali citée en début d'ouvrage : « l'influence négative du tourisme est assez importante lorsque le complexe de supériorité véhiculé par le visiteur trouve, malheureusement, un écho fécond dans l'imaginaire local hanté par un soupçon de sentiment d'infériorité ».

Le touriste est accusé de tant de maux par l'auteur qu'il est impossible de résister à la tentation de multiplier les citations. Le touriste de Jean-Michel Hoerner a des tendances « individualistes et égoïstes » (p. 15), il est grégaire, mal informé et peu enclin à se cultiver (p. 16), c'est un « zombi » qui aime les émissions de télévision « à la limite de la débilité » qui ne s'intéresse pas à la culture des lieux qu'il visite et se moque des conditions de vie des populations locales (p. 17). Il est aussi souvent adepte du tourisme sexuel (p. 41). Les touristes forment des « cohortes » (p. 24), des « hordes d'Attila » (p. 26), et de « prédateurs » (p. 185) dont l'« intrusion » sur les territoires est « violente et massive » (p. 12) Ils enlaidissent par leur seule présence une belle plage (p. 152), arpentent par milliers les ruelles de Marrakech et « achètent tout ce qu'ils peuvent dans des souks dénaturés » (p. 49). Par conséquent, ils « ne sont jamais des voyageurs qui s'investissent à l'étranger » (p. 80), et ne sont pas non plus « des voyageurs épris d'aventure » (p. 148).

Les mots des auteurs cités pour confirmer sont tout autant méprisants : c'est le touriste « figure du mal » de Peter Sloterdijk (p. 4), « l'armée de métier chargée de faire régner par tous les moyens la nouvelle morale festivistique et transfrontalière d'une post-humanité » de Philippe Muray (p. 10), « l'aveugle qui patrouille » de Nietzsche (p. 15)⁷. Il est presque étonnant de ne pas trouver d'extraits de l'article « la tyrannie douce de l'air conditionné » de Thierry Paquot (2001).

On retrouve dans le livre de Jean-Michel Hoerner tous les propos possibles relevant de ce que l'Équipe MIT appelle le « delirium turisticus » (2002, p. 16) et cela est d'autant plus dramatique que l'ouvrage s'adresse en premier lieu à des étudiants. Certes, le tourisme n'est pas une activité neutre, sans effets sur les territoires (en existe-t-il seulement ?), mais faut-il pour autant véhiculer l'image d'un touriste idiot et destructeur ?

Problème n° 4 : Les mots du tourisme.

Les mots qui qualifient le touriste posent problème, mais également ceux qui analysent le tourisme.

En premier lieu, le terme de « colonisme », proposé par Jean-Michel Hoerner dans les premières pages de l'ouvrage (p. 9), terme « qui s'inspire de la vision angélique des colonies de vacances » (p. 22) et exprime l'idée que les touristes sont « des colons d'un nouveau style » (p. 9). Le colonisme introduit l'idée du tourisme comme néocolonialisme. Or, et Béatrice Giblin le dit fort bien, « la colonisation fut un processus complexe, imposé, parfois à l'issue de conflits meurtriers, qui s'accompagnait de la domination et de l'exploitation des populations locales d'un bout à l'autre du territoire conquis. Il est politiquement dangereux et historiquement faux de qualifier de coloniales ou de néocoloniales des situations qui n'ont rien à voir avec ce que fut réellement la colonisation. Les touristes ne sont que de passage même si d'autres leur succèdent, et surtout ils ne sont pas en situation d'exercer le pouvoir (si ce n'est le pouvoir d'achat, ce dont profitent plus ou moins certains locaux) et viennent de façon très pacifique et le plus souvent avec les meilleures intentions du monde » (2007). Si le tourisme a pu être utilisé comme appui à la colonisation⁸, il est incorrect de faire des touristes d'aujourd'hui des « suppôts inconscients du capitalisme et du néocolonialisme » (Équipe MIT, 2002, p. 69) et du tourisme un nouveau moyen de colonisation du Sud par le Nord.

La deuxième expression posant problème est celle de tourisme de masse. L'auteur souhaite faire une « étude approfondie du tourisme de masse » (p. 13) mais ne la réalise pas. L'expression n'est jamais expliquée, critiquée ou contextualisée, alors qu'elle est placée au

cœur de la réflexion. L'absence de l'ouvrage de Florence Deprest, *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, pose question.

Posent également problème les « nouveaux concepts » (p. 106) proposés par Jean-Michel Hoerner. On peut ainsi lire qu'on « fait un *acte touristique* lorsqu'on fait une *dépense touristique*, mais on devient touriste dans la durée » (p. 106) et que « la consommation de produits touristiques [...] transforme les clients en touristes » (p. 107). Le touriste ne serait ainsi touriste que s'il consomme et il deviendrait de plus en plus touriste à mesure qu'il consomme. Il existe un lien entre tourisme et consommation, déjà souligné en son temps par Walter Benjamin, mais doit-on pour autant réduire le touriste à un consommateur ?

Dernier terme à poser problème, celui de station. Jean-Michel Hoerner explique (p. 157) que « pareillement à d'autres géographes », il « n'a pas résisté à une typologie naturelle des stations fondée sur le nombre de lits d'hôtellerie ». Cette phrase suscite plusieurs interrogations : d'abord, quels sont ces géographes ? Une note de bas de page donne le nom de Jean-Pierre Lozato-Giotart et deux de ses ouvrages. L'auteur aurait pu également faire référence à la typologie formulée par l'Équipe MIT dans *Tourismes 1. Lieux communs* (2002, p. 219 et suivantes), qui distingue site, comptoir, station, station-ville, ville-station, ville ou village touristifiés, ville ou village à fonction touristique, ville ou village étape. Ensuite : qu'est-ce qu'une typologie « naturelle » ? Enfin, le nombre de lits est-il le meilleur critère pour formuler une typologie des stations ? Le problème majeur vient cependant de ce que Jean-Michel Hoerner appelle station, qu'il définit en effet comme « des villes où se matérialisent les activités de production » (p. 153). Une confusion grave est ainsi faite entre la ville et la station : Orlando, Lourdes, La Mecque et Paris étant par exemple assimilés à des stations (p. 157). Les types de stations proposés sont également problématiques : « stations dortoirs » saisonnières et bétonnées, « stations urbaines » qui se développent dans de grandes villes, « stations aristocratiques » avec réputation luxueuse et « domaines touristiques » (pp. 160-161) comme les marinas, les hôtels-club et les parcs de loisirs. Une station dortoir est-elle non urbaine ? L'étude des stations espagnoles montre justement qu'il n'en est rien⁹. Benidorm, par exemple, station très décriée car fortement urbanisée et « haut lieu du tourisme de masse » (Équipe MIT, 2005, p. 199) accueille des touristes toute l'année et s'est engagée dans un processus de diversification de l'offre (parcs de loisirs, tourisme d'affaires) et dans une politique de requalification des hébergements. On est loin d'une station dortoir. De même, une station aristocratique est-elle également non urbaine ? On peut en douter en étudiant Deauville.

La question des mots n'est pas anodine. Dans la formulation d'un discours qui se veut scientifique, il n'est pas possible de faire l'économie de ce qui a été construit à partir de ces mots en les employant dans un autre sens : les stations ne peuvent pas être assimilées à des

villes ou comparées aux anciens comptoirs coloniaux (p. 179). Apparaît ici le cinquième problème de *Géopolitique du tourisme* : l'absence de références bibliographiques indispensables à la construction d'un discours cohérent et scientifique sur le tourisme.

Problème n° 5. Science du tourisme et « corpus de connaissances scientifiques » (p. 74).

Dans la perspective qui est la sienne de fonder une science pluridisciplinaire du tourisme, on attendrait de Jean-Michel Hoerner qu'il se réfère aux chercheurs et scientifiques de toutes disciplines travaillant sur le tourisme. La bibliographie n'est malheureusement pas à la hauteur de l'ambition et des textes indispensables manquent pour appréhender la complexité du tourisme. Rémy Knafou, n'est par exemple cité que pour deux textes où il plaide pour la reconnaissance du tourisme dans les sciences sociales, mais qu'en est-il de sa thèse sur les stations de montagne, des travaux menés dans le cadre de l'institut de Saint-Gervais ou bien avec l'Équipe MIT ?

Manquent également des travaux sur la rencontre entre touristes et habitants, qui n'est pas forcément destructrice et négative¹⁰ ; des travaux sur l'urbanité touristique¹¹ ou encore sur la création des lieux touristiques, des textes sur les pratiques, les flux et les destinations touristiques.

Ni géopolitique, ni tourisme ?

La question qui se pose à la fin de la lecture de *Géopolitique du tourisme* est de savoir s'il a été question dans l'ouvrage de géopolitique et de tourisme.

De tourisme certes, mais dans une vision tellement réductrice que l'intérêt n'est pas certain, avec des problèmes de vocabulaire et des jugements de valeur uniquement péjoratifs sur les touristes, qui rendent l'ensemble difficile à accepter à la fois scientifiquement et éthiquement.

De géopolitique, certes, mais réduite aux seuls rapports Nord colonisateur/Sud dominé et exploité, sans aucun jeu d'échelles, sans réflexion sur les temporalités des "conflits" liés au tourisme.

L'impression d'inachevé est renforcée par le fait que les chapitres ne sont pas liés les uns aux autres, et encore moins en lien avec la problématique générale de l'ouvrage (en quoi le quatrième chapitre sur les stratégies de développement économique du tourisme traite-t-il

de la géopolitique du tourisme ? ; pourquoi un chapitre sur le tourisme durable¹² ?). Jean-Michel Hoerner parle de tout : du tourisme, des loisirs, du voyage (quitte à confondre le sens de ces mots¹³), du tourisme durable, de football, de mondialisation, du tsunami de 2004. Les phrases sont, de plus, souvent formulées de manière emphatique ou métaphorique : « A-t-on interrogé des touristes qui reviennent du Maroc ? Savent-ils que 40% de la population y est analphabète ? Les rares et heureux touristes qui vont en Chine se sont-ils souciés des conditions de travail des ouvriers qui fabriquent leurs ordinateurs ou leurs téléphones portables ? » (p. 17) ; « le touriste est-il donc cet “authentique criminel de paix toujours impuni” ? En tout cas, ce qui permet la catharsis des meilleures tragédies peut également exacerber le spectacle du tourisme et de son industrie. Zinédine Zidane, le capitaine emblématique de l'équipe de France, adulé sur toute la planète, y compris en Chine, n'exprime-t-il pas l'idée forte d'un voyageur de l'imaginaire effaçant toutes les frontières ? » (p. 81) ; « il est à craindre que la spirale *coloniste* aboutisse au pire... » (p. 185).

La lecture de l'ouvrage de Jean-Michel Hoerner apporte cependant des informations précieuses et récentes sur ce qu'il appelle (et là encore l'emploi de ce terme est problématique) « l'industrie du tourisme » (p. 9) : le management hôtelier, les chaînes internationales, les groupes Accor et Cendant.

Jean-Michel Hoerner, *Géopolitique du tourisme*, Armand Colin, Paris, 2008.