

# Développement durable, tourisme et territoire. Quelques éléments préalables pour une approche systémique

Pierre TORRENTE\*

**Résumé :** Le tourisme constitue aujourd'hui un enjeu considérable pour de nombreux pays ainsi que pour des territoires particuliers. Une balance des paiements souvent positive pour le secteur touristique, un nombre sans cesse croissant des visiteurs ainsi qu'un développement important de l'offre touristique témoignent d'une activité en bonne santé. Cette approche macro-économique rapide est souvent utilisée par les instances en charge du tourisme comme l'OMT (Organisation Mondiale du

Tourisme) par exemple. Cette évaluation quantitative qui considère la satisfaction de la demande des clientèles comme une finalité a prévalu non seulement pour induire le développement du tourisme depuis les années 60 mais également dans les approches prospectives du tourisme.

**Mots-clés :** développement durable, tourisme, territoire, approche systémique

\*\*\*

---

\* Enseignant-chercheur, Université Toulouse Le Mirail, Toulouse, CETIA, Centre d'Etude et de Recherche Travail Organisation Pouvoir CNRS-UMR5044, pierre.torrente@univ-tlse2.fr

*Sustainable development, tourism and territory. Previous elements towards a systemic approach*

**Abstract:** Today, tourism is one of the major challenges for many countries and territories. The balance of payments, an ever-increasing number of visitors and the significant development of the tourism offer clearly illustrate the booming trend in this sector. This macro-economic approach is often used by the organizations in charge of tourism, WTO for instance. Quantitative

assessments which consider the satisfaction of customers' needs as an end in itself have prevailed both in tourism development schemes and in prospective approaches since the sixties.

**Keywords:** sustainable development, tourism, territory, systemic approach

\*\*\*

### **Introduction**

Le tourisme constitue aujourd'hui un enjeu considérable pour les territoires qu'ils soient en France ou à l'étranger. Des recettes souvent importantes pour le secteur touristique, un nombre sans cesse croissant des visiteurs ainsi qu'un développement important de l'offre touristique témoignent d'une activité en bonne santé (Sénégal, Maroc, par exemple).

Cette approche macro-économique rapide est souvent utilisée par les instances en charge du tourisme comme l'OMT<sup>1</sup>. Et l'évaluation quantitative qui considère la satisfaction de la demande des clientèles comme une finalité a prévalu non seulement pour induire le développement du tourisme depuis les années 60 mais également dans certaines approches prospectives du tourisme. Francesco Frangialli<sup>2</sup>, dès 2000 en Guinée Conakry, lors d'un colloque sur le thème « Tourisme et réduction de la pauvreté », déclarait : « Là où le tourisme progresse, la pauvreté régresse ».

Les travaux de recherche et de terrain du CETIA (Centre d'Etudes du Tourisme et des Industries de l'Alimentation) nous ont conduit à réfléchir à l'activité

---

<sup>1</sup> OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

<sup>2</sup> Secrétaire Général de l'OMT.

touristique en considérant qu'elle devait d'abord contribuer au développement des territoires et au bien-être des populations locales; la satisfaction optimale du client devient un des moyens fondamentaux nécessaires pour atteindre cet objectif. Selon cette approche, il apparaît aisément que la vision macro-économique et quantitative évoquée dans le premier paragraphe doit être nuancée car nombre d'indicateurs, par leur comportement, montre la fragilité de ce système.

Pour illustrer ce propos, nous pouvons prendre pour exemple le *tourisme de nature*, composante essentielle du secteur touristique en de nombreuses régions du monde et très souvent utilisé comme vecteur de développement d'un territoire. Sans cesse en augmentation au regard de la demande, il a aussi été considéré comme un vecteur d'aménagement susceptible de procéder aux rééquilibrages territoriaux et économiques que supposent les espaces de nature et s'inscrire ainsi dans une démarche de développement durable.

Si nous observons et analysons, nous constatons que ce phénomène a généré un double paradoxe économique et territorial que nous mettrons en évidence. Dans cette hypothèse, deux champs d'investigation paraissent essentiels pour que le tourisme soit le facteur de développement durable supposé.

- Existe-t-il un processus de structuration du tourisme capable de participer aux grands équilibres des territoires ?
- Le tourisme est-il capable de créer un développement économique et territorial dans un espace ?

Dans ces champs, nos différents travaux nous permettent de présenter une réflexion construite autour du *principe de régulation et de dérégulation* du tourisme à partir de la loi de Homer Hoyt.

### **Première partie : Les principes fondateurs du développement du tourisme**

Si nous pouvons considérer avec un peu d'extrapolation que le tourisme était inscrit dans le devenir de l'humanité - en effet il est écrit dans la genèse : « Dieu conclut au sixième jour l'ouvrage qu'il avait fait, au septième il se reposa » – il est sans doute plus pertinent de considérer que le phénomène touristique en tant que facteur de développement d'un territoire est apparu aux 18 et 19<sup>ème</sup> siècle. En effet c'est à partir de cette époque que sont réunies simultanément les trois conditions qui permettent de considérer le tourisme comme une activité facteur de développement. Il s'agit du *temps libre*, des *moyens financiers* et de *la liberté*, pour les touristes, de se déplacer et, pour les populations locales, d'accueillir.

L'approche que nous en proposons ici n'est ni chronologique ni exhaustive mais davantage orientée vers les *facteurs déclenchants*.

C'est pourquoi nous pouvons découper l'histoire du tourisme en France en trois étapes qui correspondent à de grandes périodes de développement et d'organisation du territoire à partir du phénomène touristique.

### **Première phase : un tourisme de privilège et le rôle important des anglais**

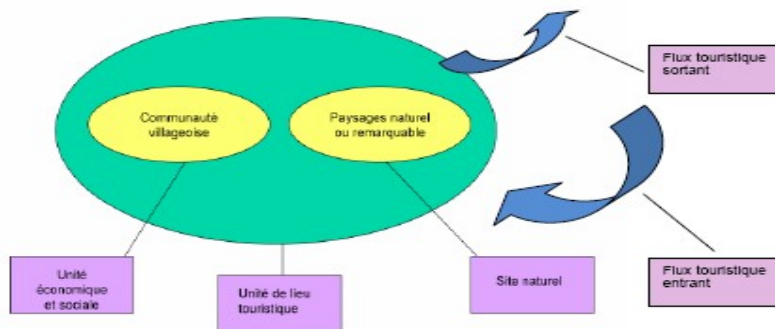
Nous pouvons dire que la société anglaise est à l'origine de la grande aventure du tourisme. Si c'est la famille royale qui a créé le premier modèle de produit touristique en développant le complexe balnéaire de Bath, c'est surtout en créant le concept d'hivernage que la communauté anglaise a lancé l'Europe et plus particulièrement la France dans un processus parfois irréversible de développement de l'activité touristique.

L'hivernage, principe de la fin du 18<sup>ième</sup> et du début du 19<sup>ième</sup> siècle qui consiste pour l'Aristocratie anglaise à venir trouver « refuge » principalement sur la côte d'azur française mais aussi en Béarn et Pays Basque durant l'hiver pour profiter des conditions climatiques favorables de ces régions, a entraîné un véritable bouleversement tant dans l'aménagement des territoires d'accueil que dans l'organisation des sociétés qui les composent. Si de véritables quartiers se construisent et vivent à l'heure anglaise, nous assistons à une demande de la clientèle pour la mise en place de nombreux services. Cette fonction est désormais remplie par les habitants qui voient là une source de revenus supplémentaires. Dans ce cas, nous avons un effet multiplicateur conséquent car un nombre faible de clients nécessite un nombre important de personnes remplissant les différentes formes de service : restauration, courrier, blanchisserie, accompagnement...

*Peut être pouvons nous les notions d' âge d'or du tourisme et d'une forme maîtrisée de cette activité ?* Nous pouvons évoquer, à titre d'exemple, l'idée du Révérend Lewis Way qui, profitant d'un gel des orangers laissant de nombreux travailleurs sans emploi, décida de créer la promenade des anglais à Nice ; ou Lord Brougham qui impulsa le modèle architectural de Cannes et son développement touristique lui permettant de s'affranchir de sa dépendance à Grasse. L'autre grand apport de cette période est inévitablement le progrès industriel avec l'apparition du chemin de fer, du bateau à vapeur puis de la route. C'est certainement grâce à cela que le tourisme peut déjà être considéré comme un maillon important de l'aménagement du territoire. En effet, c'est avec le train que les premiers pôles touristiques se créent. Autour des gares, promenades, auberges, hôtels se développent pour l'accueil de ces voyageurs. La carte des chemins de fer français

est construite à partir des principaux sites touristiques et notamment des stations balnéaires et thermales. Nous pouvons citer à ce titre Arcachon ou Cauterets.

Nous retrouvons le même phénomène le long des fleuves puis plus tard le long des routes avec la structuration de véritables sites étapes. La mise à flot du bateau à vapeur « le Rhin héroïque » au 19<sup>ème</sup> siècle en constitue un exemple parfait. Les villes traversées par le Rhin se structurent en site touristique, les hôtels s'installent au bord du fleuve. A Cologne, l'hôtellerie est construite au bord de l'embarcadère. Enfin, les routes au 19<sup>ème</sup> siècle sont aussi à considérer comme des éléments structurants de l'activité touristique. Grâce aux progrès technologiques, Napoléon donne l'ordre de construire en 1800 la route du Simplon, ouvrant ainsi la série des traversées alpines. Comme pour les autres moyens de transports le long des routes et particulièrement dans les vallées de montagne, les auberges et les hôtels se développent. La fin du 19<sup>ème</sup> siècle est marquée par l'apparition des supports de communication modernes, dont le premier d'entre eux traversera les siècles. Il s'agit de la carte postale qui va servir à faire découvrir les lieux touristiques souvent sous leurs meilleurs attraits accompagnés de messages personnels, souvent uniques et valorisants pour le site qu'il représente. A cela, il faut ajouter les affiches publicitaires qui apparaissent et qui sont de véritables œuvres d'art. Ces documents transportables dont le message est compris du plus grand nombre rompent avec le caractère élitiste des écrits des voyageurs, des textes scientifiques ou des guides touristiques qui ne pouvaient être utilisés que par ceux qui savaient lire. Peu à peu, le tourisme se développe et nous percevons les prémices d'une volonté de rendre cette activité accessible par tous.



**Figure 1 :** *L'approche ensembliste de l'espace dissocié à l'espace imbriqué. Phase du XIX début XX siècle (avant 1940)*<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Source Pierre Torrente.

Cela constitue la fin d'une première phase, où le tourisme réservé à une minorité de personnes aisées, a structuré les espaces, modifié les sociétés sans en bouleverser les fondements. Si cette phase correspond à la naissance d'une activité à part entière et si de nombreux éléments se retrouvent aujourd'hui dans le tourisme durable, il est important de nuancer le propos car des éléments environnementaux et sociaux notamment (santé, hygiène, éducation,...) ne sont pas intégrés au processus.

### **Deuxième phase : les réalités du tourisme de masse et les vacances pour tous**

Une deuxième période voit le jour à partir de l'entre-deux-guerres. Dans cette période d'instabilité marquée par le premier conflit mondial et la crise économique de 1929, le tourisme apparaît comme une réponse à ces difficultés. Cette réponse est double avec le fascisme et le nazisme qui utilisent le tourisme comme un cadre privilégié pour l'endoctrinement des populations. Si cette déviance est inadmissible, elle n'en constitue pas moins une parenthèse dans l'histoire du tourisme et notre propos ici ne le détaillera pas davantage.

L'autre réponse est celle apportée par les démocraties occidentales qui sans aucun doute ont marqué véritablement le début de la seconde grande phase du développement touristique.

C'est la France qui montre l'exemple avec l'arrivée au pouvoir en 1936 du Front populaire et l'apparition du tourisme social. Deux mesures fondamentales sont prises par le Front populaire : c'est tout d'abord les douze jours de congés payés obligatoires et le billet de train à tarif réduit pour tous les salariés. Un ministère des loisirs est créé et confié à Léo Lagrange qui organise les loisirs sportifs culturels et touristiques. Il crée en 1930 les auberges de jeunesse et développent les colonies de vacances.

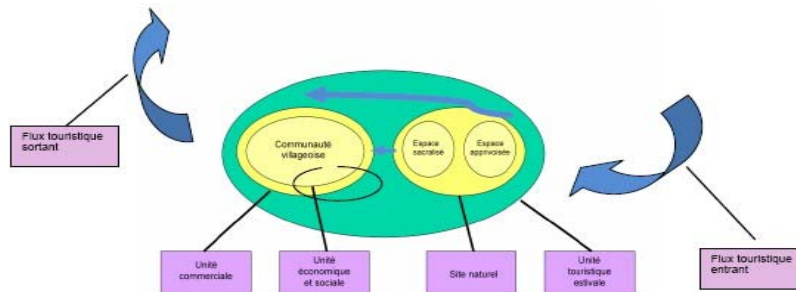
Désormais, les conditions sont réunies pour que le tourisme soit accessible au plus grand nombre et non plus réservé à une classe privilégiée comme à la période précédente. En vingt ans, le nombre de touristes s'est multiplié par six. Les familles aux revenus modestes accèdent aux vacances et en parallèle, apparaissent de plus en plus de commerces saisonniers destinés à apporter une réponse immédiate à l'afflux de clientèles.

Si cette évolution doit être saluée comme un progrès sociétal, l'apparition du tourisme de masse est aussi le début d'une dérégulation dans le développement touristique. Même si le second conflit mondial freinera de fait ce mouvement, il va se poursuivre jusqu'à une période très récente et imprimer des méthodologies reposant essentiellement sur une approche quantitative du phénomène touristique.

Nous passons d'un tourisme maîtrisé par l'offre à un tourisme où la demande conditionne l'offre.

De grandes destinations touristiques apparaissent et doivent s'organiser pour répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus nombreuse. Les activités traditionnelles sont souvent délaissées pour se consacrer à l'activité touristique ; en montagne, la bergerie devient un magasin de souvenir ou un bar ; au bord de la mer les maisons de pêcheur subissent les mêmes transformations.

Cette période qui s'inscrit dans les trente glorieuses est aussi l'époque des grands chantiers d'aménagement du territoire. Dans les années 1963 à 1970, par exemple, la mise en place des missions interministérielles d'aménagement de la côte aquitaine et de la côte languedocienne aboutit, à créer, souvent ex-nihilo et grâce à des technologies souvent performantes, de véritables complexes touristiques notamment sous la forme de marina, véritable réponse aux désirs de rupture des touristes avec le quotidien urbain « métro, boulot, dodo ». Selon le même principe, le plan neige élaboré dans les années 1970 participe à développer un peu la mise en œuvre de réflexions et méthodologies qui ont répondu par l'aménagement aux attentes des clients. Dans cette période, le développement n'est pas considéré. Pour pallier l'importance prise par les aménagements notamment touristiques dans des lieux souvent fragiles, ont été créés en France les Parcs Nationaux avec une fonction réglementaire très forte.



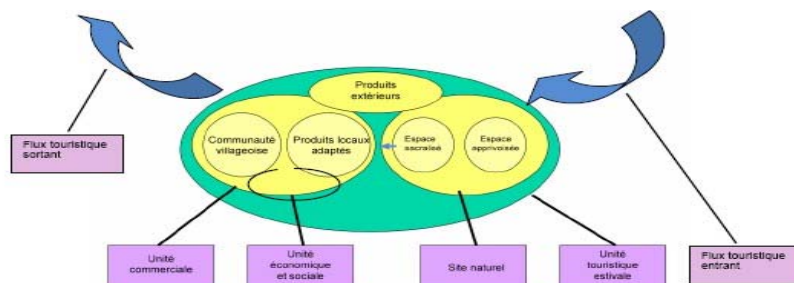
**Figure 2 :** Phase 2 – de 1945 au début des années 1970. L'espace apparaît pour la première fois imbriqué : les flux touristiques côtoient plusieurs espaces<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Source Pierre Torrente.

### Troisième phase : un retour à la gestion des flux touristiques et au tourisme, facteur de développement territorial

A partir des années 1970, une prise de conscience apparaît au niveau des pouvoirs publics et souvent des acteurs touristiques. Nous nous apercevons que certes le nombre de touristes ne cesse d'augmenter mais les dégradations et les retombées économiques qu'ils génèrent incitent à la réflexion et la mise en place de mesures. Ce long travail dans le domaine touristique aboutit à la création de la loi littoral avec notamment le conservatoire national du littoral, la loi montagne et sans doute un des outils les plus performants à l'heure actuelle en matière de développement durable : **les parcs naturels régionaux**. A cela, il faut ajouter la nouvelle loi sur le développement des territoires ruraux.

Cette nouvelle donne dans l'appréhension du tourisme comme facteur de développement est en pleine émergence et l'ensemble de ce propos s'applique à inscrire le tourisme dans un véritable processus de développement durable. Certains parlent aujourd'hui de tourisme durable. Nous croyons que cette notion doit être abordée avec beaucoup de prudence car si le tourisme peut être considéré comme facteur de développement territorial où l'offre est capable d'organiser la demande, il n'en reste pas moins dans beaucoup de cas, voire dans tous les cas, une composante d'un processus plus global.



**Figure 3 :** Phase 3 – des années 1970 à nos jours. L'espace devient parfaitement imbriqué, les deux unités de lieux se rencontrent au travers d'un nouvel espace<sup>5</sup>.

Peut être que « le tout tourisme » sur un territoire ne contribue pas forcément à réduire les difficultés ou à générer du développement. Alors que considéré comme

<sup>5</sup> Source Pierre Torrente.



une activité complémentaire, il peut largement participer à son développement. L'espace rural ou montagnard en sont de bonnes illustrations.

## Deuxième partie : Le temps des paradoxes

Nous allons dans ce paragraphe, à partir de l'analyse précédente, tenter de comprendre pourquoi le tourisme ne permet pas d'atteindre tous les objectifs de développement qui lui sont souvent assignés et d'appréhender les systèmes et les interrelations dans lesquelles il s'inscrit.

Dans ce contexte, deux aspects retiennent notre attention :

- l'impact du « tourisme durable » sur les comportements des clients ;
- la place du « tourisme durable » dans le cadre du développement local d'un territoire.

Il est souvent mis en évidence l'importance de l'image dans le choix d'une destination. Les critères du tourisme durable sont une composante essentielle du marketing touristique. Selon J.G. Manzione, « *En termes d'image, les produits reposant sur les critères du tourisme durable renforcent celles-ci et la valorisent, d'autant plus que l'authenticité est mise en avant ; le second avantage est issu de la symbiose entre le produit et son intégration dans son environnement et la durabilité de cette image, car un produit de tourisme durable vieillit moins vite qu'un produit classique.(...) La perception de cette image est très importante au niveau de l'inconscient du consommateur, car il associe celle-ci à ses rêves et à ses affects ; cette image joue donc un rôle important dans le choix de la destination* » (Manzione, 2000).

Néanmoins, il ne suffit pas d'appliquer les critères du tourisme durable pour que tous les maux d'un territoire en difficulté disparaissent. Tout d'abord, les conditions à son application ne sont pas toujours réunies en fonction des caractéristiques des destinations, du degré d'implication des populations locales et de l'attrait touristique. De plus, il existe des contextes particuliers où aucune forme de tourisme n'est possible. La question de l'opportunité de l'investissement touristique par rapport à d'autres formes d'investissements est posée ainsi qu'en général la place du tourisme par rapport aux autres activités du territoire (industrie, commerce, agriculture). Le tourisme durable est un « paradigme adaptatif » qui ne peut être normalisé. C'est pourquoi, nous considérons que les projets touristiques doivent s'inscrire dans un programme cohérent de développement local ou territorial où les décisions à finalité touristiques sont intégrées de manière rationnelle (Barthe, 2004).

### **Le paradoxe économique : un système aux principes contradictoires**

Le tourisme issu de la deuxième phase énoncée dans la première partie de cet article suppose un modèle économique des entreprises qui repose souvent sur une logique quantitative. Un hébergement, une activité touristique, construira sa rentabilité sur la présence souvent nombreuse de clients ; à ce titre, le taux de remplissage est un indicateur quasi indispensable lors des négociations avec les décideurs ou les financeurs. Or, les clients recherchent désormais, une rupture avec leur quotidien souvent urbain, c'est-à-dire une aspiration à la nature, à la tranquillité, ce qui est antinomique avec le modèle économique de référence. Ce paradoxe souvent imperceptible au lancement d'un projet constitue une des sources majeures de dérèglement du ou des systèmes touristiques élaborés. Le tourisme durable cherche à limiter les effets de ce paradoxe. Les approches qui visent à opérationnaliser le tourisme durable sont essentiellement économiques, notamment à travers la recherche d'un équilibre général en mesurant les conditions de durabilité (approche macroéconomique) et une approche qui mesure les bénéfices et les coûts d'un projet individuel (approche microéconomique) (Garrod, Fyall, 1998). Dans ce dernier cas, il est bien souvent difficile de mesurer quantitativement l'impact sur certains environnements.

Ces approches ne répondent pas forcément aux attentes des décideurs, elles visent surtout à affiner toujours davantage les indicateurs du tourisme durable et donc à complexifier les méthodes *alors que la réflexion stratégique que doit mener le décideur sur son territoire n'est pas faite.*

P. Chazaud (1992) montre que le territoire rural est actuellement développé de deux manières :

- soit à partir d'un système de zonage administratif qui prend en considération une entité géographique, par exemple le « pays » ;
- soit à partir de pôles ou de produits qui ne tiennent pas compte des localisations administratives mais qui s'organisent à partir de réseaux de circulation de distribution et d'un marché identifié.

Dans le premier cas, de nombreuses critiques portent sur le tourisme rural moyen d'aménagement du territoire à partir d'un zonage administratif qui ne tient ni compte des réalités culturelles, économiques ou patrimoniales, ni de la perception des touristes qui ignorent complètement ce découpage administratif dans leurs choix de visites.

Le deuxième cas est plus cohérent, mais il se comprend essentiellement dans une optique productiviste où sont développées des filières de produits avec un risque d'exclusion de certains acteurs et populations locaux et qui risquent à terme de

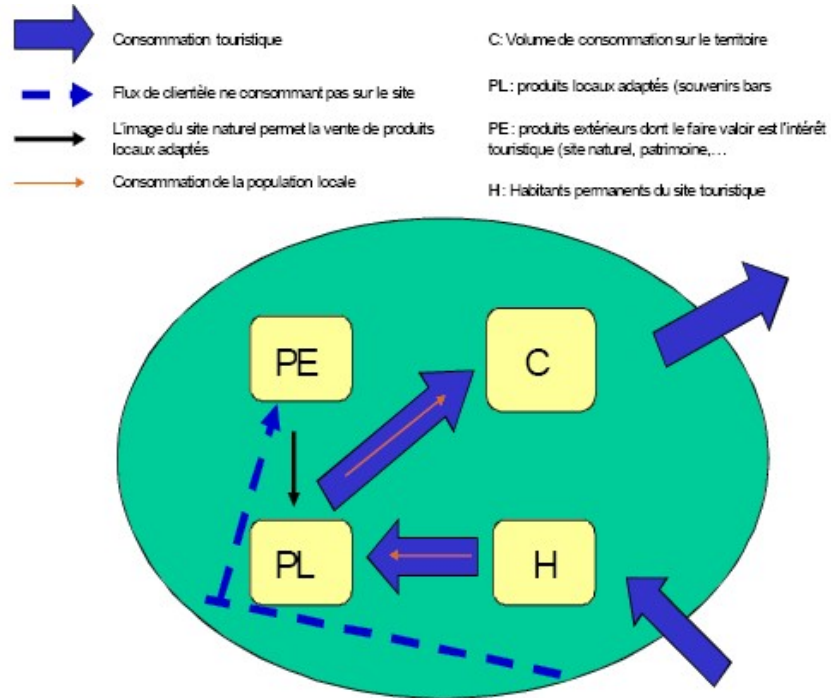
mourir de leurs propres contradictions en alimentant un circuit économique fermé (Torrente, 2004). *Pouvons-nous nous placer sur un territoire uniquement dans une logique de consommation ?*

*Deux schémas de fonctionnement du tourisme peuvent être dès lors produits.*

Le premier schéma (fig 4) montre comment le tourisme, lorsqu'il concerne des flux importants et met à mal la capacité de charge des sites constitue un facteur de dérégulation.

Nous pouvons identifier quelques éléments d'explication :

- Pour satisfaire une clientèle nombreuse les sites s'adaptent malgré eux et répondent à ses exigences. Les lieux sont transformés (une grange devient gîte ou magasin de souvenirs) et deviennent des produits locaux adaptés.
- Dans beaucoup de cas, le produit pour lequel les touristes viennent est un paysage, une valeur, une philosophie, un imaginaire,... qui est accessible à tous et ne génère pas de retombées économiques sur le site alors que des charges apparaissent (parking, déchets,...).
- Il s'ensuit un circuit économique qui repose sur un nombre sans cesse croissant de visiteurs, ce qui permet au site de maintenir une réalité économique. Le tourisme rural, les destinations « exotiques » ou les sites à forte notoriété en sont les meilleures illustrations. Le circuit économique englobe le flux issu de la clientèle touristique et celui issu des populations locales. Puisque le Produit Local adapté est conçu pour et dépend du tourisme (saisonnalité, fonctionnement, entretien, bénéfices...), ce dernier circuit est à la fois dépendant du premier et quantité négligeable par rapport à lui.
- Enfin, un flux souvent conséquent ne consomme pas sur le site, entraînant un fort déséquilibre en matière de charge.



**Figure 4 :** *Principes pour l'organisation du tourisme de masse sur un territoire*<sup>6</sup>

Dans un deuxième schéma (fig 5), il est proposé une illustration de ce que devrait être le tourisme lorsqu'il se veut une réponse aux difficultés d'un territoire (montagnard, rural,...).

- L'objet de déplacement des touristes tel que les paysages, la qualité de vie, l'imaginaire sont au service de produits extérieurs (PE) spécialement conçus pour les clientèles touristiques.
- Dans ce cas, il est possible d'envisager à la fois un circuit économique spécifiquement « tourisme » et un autre, lié à la consommation des populations locales, appelé circuit domestique ou fondamental.

*Ceci a pour effet de rendre les deux circuits autonomes et complémentaires : une mauvaise saison touristique ou une basse saison ne signifie pas l'absence de flux économiques comme dans le schéma de dérégulation précédent (fig 4).*

<sup>6</sup> Source Pierre Torrente.

L'application sur le terrain de cette approche systémique permet d'inscrire le développement de ces sites et territoires dans un processus de développement durable.

La question du lien entre ces deux circuits et notamment toutes les formes de convergence ou de synergies possibles est au cœur de la localisation des effets positifs et de la maîtrise des effets négatifs du tourisme. Pour une grande part, c'est l'enjeu autour de la notion de tourisme responsable (ou pas) qui peut constituer un facteur de développement durable.

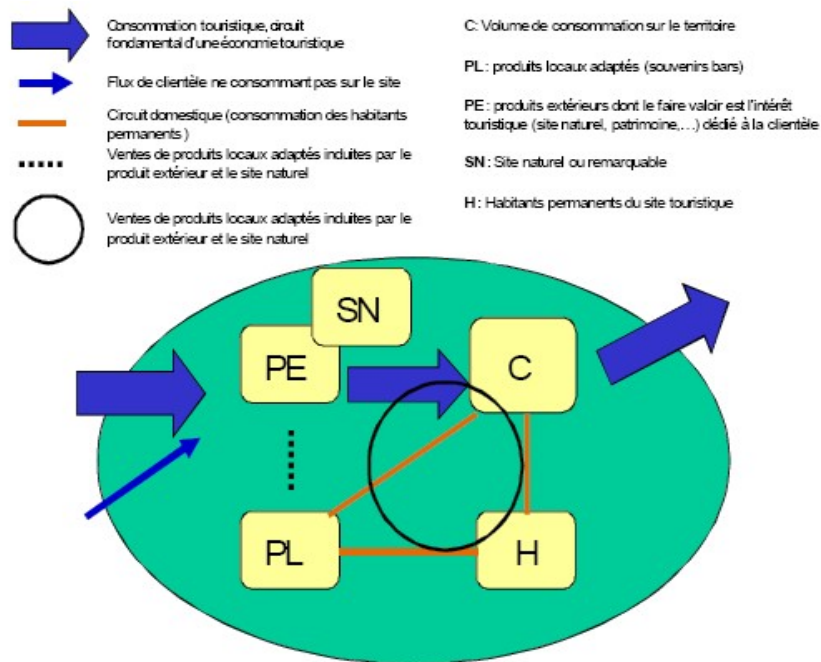


Figure 5 : Principes pour l'organisation du tourisme facteur de développement territorial<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Source Pierre Torrente.

**Le paradoxe territorial : productivisme pour le visitant ou qualité de vie pour le visité**

Selon P.Chazaud (1992), le premier problème réside dans le fait que les responsables locaux ne choisissent pas clairement entre les deux options suivantes : développer un tourisme productiviste centré sur l'exploitation de ressources dans une optique d'efficacité économique où le territoire n'est qu'un support pour des aménageurs et développer un « *tourisme existentiel* » prônant la qualité de vie et le bien-être où la problématique de l'homme vivant sur le territoire est jugée prioritaire face à celle de l'efficacité économique.

La seconde option s'inscrit dans une optique de développement durable. Elle correspond mieux aux réalités actuelles des territoires ; néanmoins, la première option n'est pas exclue de l'analyse dans la mesure où certains types d'espace sont à même d'adopter cette logique. Nous pouvons imaginer que dans certaines zones sous aucune influence, le territoire puisse se prêter à une « *touristification* » optimale avec la création par exemple de parcs (exemple du massif central et de Vulcania).

C'est pourquoi, dans le cadre d'un développement durable, nous proposons une troisième approche qui tient compte d'un type de territoire où les références identitaires sont clairement identifiées. Nous dépassons ainsi le découpage administratif arbitraire où l'intérêt des acteurs présents est privilégié, refusant ainsi la seule logique de consommation qui conduit dans bien des cas à des déséquilibres<sup>8</sup>.

En effet, si nous prenons l'exemple de la randonnée, même si les possibilités de créer un sentier existent, les conditions ne sont pas forcément réunies pour développer un tel projet dans la mesure où, au-delà de la pratique, le randonneur est attiré avant tout par l'attrait culturel ou par la beauté du site.

L'exemple du Sentier des Bonshommes en Ariège (France) met en évidence le paradoxe territorial évoqué plus haut. A chaque étape de ce sentier, toutes les activités de service ont été notées (Torrente, Enot, 1999). Dans l'idéal et dans le contexte, ces composantes sont au nombre de 9, sub-divisées chacune en plusieurs catégories<sup>9</sup> (tableau et graphe).

---

<sup>8</sup> Ibid. 6

<sup>9</sup> Non reportées ici.

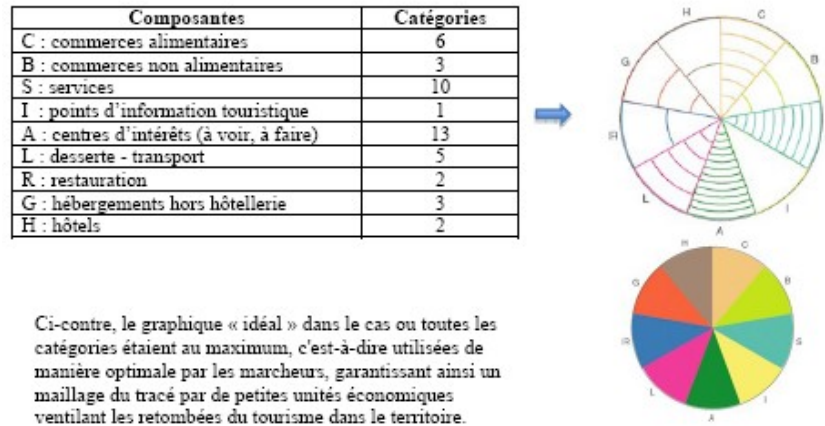


Figure 6 : Composantes et catégories<sup>10</sup>

À partir des données de terrain, les différentes localités qui jalonnent le parcours des Bonshommes peuvent dès lors être figurées de la manière suivante :

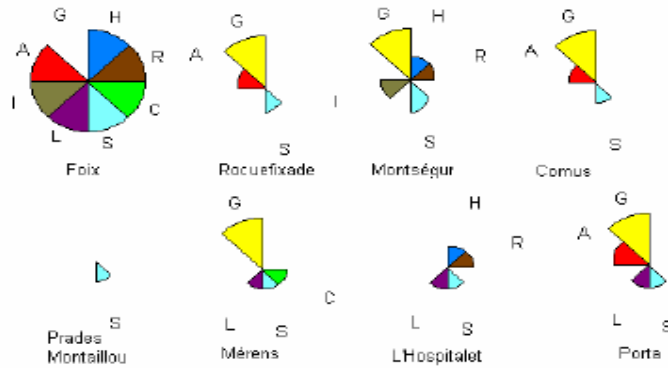


Figure 7 : Localités qui jalonnent le parcours des Bonshommes<sup>11</sup>

Le Sentier des Bonshommes, produit touristique organisé à partir d'un itinéraire de randonnée, avait pour vocation de permettre un meilleur développement du

<sup>10</sup> Source Pierre Torrente.

<sup>11</sup> Source Pierre Torrente.

territoire. Nous le voyons grâce à cet exemple, le résultat ne peut être atteint car pour qu'un touriste usager de cet itinéraire soit un acteur dans le processus de développement, il faut que dans chaque étape un dispositif économique lui soit proposé.

Dans ce cas, au lieu de tendre vers un rééquilibrage du territoire, nous assistons à un renforcement du ou des pôles économiques les plus développés (là où les touristes vont consommer) et à un affaiblissement de fait des pôles déjà considérés comme les plus faibles.

Nous nous posons ici, en fonction du territoire étudié, la question même de l'opportunité de l'investissement touristique par rapport à d'autres formes d'investissement. Il semble évident que lorsque le tourisme est organisé comme l'activité principale, ce type de situation « propulse » immédiatement le territoire dans le principe de dérégulation.

### **Conclusion**

Cet exposé a mis en évidence le poids considérable du tourisme dans le redéploiement de nombreux territoires. Si nous avons considéré dans le passé que l'aménagement de structures touristiques tel que les hôtels, clubs, ou les gîtes constituaient une réponse adaptée, il est aisé de constater que la non prise en compte globale du développement des territoires constituait un mécanisme paradoxal capable d'accroître les difficultés que l'activité touristique avait pour mission de combattre.

C'est pourquoi, face aux paradoxes territorial et économique, nous avons développé une méthodologie d'expertise capable de replacer le territoire et les populations qui le composent au centre du processus.

Dans cette hypothèse, la satisfaction du client devient un moyen et non une finalité au service des populations locales et du territoire.

Nous pouvons illustrer cet argument en prenant appui sur le travail actuellement conduit au Vietnam et plus particulièrement dans la Province de Son La au nord du pays<sup>12</sup>. Sur ce territoire, 80 % de la population vit de l'agriculture, le potentiel paysager et culturel, en raison de la présence d'ethnies minoritaires est important. Depuis un an, les responsables du comité populaire ont décidé de conforter l'activité

---

<sup>12</sup> Projet touristique du district de Moc Chau accompagné par l'expertise du CETIA, UTM dans le cadre des accords de coopération décentralisées entre la Région Midi Pyrénées (France) et la Province de Son La (Vietnam).



essentielle et principale en mettant en place de nouvelles cultures à forte valeur ajoutée nécessitant notamment davantage de mécanisation. Cette situation va entraîner des suppressions d'emplois et donc des pertes de revenus dans certaines familles. Pour faire face à ce nouveau défi, il a été décidé de développer une activité touristique qui correspondra à l'occupation de seulement 1 % de la surface disponible de la Province. L'essentiel du projet consiste à permettre de créer de nouveaux emplois et à contribuer à générer la valeur ajoutée de certains produits. Seront développées à côté d'une agriculture et de l'industrie de transformation qui l'accompagne (laiterie), qui constitue le circuit domestique de la figure 5, des activités touristiques de luxe pour une clientèle fortunée et des activités de tourisme communautaire dans certains hameaux de certaines ethnies, cela correspond au circuit touristique de la figure 5. Les responsables du projet souhaitent faire cohabiter un tourisme de masse et un tourisme plus responsable. L'ensemble du projet souhaite accorder une place importante à la formation, à la préservation de l'environnement et à la gouvernance locale. Enfin la clientèle ciblée est à 80 % domestique et 20 % internationale. Nous voyons par cet exemple que si ce projet mérite encore des approfondissements, il met en évidence la nécessité de construire avant tout le circuit domestique avant de créer le circuit touristique et à cette condition le tourisme peut constituer un vecteur de développement du territoire. Ce projet est considéré par l'Etat vietnamien comme un centre national de tourisme complémentaire de Sapa et de Dalat.

Enfin, en filigrane de notre propos et de nombreux exemples contraire à celui de la Province de Son La (Saly au Sénégal, Les Galapagos en Equateur, Puket en Thaïlande,...), deux questions doivent toujours interpeller celui ou celle qui veut utiliser une activité touristique comme facteur de développement durable :

Si le tourisme n'était pas la solution à priori unique aux difficultés que connaît le territoire ?

Le tourisme durable n'est il pas celui qui sera demain capable sur un même territoire non pas de les opposer mais de développer des activités touristiques de masse et des activités plus responsables ?

C'est certainement au prix de ce débat que l'avenir du tourisme durable est posé, sans quoi il risque d'entraîner dans un avenir proche les territoires qui auront choisi la voie du tourisme responsable dans d'importantes difficultés.

### **Bibliographie**

- ALVERGNE C., TAULELLE F., 2002, *Du local à l'Europe. Les nouvelles politiques d'aménagement du territoire*, Paris, PUF.
- AMIROU R., BACHIMON Ph., 2000, *Le tourisme local, une culture de l'exotisme*, Paris, L'Harmattan.
- BARABE A., DE LA DURANTAYRE M., GAGON P., 1995, *Tourisme et développement durable : état de situation et perspectives d'avenir*, Paris, Loisirs et Société.
- BARON-YELLES N., 1999, *Le tourisme en France. Territoires et stratégies*, Paris, Armand Colin.
- BARON-YELLES N., 1997, *Espaces protégés et tourisme de nature sur le littoral atlantique français : stratégies et enjeux*, thèse de géographie, Ens.
- BARTHE L., 2004, *Outils et Méthodes pour une structuration du tourisme rural*, Secrétariat d'Etat au tourisme.
- BENSAHEL L. et DONSIMONI M., (dir.) 1999, *Le tourisme, facteur de développement local*, Grenoble, PUG.
- CHAMBOREDON J.C., 1980, « Les usages urbains de l'espace rural : du moyen de production au lieu de récréation », *Revue française de sociologie*, XXI –1.
- DEBARBIEUX B., 1995, *Tourisme et montagne*, Paris, Economica.
- DEPREST F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse*, Paris, Belin.
- GARROD B. et FYALL A., 1998, « Beyond the rhetoric of sustainable tourism ? », *Tourism management*, vol. 19, n° 3, pp. 199-212.
- GROLLEAU H. et RAMUS A., 1986, *Espace rural, espace touristique*, Paris, La documentation française.
- HOUÉE P., 1992, *La décentralisation, territoires ruraux et développement*, Editions Syros.
- KEYSER B., 1990, *La renaissance rurale : sociologie des campagnes et du monde occidental*, Paris, A. Colin.
- MANZIONE J.G., 2000, « Le tourisme durable, composante essentielle du marketing touristique », *Cahier Espaces*, n° 67, pp. 104-168.
- MESSERLI B. et IVES J.D., (dir.) 1999, *Les montagnes dans le monde, une priorité pour le développement durable*, Paris, Glénat.
- TORRENTE P., 2004, *Outils et Méthodes pour une structuration du tourisme rural*, Secrétariat d'Etat au tourisme.
- TORRENTE P., ENOT G., 1999, « Valorisation touristique du sentier des bonshommes », *CETIA/CIFTH*, Université Toulouse le Mirail.
- VIGUIER J., 1992, *Les régies des collectivités locales*, Paris, Economica.

Varia