



**HAL**  
open science

## De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie. Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens

Christine Cabasset-Semedo, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Sacareau, Benjamin  
Taunay

### ► To cite this version:

Christine Cabasset-Semedo, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Sacareau, Benjamin Taunay. De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie. Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens. *Espace Populations Sociétés*, 2010, 2-3, pp.221-235. 10.4000/eps.4118 . halshs-01918610

**HAL Id: halshs-01918610**

**<https://shs.hal.science/halshs-01918610>**

Submitted on 11 Nov 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Christine Cabasset-Semedo, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Sacareau et Benjamin Taunay

## **De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie**

Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens

---

### **Avertissement**

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

**revues.org**

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

---

### Référence électronique

Christine Cabasset-Semedo, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Sacareau et Benjamin Taunay, « De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie », *Espace populations sociétés* [En ligne], 2010/2-3 | 2010, mis en ligne le 31 décembre 2012, consulté le 03 janvier 2013. URL : <http://eps.revues.org/index4118.html>

Éditeur : Université des Sciences et Technologies de Lille

<http://eps.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://eps.revues.org/index4118.html>

Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

© Tous droits réservés

**Christine CABASSET-SEMEDO**

ATER Université d'Évry-Val d'Essonne  
Département d'Histoire  
2, rue du Facteur Cheval  
91000 Évry  
christine.cabasset@gmail.com

**Emmanuelle PEYVEL**

ATER ENS Lyon  
15, parvis René Descartes  
69007 Lyon  
empeyvel@yahoo.fr

**Isabelle SACAREAU**

Université de Bordeaux3 – Michel de Montaigne  
UFR Sciences des Territoires et communication  
UMR-5185 ADES  
Domaine Universitaire  
33607 Pessac Cedex  
isabelle.sacareau@u-bordeaux3.fr

**Benjamin TAUNAY**

ITBS (IMIS-ESTHUA)  
7, allée François Mitterrand  
BP 40455  
49004 Angers  
benjamin.taunay@gmail.com

# De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie. Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens

---

La mondialisation s'est accompagnée d'une intensification des mobilités touristiques. Sous le coup d'une forte croissance économique accompagnée de changements sociaux et culturels, la région Asie-Pacifique est devenue en 2003 le deuxième bassin récepteur mais aussi émetteur de

touristes dans le monde. Si le tourisme intrarégional représente une part essentielle de ces flux, le tourisme domestique<sup>1</sup> atteint dans chacun des pays de la zone un poids tout à fait considérable. Il est même presque toujours supérieur aux flux du tourisme international.

---

<sup>1</sup> On définira le tourisme domestique comme le tourisme pratiqué par les habitants d'un pays au sein de ce dernier. Pour l'OMT, le tourisme interne ou intérieur désigne tous les flux touristiques à l'intérieur d'un pays,

qu'ils relèvent ou non de ses habitants, tandis que le tourisme national désigne les voyages des citoyens d'un pays à l'intérieur de celui-ci ou à l'étranger.

Choisies et non plus contraintes par la recherche d'un travail ou par les conflits et les persécutions, ces mobilités touristiques sont un indicateur des changements socioéconomiques et culturels que connaissent un certain nombre de pays asiatiques. Des travaux récents menés en Chine [Taunay, 2009], au Vietnam [Peyvel, 2009], en Inde [Sacareau, 2006] et en Indonésie [Cabasset, 2000, 2004, 2008] nous permettent d'esquisser les contours de ces mobilités, des populations qui les construisent et des pratiques qui les sous-tendent. Ces quatre pays constituent en effet un panel non exhaustif mais signifiant des tendances à l'œuvre : le tourisme domestique y occupe une place importante dans des contextes politiques, économiques, démographiques et culturels variés. La visibilité et la lisibilité de ces mobilités posent cependant problème. De plus en plus manifestes numériquement et spatialement, elles sont encore rarement prises en compte dans les travaux de recherche et les plans de développement touristique, comme si nous avions du mal à

les voir. L'analyse du tourisme centré sur les flux du tourisme international et de sa diffusion à partir des pays occidentaux a en partie occulté un phénomène moins récent et socialement plus diversifié qu'il n'y paraît.

Au-delà, c'est la lisibilité de ces mobilités qui fait encore défaut, en partie parce qu'elles révèlent les limites des outils statistiques, des théories et des modèles que nous utilisons pour les appréhender. Elles bousculent en effet les analyses classiques de la mondialisation touristique, vue à travers le seul prisme des flux du tourisme occidental. Loin d'être le résultat d'un simple processus de diffusion et d'imitation des pratiques touristiques inventées en Occident, l'émergence de mobilités touristiques domestiques dans ces pays relève de processus complexes d'appropriation des lieux et pratiques du tourisme occidental et d'hybridation avec les référents historiques et culturels propres à chacun, ce qui n'exclut pas l'existence de ressorts communs que nous chercherons ici à mettre en évidence.

---

## 1. LES MOBILITÉS TOURISTIQUES DOMESTIQUES EN ASIE : UN OBJET DIFFICILE À IDENTIFIER ET POURTANT EN PLEINE CROISSANCE

L'essor du tourisme domestique dans les pays émergents d'Asie est certainement l'un des aspects les plus spectaculaires de la mondialisation touristique à l'œuvre [Équipe MIT, 2010 à paraître]. Quels que soient les chiffres fournis (*cf. infra.*), les Asiatiques qui se déplacent au sein de leurs propres pays pour faire du tourisme se comptent désormais en millions voire en dizaines de millions. Pourtant, ce phénomène est encore peu pris en compte.

La recherche universitaire s'est principalement focalisée sur l'analyse du tourisme international dans les pays en développement et n'a guère abordé son aspect domestique. Si G. Cazes, par exemple, le mentionne, il l'écarte volontairement de son champ d'étude, le jugeant trop marginal d'un point de vue économique, bien que susceptible de s'étendre dans l'avenir. Il souligne également la difficulté à l'étudier faute de statistiques fiables [Cazes, 1989]. Depuis la thèse pionnière de M. Berriane sur le tourisme national marocain [Berriane, 1992] ou les

travaux de N. Raymond sur l'Amérique Latine [Raymond, 1999, 2002, 2005] et de Ch. Cabasset sur l'Indonésie (*op. cit.*), les recherches en langue française sur le sujet sont rares. La question du tourisme domestique est le plus souvent abordée à l'étranger [Jafari, 1986 ; Hughes, 1992 ; Aramberri, 2004] et les anthropologues ont été les premiers à se saisir de ce sujet sur leur terrain d'étude. Les principales études récentes proviennent de Chine [Wen, 1997 ; Wang et Yamamura, 2000] et d'Inde [Ghimire, 2001], où l'importance numérique des flux est reconnue depuis peu. L'ouvrage collectif coordonné par Sh. Singh sur le tourisme domestique en Asie confirme l'émergence dans le monde anglo-saxon d'un nouveau champ longtemps négligé par la recherche académique [Singh, 2009].

Ce retard dans l'appréhension du phénomène ne s'explique pas seulement par l'insuffisance des sources. Le principal obstacle tient au blocage conceptuel et idéologique qui interdit de penser le tourisme comme

une activité humaine à laquelle pourraient avoir accès les sociétés des « pays pauvres ». De fait, l'idée a longtemps prévalu que les pays en voie de développement étaient incapables d'engendrer un mouvement touristique notable du fait de la faiblesse des revenus de la majeure partie de la population. Cette idée découle en partie du courant tiers-mondiste qui, à partir des années 1970, encourage le développement de pays désignés comme pauvres à davantage s'appuyer sur l'agriculture et l'industrie que sur le tourisme. L'application du modèle centre-périphérie au tourisme international, appréhendé comme l'activité néocoloniale d'extraversion par excellence et instrument de domination des pays occidentaux industrialisés sur les pays du Sud [Turner et Ash, 1975 ; Turner, 1976], a empêché de concevoir l'existence d'un tourisme porté par les pays pauvres et leurs classes moyennes. La référence à la théorie de la *Pyramide des besoins* d'A.H. Maslow [1943], selon laquelle les individus ne peuvent envisager d'avoir des loisirs qu'une fois satisfaits les besoins élémentaires de l'existence, a également été un frein à la reconnaissance et à l'étude des mobilités récréatives dans les Suds. Avec un tel paradigme de pensée, le tourisme ne pouvait être au mieux que le fait d'une minorité privilégiée, ses pratiques n'étant qu'une pâle imitation de celles des Occidentaux. En tout état de cause, ce déni généralisé a occulté les mutations rapides des pays émergents autant que l'existence d'un phénomène pourtant massif. À trop considérer que le tourisme n'est qu'une activité de riches oisifs, on en oublie les stratégies et les pratiques propres aux habitants des pays en développement.

De leur côté, les États et les experts en développement se sont peu intéressés à ce tourisme. Ayant d'abord donné la priorité au développement économique par l'industrie et l'agriculture, ils n'ont guère accordé de valeur aux loisirs, l'oisiveté étant même jugée contraire aux ambitions de croissance [Sloane-White, 2007]. Le tourisme n'est envisagé que s'il est international, c'est-à-dire pourvoyeur de devises fortes, comme si le tourisme domestique, en étant le fait de populations stigmatisées comme pauvres, était par nature moins rentable, raisonnement du reste très contestable [Evrard,

2006]. La situation est cependant en train d'évoluer du fait des crises sanitaires et financières. Ainsi, dès 1997-98, afin de faire face à la baisse des arrivées de touristes internationaux, les opérateurs touristiques indonésiens ont multiplié les propositions commerciales à destination des touristes domestiques jusque-là dédaignés, tandis que l'État intégrait, dans ses plans de développement touristique, l'existence d'un marché local de proximité [Cabasset, 2000, 2004]. En Chine, 1997 a également été le prélude à l'instauration des congés payés par l'octroi de week-ends non travaillés, afin de développer une économie de loisirs domestique. En Inde, le Ministère du tourisme a lancé la première étude d'importance sur le tourisme domestique en 2002-2003 (NCAER, 2002-2003).

### **1.1. De la difficulté à appréhender quantitativement le tourisme domestique**

Mesurer le tourisme domestique dans ces pays n'aide pas forcément à le rendre plus visible. Cela tient d'une part aux modalités des enquêtes menées, essentiellement auprès d'hébergements marchands, de grands sites touristiques ou dans les grandes villes émettrices de touristes, ce qui exclut d'office la proportion des touristes hébergés chez des parents et amis, chez l'habitant ou dans des hébergements non homologués, pourtant en nombre considérable. En Inde, 10% des touristes auraient ainsi recours à un hébergement marchand et 6% seulement en Indonésie (1997). Il est toutefois difficile d'affirmer que les personnes ayant recours à des logements gratuits sont des touristes et non des ruraux à la recherche d'un emploi temporaire ou des travailleurs migrants qui retournent périodiquement au village.

D'autre part, les chiffres du tourisme domestique sont surévalués du fait des catégories utilisées par l'OMT pour les identifier, confondant le tourisme avec de multiples autres formes de mobilité [Stock, 2003]. Ainsi, dans les pays étudiés, une part variable mais significative (de 27 à 59%) des mobilités concerne des motivations autres que celles relevant de la catégorie « vacances et loisirs » : visite à la famille ou à des amis, réunions, commerce et affaires, etc. Or, ces motivations ne peuvent être assimilées à du tourisme dès lors qu'elles ne relèvent pas

d'une destination choisie librement par les individus pour leur récréation<sup>2</sup> [Knafou et Stock, 2003]. L'étude du tourisme domestique est cependant d'autant plus complexe que ces déplacements, non entrepris dans un cadre de vacances et de loisirs, laissent apparaître des pratiques similaires, avec des visites de sites touristiques et l'achat de produits locaux [Cabasset, 2004]. C'est notamment le cas du pèlerinage pour lequel il est difficile de distinguer la pratique religieuse du tourisme proprement dit.

Enfin, il est malaisé de distinguer les touristes domestiques des émigrés qui reviennent en vacances dans leur pays d'origine. En Chine par exemple, 56,7% (22,4 millions) des 46,8 millions de touristes internationaux enregistrés en 2005 sont ressortissants de Hong Kong et de Macao [Taunay, 2009]. Les Indiens de la diaspora, nombreux à prendre leurs vacances en Inde mais pouvant avoir la double nationalité, sont de même malaisés à repérer. Au Vietnam, les Vietnamiens de l'étranger sont carrément encouragés à recouvrer leur nationalité d'origine en plus de celle de leur pays d'accueil, afin de faciliter leurs déplacements et leurs séjours, ce qui entraîne une confusion notable dans l'étude du tourisme domestique.

L'ensemble de ces difficultés conduit bien souvent à une surévaluation des chiffres, entretenue parfois volontairement par les États afin de rassurer et d'attirer les investisseurs ou pour donner une bonne image des politiques gouvernementales.

### **1.2. Des mobilités touristiques domestiques presque toujours supérieures aux mobilités du tourisme international**

L'Asie-Pacifique est devenue en quelques

décennies le second bassin touristique du monde. Alors qu'elle n'accueillait qu'à peine 1% des flux de touristes internationaux en 1950, elle en reçoit à la fin des années 2000 près d'un cinquième (184 millions en 2007). Sur le total, la Chine en comptabilise à elle seule 54 millions [OMT, 2008]. À l'échelle du bassin asiatique, les mobilités touristiques internationales sont à 75% le fait d'habitants de cette partie du monde. Leur importance ne doit pas masquer celle des mobilités du tourisme domestique. Bien que le recueil des données statistiques soit problématique, toutes les sources disponibles convergent : ces flux seraient supérieurs à ceux du tourisme international, dans des proportions écrasantes pour des pays comme la Chine ou l'Inde (carte 1).

En Inde, le nombre de touristes domestiques est évalué à plus de 526 millions contre un peu plus de 5 millions de touristes internationaux en 2007 (source : Ministry of Tourism and Culture). En Chine, environ 300 millions de touristes domestiques auraient réalisé 1,6 milliard de déplacements touristiques en 2007, contre 26,1 millions de touristes internationaux (hors compatriotes de Hong Kong, Macao et Taiwan), soit un rapport de 1 à 11 entre tourisme international et tourisme domestique. Dans les pays d'Asie du Sud-Est, avec des chiffres certes moins imposants, le poids des mobilités internes était toujours aussi lourd en 2007 : 18,5 millions de touristes domestiques au Vietnam contre 4,7 millions de touristes internationaux (source : Département général du tourisme vietnamien), et 116 millions d'Indonésiens contre 5,5 millions de touristes internationaux (source : Bureau national des statistiques indonésien).

---

## **2. L'ACCÈS AU TOURISME DES SOCIÉTÉS ASIATIQUES : UN PROCESSUS DE DIFFUSION SOCIALE ET SPATIALE ?**

S'il est indéniable que les flux du tourisme domestique dans ces pays sont en croissance constante, il est à présent temps d'en questionner les ressorts. S'agit-il d'une diffusion

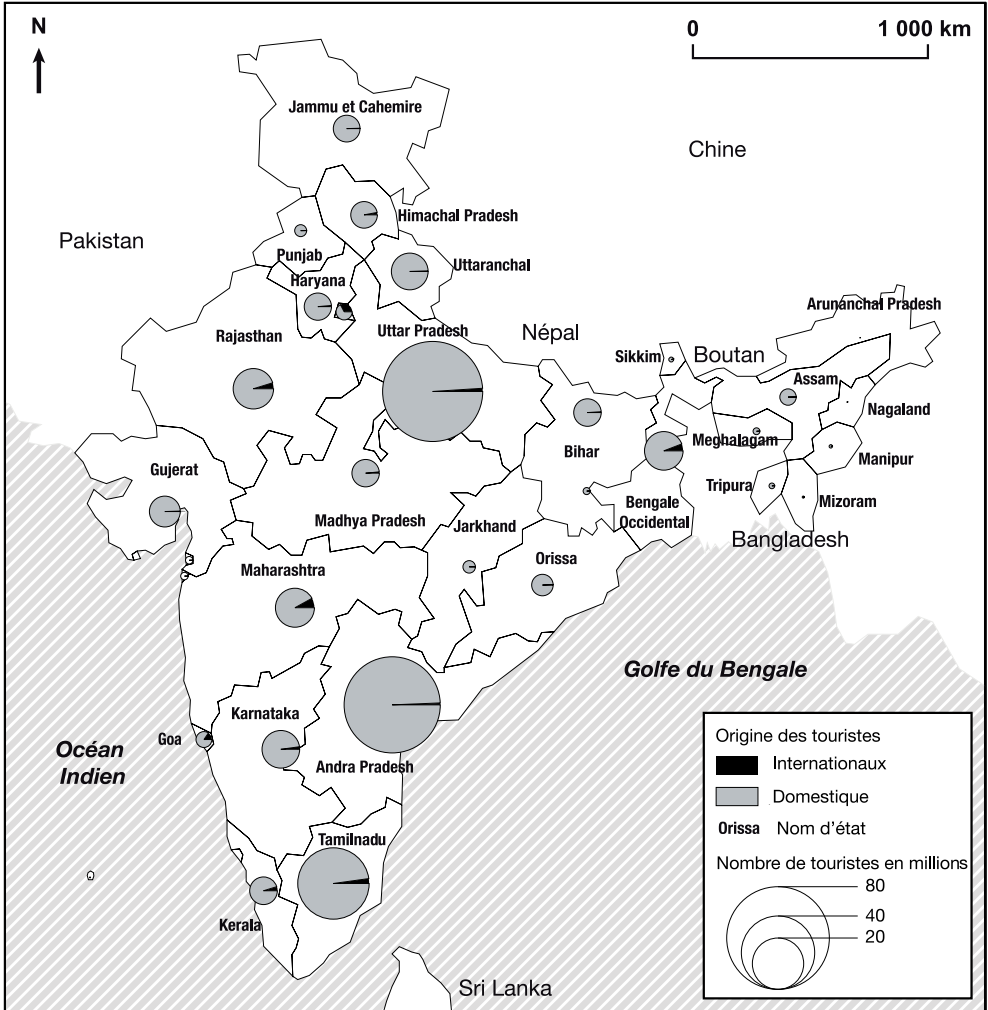
sociale (des riches vers les pauvres) et spatiale (des pays du Nord vers ceux du Sud, des villes vers les campagnes) progressive, à la manière d'une percolation ? Si c'est le cas,

---

<sup>2</sup> La récréation touristique, en tant que reconstitution du corps et de l'esprit (et non récréation, réservée aux activités ludiques que l'on pratique chez soi comme sur

son lieu de vacances), se décline selon plusieurs grandes modalités : le repos et soin de soi, la découverte, le jeu, la sociabilité.

Carte 1. Répartition du tourisme domestique et du tourisme international en Inde (2002)



Source : Ministry of tourism, Govt. of India.

Conception : I. Sacareau / Réalisation : P. Brunello <http://www.univ-larochelle.fr>

il serait alors permis de corroborer l'existence d'une transition touristique, au sein de laquelle les pays du globe se placeraient à des degrés variables selon leur état d'avancement dans le processus. Toutefois, l'application d'un tel modèle reste problématique, eu égard aux critiques déjà formulées en démographie notamment (modèle de la transition démographique). Son caractère universaliste, faisant des pays occidentaux des modèles vers lesquels il serait inéluctable de tendre, peut en effet masquer les mécanismes propres à ces pays dans leur accession au tourisme, que nous tenterons d'exposer ici brièvement.

### 2.1. Un accès progressif et récent au tourisme

Les pays d'Asie colonisés par les Européens ont connu dès le 19<sup>ème</sup> siècle une première confrontation avec le tourisme, à travers les pratiques de villégiature que ces derniers ont déployé au sein de leurs empires respectifs [Kennedy, 1996 ; Sacareau, 2006 ; Peyvel, 2009 ; Zytnicki et Hazdaghli, 2009 ; Demay, à paraître]. Toutefois, seule une fraction infime de la population indigène y avait accès, en partie à cause de la ségrégation imposée par les régimes coloniaux d'alors. L'habitude de faire du tourisme s'est ensuite poursuivie



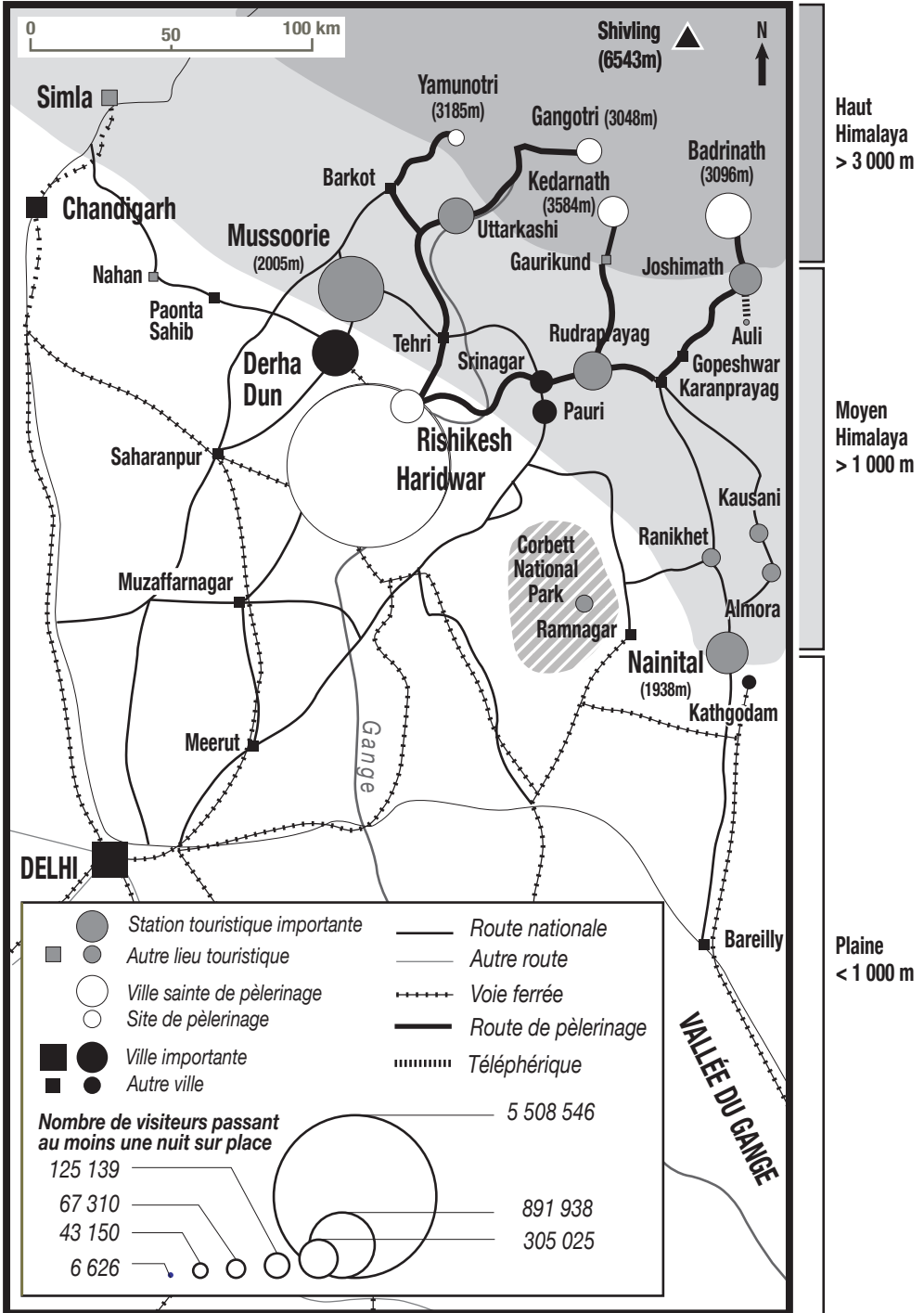
chez les élites des pays devenus indépendants. Elles ont ainsi assuré en Inde une certaine continuité dans la fréquentation des stations coloniales après le départ des Britanniques [Sacareau, 2006, 2007]. Pendant près de quarante ans, elles furent pratiquement les seules, avec les couches sociales bénéficiaires de la politique du Parti du Congrès, à avoir des pratiques touristiques. Dans l'Asie socialiste, notamment en Chine et au Vietnam, une autre variable a freiné un temps la diffusion du tourisme : le strict contrôle des migrations imposées par l'État, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. Au Vietnam, même si un effort de démocratisation du tourisme a été entrepris au service des masses laborieuses dès 1954, conformément au modèle soviétique, ses résultats ne peuvent être comparés à la situation actuelle.

Avec la montée en puissance d'une classe moyenne, le tourisme domestique a pris une nouvelle dimension. La croissance économique de la Chine s'est ainsi accompagnée de l'émergence d'une classe de nouveaux riches, qui, si elle représente en valeur relative seulement 4% de la population ayant un revenu annuel supérieur à 20 000 US\$, équivaut à près de 60 millions de personnes. En Inde, la libéralisation de l'économie amorcée depuis le début des années 1980 a également fait naître une classe moyenne. Selon les normes indiennes, elle correspondrait à une tranche de revenus comprise entre 1067 et 2286 euros, soit 131 millions de foyers, tandis que 5,9 millions de ménages auraient un revenu annuel supérieur à 2286 euros. En Indonésie, le revenu par habitant est passé de 50 US\$ en 1969 à 3943 US\$ en 2008 (parité de pouvoir d'achat - PPA) et l'on estime aujourd'hui la classe moyenne à 35 millions de personnes. Au Vietnam, l'évolution du PIB par habitant est passée de 560 US\$ en 1988 à 2 587 US\$ en 2007 (PPA), reflet d'un accroissement généralisé du niveau de vie. En reliant le tourisme domestique à la colonisation et à l'élévation récente du niveau de vie dans ces pays, n'oublie-t-on pas cependant d'appréhender toute la profondeur historique de ces mobilités ? La question

mérite doublement d'être posée. D'une part, elle permet d'envisager d'éventuelles mobilités pré-touristiques spécifiques à ces pays, et le rôle qu'elles peuvent jouer dans l'acquisition et la transmission de « compétences mobilitaires ». Concernant l'histoire du tourisme européen, il est en effet admis que, si des mobilités récréatives anciennes existaient depuis l'Antiquité gréco-romaine, le tourisme à proprement parler est le produit de la révolution industrielle. En revanche, de même que le tourisme s'est inscrit dans la filiation du voyage de formation qu'était le Grand Tour, il semble qu'en Asie, le tourisme se soit également articulé à des mobilités pré-touristiques. C'est le cas en Chine des voyages des lettrés vers les Mingsheng ou sites célèbres [Nyri, 2006] qui ont servi de point d'appui à l'État pour construire les circuits du tourisme domestique [Taunay, 2009]. En Inde, des mobilités touristiques se greffent depuis les années 1980 sur la tradition de pèlerinages [Landy, 1993 ; Gladstone, 2005 ; Singh, 2009]. Si tous les lieux de pèlerinage en Inde n'ont pas une dimension touristique, certains d'entre eux, comme les sources du Gange (carte 2), sont l'occasion pour les Indiens de découvrir leur territoire national et de déployer des formes de sociabilité où le profane se mêle étroitement au sacré [Singh, 2009]. Dans tous les cas, qu'il s'agisse de mobilités anciennes propres aux lettrés ou de mobilités spirituelles, toutes ont été l'occasion pour ces populations d'acquérir des compétences mobilitaires, pouvant être aujourd'hui réinvesties dans la construction d'un projet touristique, afin, par exemple, de sélectionner des sites dignes de visite, de mettre au point un itinéraire, de choisir un mode de transport, de négocier un hébergement ou bien encore de légitimer un tel déplacement. Soulever la question de l'ancienneté de ces mobilités permet d'autre part de relativiser leur caractère supposé nouveau : s'agit-il de nouvelles mobilités pour ces populations ou de mobilités que nous reconnaissons comme telles aujourd'hui, après les avoir longtemps occultées ?



Carte 2. Fréquentation des *hill stations* et pèlerinage aux sources du Gange dans l'Himalaya du Garhwal



Sources : Trekking Map Series, Gangotri-Yamunotri, Survey of India, 1991.  
 Direction du tourisme de l'Uttaranchal, 2001.  
 State Finance Commission du Gouvernement d'Uttaranchal, annexe 16.  
 Conception : I. Sacareau / Réalisation : P. Brunello <http://www.univ-lr.fr>

## 2.2 Le reflet des transformations socio-économiques dans l'aire asiatique<sup>3</sup>

Si le nombre de touristes domestiques ne cesse de progresser dans ces pays, c'est en raison du développement économique, de l'augmentation des revenus dans les familles et de l'affirmation croissante de choix nouveaux. L'accès progressif au tourisme de ces populations est en effet également à lire comme le reflet de l'ensemble des transformations sociales, spatiales et mentales que connaissent ces pays, notamment l'urbanisation, l'éducation et l'individualisation.

La majorité des touristes domestiques est constituée de citoyens. Le poids démographique des villes ne cesse de croître. Le taux d'urbanisation était de 52% en Indonésie en 2008, de 42,9% en Chine, de 29,3% en Inde et de 27,3% au Vietnam. En Chine, si 290 millions des déplacements touristiques ont été enregistrés en 2007, environ 200 millions sont le fait de citoyens. En Indonésie, les touristes domestiques sont avant tout citoyens et Javanais et proviennent des villes les mieux desservies : Jakarta, Yogyakarta, Surabaya en tête, suivies de Medan (Sumatra Nord), Makassar (Sulawesi Sud) et Padang (Sumatra Ouest). Seule l'Inde semble déroger à la règle. Selon l'enquête du NCAER, 65 millions des ménages ayant eu des pratiques touristiques, soit 75% du total, appartiennent au monde rural. Ils ont été à l'origine de 169 millions de voyages touristiques contre 61 millions pour les citoyens. 34% sont des petits fermiers. Bien plus, un quart des ménages ayant eu des pratiques touristiques appartiennent à la caste des intouchables (*Scheduled Cast et Scheduled Tribes*) et un tiers aux basses castes (*Other Backward Cast*). Ces données sont toutefois à relativiser, les touristes stricto sensu ne constituant, comme nous l'avons vu précédemment, que 6% du total. Les ruraux sont en effet plus nombreux que les urbains à pratiquer le pèlerinage ou les visites à caractère familial. Mais ces chiffres nous rappellent qu'il existe dans le monde rural des populations capables de consommer et d'en-

gendrer des flux touristiques conséquents, en particulier les commerçants, artisans et paysans propriétaires, enrichis grâce à la Révolution Verte.

Les villes jouent par ailleurs un rôle central dans la structuration des mobilités touristiques. D'une part, elles sont aussi bien réceptrices qu'émettrices de touristes. En Chine, les touristes domestiques se dirigent d'abord vers les grands centres urbains de l'Est, avant les lieux de l'intérieur du pays, où se trouvent des « sites pittoresques célèbres » (*mingsheng*), aménagés par l'État communiste entre 1978 et 2005 en « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale ». En Indonésie, les villes associées à des sites de proximité concentrent l'essentiel des nuitées. En dehors de Bali, Yogyakarta et Borobudur, Surabaya et le volcan Bromo à Java constituent les principales destinations touristiques, complétées par les stations d'altitude ou les plages situées à proximité des grandes villes. Au Vietnam, la structuration touristique du pays suit la hiérarchie urbaine : Hanoi et Ho Chi Minh Ville se positionnent comme les plus gros pôles touristiques du pays devant le trio urbain Hué, Danang et Hoi An [Maurice, 1993]. En Inde, le tourisme est également développé dans les villes qui polarisent les *hill stations*. D'autre part, les villes sont au cœur des transformations économiques et sociales des pays considérés, avec l'apparition d'une société de consommation associée à une sphère des loisirs. Prendre du « bon temps » est en effet plutôt chose nouvelle dans ces sociétés, en particulier en Chine et au Vietnam où, socialisme et confucianisme obligent, la place accordée à l'individu et à la satisfaction de ses désirs a longtemps été dénigrée. Conséquence logique de ces aspirations, se développent, à l'échelle de chaque pays, des infrastructures adaptées au niveau de vie des touristes domestiques. En Inde, le groupe Tata a annoncé sa décision d'ouvrir entre 55 et 60 hôtels à petit budget, destinés à la clientèle domestique dont le taux de croissance semble moins fluctuant que celui de la clientèle internationale<sup>4</sup>. Le raisonnement

<sup>3</sup> On entend ici par aire asiatique les pays d'Asie de l'Est, du Sud-Est et le monde indien. On ne prend pas ici en compte l'Asie centrale.

<sup>4</sup> *Business Standard*, 10 août 2004 : [www.tata.com/indian\\_hotels/media/20040810.htm](http://www.tata.com/indian_hotels/media/20040810.htm)

mené par la chaîne Accor au Vietnam est similaire : elle mise sur la construction d'hôtels de la gamme Ibis à destination des touristes domestiques, jugeant le parc hôtelier haut de gamme suffisant. Quant aux ménages les plus pauvres, ils peuvent trouver dans tous ces pays des modes d'hébergement à coût modique le plus souvent non classés. Au Vietnam, on les appelle *nha nghi* (littéralement maison pour dormir), en Inde, *Indian style hotels*, mais aussi logements gratuits liés à la présence d'un temple ou d'un lieu de pèlerinage, gérés par une communauté religieuse ou une association, sans oublier l'hébergement chez les parents et amis. En Indonésie, en 2008, il y a ainsi deux fois plus de chambres en hôtels non classés qu'en hôtels classés et cette armature d'accueil est notamment prédominante hors de Jakarta et de Bali.

Le développement d'infrastructures de transport adaptées aux mobilités touristiques est également en plein essor. Si l'essentiel des déplacements s'effectue par la route, en transports collectifs bon marché par autocars et, depuis peu, à l'aide de véhicules privés, le développement dans les années 2000 des compagnies aériennes asiatiques *low cost* illustre l'ampleur des mobilités touristiques internes. Elles sont en effet les seules aujourd'hui à offrir des services adaptés à la fois aux désirs et aux moyens encore modestes d'une grande partie des touristes domestiques. L'Inde se positionne de plus en plus agressivement sur ce marché où les compagnies à bas coût représentaient déjà selon le *Center for Asia Pacific Aviation* près de 35% du marché aérien domestique en 2006. Cette proportion pourrait s'élever à 70% en 2010, ce qui en ferait l'un des leaders mondiaux des voyages aériens *low cost*<sup>5</sup>. Leur développement ne peut qu'amplifier les voyages touristiques domestiques et internationaux. En Indonésie, avec une vingtaine de compagnies aériennes nationales en 2008, le développement des *low cost* a également contribué à la croissance du tourisme domestique. Le nombre de passagers utilisant l'avion est ainsi passé de 12,2 millions en

2002 à 32 millions en 2008 (BPS, Bureau national du tourisme). En Chine, l'ouverture de ce type de lignes favorise non seulement les liaisons entre les principales villes du pays mais aussi celles vers les villes touristiques du Sud-Ouest, comme Guilin ou Lijiang.

### 2.3. L'importance de l'État dans l'encadrement des mobilités touristiques

L'apparition d'une législation autorisant les congés payés et la mise en place effective d'une libre circulation des individus sont des conditions fondamentales d'émergence d'un tourisme domestique. En Chine, le gouvernement encourage le développement du tourisme intérieur depuis 1989. Mais le véritable tournant se situe en 1999, avec l'attribution de trois semaines de congés payés pour tous les salariés, mesure qui fait suite à la réduction du temps de travail hebdomadaire de 44 à 40 heures (1995). Au Vietnam, le code du travail garantit depuis 1994 douze jours de congé minimum par an, auxquels s'ajoutent neuf jours fériés. En Indonésie, le principe du week-end et des vacances est également bien établi, dans les entreprises publiques (depuis 1995) et privées (notamment étrangères), le nombre de jours de congés annuels augmentant avec l'ancienneté. En Inde, c'est finalement moins le niveau de revenus que l'accès aux congés qu'autorise le travail salarié qui compte, spécialement dans la fonction publique et dans les grandes entreprises du secteur privé. La croissance du salariat s'accompagne en effet de la garantie d'un revenu et d'un emploi du temps stable, sur la semaine ou sur le mois, et participe de ce fait à une structuration plus nette du temps libre par rapport au temps de travail. C'est là une différence fondamentale avec le travail journalier existant dans les campagnes, où les jours de repos correspondent le plus souvent à des temps de désœuvrement forcé, liés au calendrier agricole et aux aléas climatiques, et pour lesquels il est difficile d'envisager un projet de récréation.

<sup>5</sup> Source : *Travel Daily News*, 8 août 2006.

### 3. LES RESSORTS DU DÉPLACEMENT TOURISTIQUE CHEZ LES ASIATIQUES : QUELLES SPÉCIFICITÉS ?

L'accès de ces nouvelles populations au tourisme pose la question des pratiques qu'elles développent et des lieux qu'elles investissent, qui ne sont pas forcément ceux et celles du tourisme international. Il n'est pas question ici de recenser l'ensemble des destinations du tourisme domestique dans chacun des pays considérés, mais plutôt de rechercher, parmi les ressorts qui fondent le déplacement des touristes domestiques, quels en sont les principaux invariants et les éventuelles spécificités.

#### 3.1. Faire du tourisme en prenant appui sur des sociabilités élargies

La sociabilité apparaît comme une constante du tourisme. Elle se manifeste de façon variée à travers la recherche de lieux où cultiver l'entre-soi comme de lieux animés offrant les plus grandes opportunités de rencontres et d'interactions sociales. Surtout, faire du tourisme dans le cadre de sociabilités élargies (la famille, les amis, les syndicats d'entreprise...) fournit un cadre d'apprentissage efficace que ces populations savent mobiliser pour mener à bien leur projet touristique. La visite à la famille et aux amis constitue ainsi une dimension importante du tourisme domestique en Asie. Elle représente par exemple plus de la moitié des motifs de déplacement des touristes indiens [NCAER, *op. cit.*] et près du quart en Chine (2006). Au Vietnam, « partir se reposer au pays natal » (*ve que nghi*), notamment à l'occasion du *Têt* (nouvel an lunaire) ou pendant les vacances estivales, correspond à un temps fort du calendrier touristique. Dans un pays où l'enracinement local et le confucianisme valorisent la région d'origine, ce type de déplacements revêt une importance sociale, spatiale et symbolique évidente. De même, en Indonésie, les citoyens utilisent largement leurs congés pour se rendre au village, afin d'y effectuer des visites familiales ou de participer à une fête locale. Elles sont l'occasion d'organiser des excursions et de rompre avec le quotidien. En Chine, les mobilités de retour vers la famille pendant les plus importantes fêtes du pays sont l'occasion pour de nombreux citoyens de partir en vacances dans des sites touristiques célèbres.

La famille est loin d'être la seule structure où se déploie la sociabilité touristique. Au Vietnam, les syndicats et organisations de masse propres au régime socialiste continuent de jouer un rôle important dans l'encadrement du tourisme domestique, qu'il s'agisse d'offrir des séjours à d'anciens combattants ou de proposer aux membres des circuits touristiques et des hébergements bon marché à travers le pays. En Chine en revanche, les structures héritées de l'ère maoïste disparaissent progressivement, au fur et à mesure que les anciennes unités de travail et les privilèges qui leur étaient associés sont supprimés. En revanche, le déplacement touristique des individus s'appuie en partie sur la tradition du *guanxi* (ou relation interpersonnelle privilégiée), système d'obligations, de faveurs et de services réciproques, qui permet aux individus d'être reçus chez des étrangers, grâce à la mise en mouvement de tout un réseau relationnel.

D'une façon plus générale, se déplacer en groupe ou avec la famille élargie est une constante des pratiques touristiques asiatiques, qui valorisent les lieux animés et où l'on se retrouve pour manger et s'amuser. En Chine, les lieux touristiques les plus appréciés sont nommés « *renao* », un idéogramme composé du caractère « *re* » qui signifie chaud, chaleureux, et du caractère « *nao* » qui désigne le bruit, le vacarme, l'agitation. Au Vietnam, la bonne ambiance qui se dégage d'un lieu touristique est désignée par l'adjectif « *vui ve* », qui signifie heureux, joyeux, animé, caractéristique du succès du lieu. On devine alors combien un lieu peu fréquenté est plutôt synonyme de tristesse, d'ennui et finalement d'échec en matière touristique.

#### 3.2. Exploiter le différentiel entre les lieux

Le ressort du déplacement touristique repose sur l'existence d'un différentiel entre les lieux de vie quotidiens des touristes et les lieux de séjour [Équipe MIT, 2002 ; Stock, 2003]. Il varie selon les espaces et les cultures mis en contact, de même qu'il varie selon les individus. En Asie, l'un des différentiels les plus saisissants est celui qui

oppose la montagne à la plaine, l'altitude étant facteur d'altérité. La fraîcheur humide des montagnes, leurs paysages verdoyants et leur végétation tempérée en font des destinations privilégiées. La découverte des montagnes peut s'effectuer lors d'un séjour dans les stations climatiques d'altitude héritées de la période coloniale. Édifiées par les Européens pour échapper à l'insalubrité et la chaleur des plaines, Bogor, Cisarua, Cibodas en Indonésie, Simla, Darjeeling, Ooty en Inde ou Dalat et Sa Pa au Vietnam constituent, pour les touristes domestiques, un dépaysement important, non seulement pour leur localisation montagnarde, mais aussi pour les vestiges hérités de l'époque coloniale. En Chine, moins nombreuses, elles semblent avoir sombré dans l'oubli. En revanche, certaines montagnes, célébrées par les artistes depuis l'antiquité et les lettrés depuis la dynastie des Ming (notamment le 15<sup>ème</sup> siècle), sont aujourd'hui fréquentées par les touristes domestiques qui recherchent l'archétype du paysage « à la chinoise ».

L'altérité ressentie par les touristes ne réside pas seulement dans les paysages ou le climat. Elle s'applique également aux populations rencontrées, en particulier celles issues d'ethnies « minoritaires » vivant dans les montagnes. En Asie du Sud-Est, la plaine est traditionnellement occupée par le groupe dominant (les Han en Chine, les Kinh au Vietnam...) qui fournit aujourd'hui l'essentiel des touristes. Leur mobilité les amène à rencontrer ces groupes ethniques, la plupart du temps ignorés ou méprisés (planche 1). Si l'aspect folklorique des rencontres organisées peut apparaître critiquable, elles peuvent permettre toutefois de faire évoluer la relation visiteurs/visités. En Indonésie, le succès qu'ont connu certaines populations de l'intérieur auprès des touristes occidentaux, comme les Batak (Sumatra Nord), les Toraja (Sulawesi Sud), les Minangkabau (Sumatra Ouest) ou les Dayak Benua de Tanjung Isuy (Kalimantan Est), traditionnellement jugées primitives par les populations indonésiennes de la côte, a permis à ces dernières de prendre conscience de la valeur de leur culture.

Toutefois, parce que l'altérité vécue en montagne est parfois ressentie comme trop forte, les touristes domestiques préfèrent se déplacer vers les plages, où l'altérité est moins sensible. En Chine, les citadins des grandes villes du Nord tendent à multiplier leurs séjours sur l'île tropicale de Hainan. Au Vietnam, ce sont les stations balnéaires de Vung Tau au Sud, de Nha Trang au centre, de Sam Son et Do Son au Nord, qui concentrent la majeure partie des flux touristiques l'été venu, loin devant la montagne. Fréquentées sur le mode de la sociabilité et du repos, les plages de ces pays sont propices à la baignade et de manière croissante à des pratiques plus diversifiées, intégrant des sports nautiques, comme c'est le cas en quelques lieux d'Indonésie (Bali), ce qui témoigne d'une évolution des pratiques. En Inde, la fréquentation de la plage relève plus de la découverte de la mer et du jeu avec les vagues que de la baignade et du repos (planche 2). Toutefois, le bronzage est peu développé, la peau blanche étant considérée comme plus esthétique et la peau foncée comme le reflet des classes travailleuses et, en Inde, des basses castes. Il s'ensuit une organisation spatiale spécifique, où se multiplient les dispositifs ménageant de l'ombre (parasols, auvents de tôle ou de palme...), ainsi que des temporalités de fréquentation originales, soit le matin très tôt ou en fin d'après-midi [Peyvel, 2008].

### 3.3. Rapport à la modernité et lieux de la mémoire nationale

La préférence des touristes domestiques va cependant aux villes, aux lieux touristiques bien équipés ainsi qu'aux grands centres commerciaux où pratiquer le *shopping*<sup>6</sup>. Celui-ci est une pratique répandue chez les touristes asiatiques. Le lien quasi systématique établi en Asie entre tourisme et consommation tient pour partie au fait que les deux ont émergé au même moment. Faire du tourisme est donc également à lire comme une manière de s'intégrer et de profiter des opportunités offertes par la société de consommation [Condominas, 1993]. L'Asie de l'Est urbaine est marquée par un réseau dense de marchés et de rues commerçantes, lequel est

<sup>6</sup> Les dépenses de *shopping* représentent 58% des dépenses des Indiens [NCAER, *op. cit.*] et plus de 50% des

dépenses des Indonésiens, contre 17% pour les touristes occidentaux (Statistiques du tourisme indonésien, 1999).



Planche 1. Touristes kinh se déguisant en « minorités ethniques », Sa Pa (Vietnam)



Source : E. Peyvel, 2007.

Planche 2. Touristes indiens découvrant la mer sur la plage de Mahaballipuram (Tamilnadu)



Source : I. Sacareau, 2003.

complété depuis plusieurs années par celui des *shopping malls*, gigantesques galeries commerciales climatisées comportant des infrastructures de loisirs appréciées des touristes comme des résidents.

Ce goût pour les villes pourrait s'expliquer par le fait que les touristes domestiques sont des citadins de fraîche date issus pour la plupart de grandes métropoles. À l'occasion des vacances, ils se projetteraient ainsi vers le monde moderne que peuvent incarner les villes, notamment par leur architecture verticale. En outre, la modernité constitue un des mots d'ordre de l'État en Chine, au Vietnam et en Indonésie durant l'Ordre Nouveau de Suharto. S'ajoutent pour la Chine les mauvais souvenirs de la Révolution culturelle qui peuvent expliquer le faible attrait de toute une génération de Chinois pour les séjours à la campagne. Même lorsque les touristes Han visitent les villages des minorités nationales montagnardes, ils privilégient ainsi souvent les mieux équipés et les plus confortables, affichant volontiers, face à des populations qu'ils considèrent comme primitives, un sentiment de supériorité lié à leur appartenance à une société chinoise moderne. C'est en tous cas toujours une nature domestiquée, sous la forme par exemple de parcs, de jardins, de cascades aménagées à proximité des stations ou de grands centres urbains, que privilégient les touristes domestiques. De même, les parcs d'attraction et les parcs à thèmes connaissent un vif succès et se multiplient.

Dans ces pays, l'affirmation de la modernité est intrinsèquement liée à celle de la nation, si bien que les lieux et symboles qui caractérisent cette dernière sont souvent érigés en attraction touristique, afin de participer à la consolidation d'une construction nationale parfois récente et fragile. En Indonésie, le tourisme interne, en mettant en contact des populations et des cultures différentes, a été vu par le président Suharto comme le moyen de développer et d'encourager l'amour du pays et de la nation, de développer l'économie, de promouvoir des valeurs et une culture nationales. Cela s'est traduit par la promotion d'une sélection de

sites culturels et monumentaux, incarnant la « quintessence de l'âme indonésienne »<sup>7</sup>, comme les temples bouddhiste de Borobudur et hindouiste de Prambanan. En Chine, à la fin des années 1970, les « sites pittoresques célèbres » (*Mingsheng*) ont été désignés par l'État comme des sites remarquables dans un projet de construction nationale célébrant le patrimoine millénaire, que l'on n'hésite pas à recréer, parfois dans des lieux où il n'a jamais existé, lorsqu'il a été détruit par la Révolution culturelle ou l'urbanisation. Les lieux fréquentés par les principales figures de l'histoire communiste, comme le village natal de Mao dans le Hunan, complètent la liste des sites qu'il faut avoir vu. L'État intervient jusque dans le contenu de certains parcs d'attraction, destinés à créer un sentiment de cohésion nationale chez le visiteur. Le parc à thème « Chine magnifique », ouvert en 1989 dans le centre de Shenzhen, recrée une Chine en miniature, donnant aux touristes l'impression de parcourir le pays et ses principaux « hauts-lieux » : à l'ouest, la réplique du palais du Potala affirme l'appartenance de la région du Tibet à la Chine, de même que l'île de Taiwan à l'est. Au sud-ouest, la logique est la même avec des répliques de villages de minorités nationales. Le tourisme est ici mis au service d'un projet politique de légitimation des frontières. La logique de représentation d'une version officielle de la Nation et de sa diversité est la même en Indonésie où le parc Belle Indonésie en miniature, ouvert en 1975 près de Jakarta, constitue le site touristique le plus important de l'archipel en nombre de visiteurs, en majorité indonésiens. De même au Vietnam, le tourisme sert de vitrine nationale, que l'État mobilise au service d'une nation souveraine, unie et unanimement socialiste à travers le choix de sites touristiques variés : musées d'histoire, sites de guerre (Dien Bien Phu, Cu Chi, Vinh Moc...), tombes des héros martyrs, monument à la gloire de Ho Chi Minh (dont le mausolée est le site touristique le plus visité du pays, dépassant les deux millions de visiteurs en 2008). Les musées d'ethnologie véhiculent quant à eux l'image d'une nation unie au-delà des différents groupes ethniques. En Inde, la visite des grands sites

<sup>7</sup> Ce patrimoine avait déjà fait l'objet d'une intense valorisation par les républicains indonésiens et durant la

colonisation néerlandaise.



culturels s'inscrit aussi dans le contexte nationaliste de la construction d'une identité collective au sein d'un pays multiculturel et pluriethnique. Elle permet de mettre en avant la richesse de la civilisation indienne ancienne, creuset et élément d'unification d'une popu-

lation plus ou moins segmentée par l'appartenance ethnique, linguistique, religieuse ou de caste, mais aussi les lieux où se sont rendus Nehru et Gandhi permettant de célébrer l'unité nationale dans la lutte commune des Indiens contre le colonisateur.

## CONCLUSION

Il serait confortable de voir dans les nouvelles mobilités touristiques aujourd'hui à l'œuvre dans les pays dits du Sud la réappropriation de pratiques et de lieux occidentaux. Cet article montre pourtant, à travers les cas de la Chine, de l'Inde, de l'Indonésie et du Vietnam, combien le tourisme domestique prend appui sur des lieux originaux, fréquentés avant tout par les populations locales, comme dans le cas des *Hill stations*, et sur des modes d'accès et des pratiques propres à ces marchés. Si l'histoire et la culture de chacun des pays étudiés ici jouent en faveur de la création de lieux spécifiques (tombes des héros, récréation de patrimoine national, etc.) et si la modestie des revenus de la majorité des touristes les conduit à

privilégier le transport terrestre et l'hébergement familial, il n'en reste pas moins que de nombreux autres facteurs interviennent pour structurer ces mobilités récréatives en pleine croissance dans ces pays. L'augmentation importante des *low cost* aériens, la forte attraction des villes et des stations touristiques bien équipées, la quête d'une nature domestiquée et la volonté de voyager en groupe vers des lieux animés, sont quelques unes de ses composantes fondamentales. Les États contribuent en outre fortement à l'expansion de l'activité, en facilitant les départs en vacances, (par le biais des congés payés et de la liberté de circulation) et en valorisant le tourisme domestique comme outil d'unité et de développement économique national.

## BIBLIOGRAPHIE

ARAMBERRI J. (2004), Domestic tourism in Asia: some ruffle and flourish for a neglected relation, *Tourism and Recreation Research*, vol. 29, n° 2, pp. 1-11.

BERRIANE M. (1992), Tourisme et migrations de loisirs au Maroc : étude géographique, thèse de géographie, université Mohammed V de Rabat, 500 p.

CABASSET C. (2000), Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ?, Thèse de Doctorat en géographie et aménagement, Université Paris-Sorbonne IV, 366 p.

CABASSET-SEMEDO C (2008), « La Culture, comme ressort de la diffusion touristique dans l'archipel indonésien », in O. Dehoorne et P. Saffache (dir.), *Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux. Usages des lieux et enjeux de développement. Études Caraïbéennes*, vol. III, n° 9/10, pp. 123-151.

CAZES G. (1989), *Les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du Tiers-Monde*, Paris, L'Harmattan, 335 p.

CONDOMINAS C. (dir.) (1993), *Les loisirs au Japon*, Paris, L'Harmattan, 351 p.

DEMAY A. (à paraître), Géographie historique du tourisme colonial dans l'Union indochinoise (1887-1950), Thèse de doctorat sous la direction de R. Knafou, Université Panthéon-Sorbonne

Équipe MIT (2002), *Tourismes 1, Lieux communs*, Paris, Belin, Collection Mappemonde, 320 p.

Équipe MIT (2010), *Tourismes 3, La révolution durable*, Paris, Belin, Collection Mappemonde, (à paraître).

ÉVRARD O. (2006), L'exotique et le domestique : tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande, *Autrepart*, n° 40, pp. 151-167.

GHIMIRE K. (dir.) (2001), *The Native tourism: Mass Tourism within Developing Countries*, London, Eartscan, 224 p.

GLADSTONE D.L. (2005), *From Pilgrimage to Package Tour-Travel and tourism in the Third World*, New York, Routledge, 256 p.

HUGHES G. (1992), Tourism and the geographical imagination, *Leisure Studies*, n° 11, pp. 31-42.

JAFARI J., (1986), On Domestic Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 13, pp. 491-496.

KENNEDY D. (1996), *The Magic Mountain: Hill Stations and the British Raj*. Berkeley, University of California Press, 265 p.

KNAFOU R. et STOCK M. (2003), « Tourisme » in J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, pp. 931-934.

- LANDY F. (1993), Le tourisme en Inde ou l'exotisme sans le vouloir, *L'Information Géographique*, n° 57, pp. 92-102.
- MAURICE F. (1993), Exemple du plan de développement touristique de l'espace vietnamien, Thèse de doctorat de géographie, Université de Nice Sophia-Antipolis, 1336 p.
- National Council for Applied Economic Research [NCAER] (2002-2003), *Domestic Tourism Survey, Domestic Tourism Study*, 45 p.
- NYRI P. (2006), *Scenic spots: Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington Press, 134 p.
- PEYVEL E. (2008), Mui Ne (Vietnam) : deux approches différenciées de la plage par les touristes occidentaux et domestiques, *Géographie et Cultures*, n° 67, pp. 79-92.
- PEYVEL E. (2009), L'émergence du tourisme domestique au Vietnam : lieux, pratiques et imaginaires, Thèse de géographie, Université de Nice-Sophia Antipolis, 405 p.
- RAYMOND N. (1999), De Machu Picchu à Fujimori. Les pays andins observés à travers leurs tourisms. Le cas plus particulier du Pérou (1960-1996), Thèse de l'Université Paris VII- Denis Diderot, 410 p.
- RAYMOND N. (2002), Tourisme national et international dans les pays andins : quelles relations ? L'exemple du Pérou, *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, vol. 31, n° 1, pp. 23-38.
- RAYMOND N. (2005), « Le tourisme, prisme d'observation de quelques réalités latino-américaines passées et présentes », in S. Hardy et L. Médina-Nicolas, *L'Amérique latine*, Paris, Éditions du Temps, pp. 246-263.
- SACAREAU I. (2006), Tourisimes et sociétés en développement : une approche géographique appliquée aux montagnes et aux sociétés du Sud, Habilitation à Diriger des recherches, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, volume 3 (inédit scientifique non publié), 385 p.
- SACAREAU I. (2007), Himalayan Hill stations from British Raj to Indian Tourism, *European Bulletin of Himalayan Research*, n° 31, pp. 30-47.
- SINGH S. (ed.) (2009), *Domestic Tourism in Asia, Diversity and Divergence*, London, Earthcan, 335 p.
- SLOANE-WHITE P. (2007), Why Malays travel: Middle-Class Tourism and the Creation of Social Difference and Global Belonging, *Crossroads (an interdisciplinary journal of Southeast Asian Studies)*, vol.18, n° 2, pp. 5-28.
- STOCK M. (dir.) (2003), *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin, 304 p.
- TAUNAY B. (2006), Regarder les lumières, le tourisme national dans la province du Guangxi, *Monde Chinois*, n° 6, pp. 49-64.
- TAUNAY B., (2009), Le tourisme intérieur en Chine : approche géographique à partir des provinces du Sud-Ouest de la Chine, thèse de géographie, Université de la Rochelle, 471 p.
- TURNER L. (1976), The International Division of Leisure, Tourism and the Third World, *Annals of Tourism Research*, vol. IV, n° 1, pp. 12-24.
- TURNER L. and Ash J. (1975), *The Golden Hords: International Tourism and the Pleasure Periphery*, London, Constable and Company Limited, 309 p.
- WANG Y-P. and Yamamura J. (2000), Function of spa development in countryside for domestic tourism in China – A case study of some spas in Liaoning Province, *Chinese Geographical Science (Zhongguo dili)*, vol. 10, n° 2, pp. 168-176.
- WEN Z. (1997), China's domestic tourism: impetus, development and trends, *Tourism Management*, n° 18, pp. 565-571.
- ZYTNIICKI C. et HAZDAGHLI H. (2009), *Le tourisme dans l'empire français : politiques, pratiques et imaginaires (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles)*, Paris, Publication de la Société française d'Outre-Mer, 44 p.