



HAL
open science

Tourismes. De l'adaptation à la métamorphose

Luc Gwiazdzinski, Florent Cholat, Céline Tritz, John Tuppen

► **To cite this version:**

Luc Gwiazdzinski, Florent Cholat, Céline Tritz, John Tuppen. Tourismes. De l'adaptation à la métamorphose. Cholat Florent; Luc Gwiazdzinski; Céline Tritz; John Tuppen. Tourisme(s) et adaptation(s), Elya Editions, pp.347-368, 2019, 979-10-91336-123. halshs-02064503

HAL Id: halshs-02064503

<https://shs.hal.science/halshs-02064503>

Submitted on 24 Mar 2019

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.

Tourismes. De l'adaptation à la métamorphose

Tourismes et adaptations, Cholat F., Gwiazdzinski L., Tritz C., Tuppen J.,
Grenoble, Elya, pp.347-368

Gwiazdzinski L., Cholat F., Tritz C., Tuppen J.

La mondialisation et la compression du temps et de l'espace (Harvey, 1989), ont pu donner le sentiment que le monde était devenu petit et que tous les lieux étaient désormais accessibles. Le tourisme, objet et outil de ces dynamiques et « clef de compréhension des mobilités contemporaines » (Urry, 2002) est au coeur de ces mutations.

Hypothèse adaptative

Partant de l'hypothèse que le tourisme adaptait le monde à ses exigences et besoins et vice versa, nous avons imaginé que la question de l'adaptation pouvait enrichir la thématique du tourisme et que ce dernier pouvait être une clé de lecture de la notion même d'adaptation définie à la fois comme « État de ce qui est naturellement approprié » et « Processus par lequel un être ou un organe s'adapte naturellement à de nouvelles conditions d'existence »¹. C'est le sens de cette mise en perspective et de cette articulation entre les deux termes. Nous avons cherché à l'explorer au croisement d'autres notions comme gouvernance, aménagement, risques, pratiques touristiques, changements environnementaux, image, montagne, ressource, rythme ou nouvelles technologies. La réflexion s'appuie sur des études de cas concernant des lieux, des thématiques et des situations en lien avec des évolutions en cours.

Evidence touristique

Première confirmation : le tourisme est là et bien là avec plus de 1,2 milliard de touristes internationaux et 10 % des emplois mondiaux (UNWTO, 2017). Il s'impose aussi avec des impacts importants en termes de déplacements, d'aménagements pour l'accueil, mais aussi de consommation d'espace, de saturation des lieux et des espaces publics... Présent, le tourisme l'est encore comme « désir d'ailleurs » pour les populations de tous les pays avec des attentes différentes. L'ouverture au tourisme des populations de certains pays continents comme la Chine ou l'Inde laisse entrevoir une croissance de la demande avec des prévisions à la hausse et des arrivées de touristes internationaux qui devraient atteindre 1,8 milliard d'ici 2030 (UNWTO, 2017), cela sans changement radical et dans la ligne des tendances déjà amorcées (Yeoman, 2008). Le tourisme est également présent comme désir de vivre autre chose, même à proximité de chez soi.

Changement d'échelle et de contexte

Deuxième constat, le secteur évolue rapidement au point que l'on parle parfois de « post-tourisme » (Francois et al. 2008), de « transition touristique » (Duhamel, 2018) ou « d'après-tourisme ». La réflexion se déploie dans un contexte où le tourisme est devenu partie prenante d'une société en mutation rapide. La montée des incertitudes (Castel, 2009), les changements climatiques et leurs conséquences socio-économiques et politiques (Latour, 2017) l'importance du phénomène lui-même et les perspectives, obligent à reposer la question de l'adaptation du tourisme et de l'adaptation au tourisme dans le cadre de « l'anthropocène » (Crutzen, 2002).

Actualité de l'adaptation

Troisième constat, celui de l'actualité de la notion d'adaptation. Face à l'accélération et à l'intensification des mutations économiques, technologiques, sociales et environnementales globales, la notion même d'adaptation suscite un intérêt grandissant (Moran, 2000) malgré le relatif flou qui entoure sa définition en sciences sociales (Simonet, 2009).

Moteurs et limites de l'adaptation

Quatrième constat, on assiste bien à des adaptations du tourisme et des adaptations au tourisme. Le tourisme est « adaptable ». Il s'adapte – comme le montre l'analyse historique – mais la rapidité des mutations oblige les acteurs, les organisations et les territoires à mobiliser de nouveaux moyens, à chercher de nouvelles pistes et à développer de nouvelles stratégies, tactiques ou « bricolages » (De Certeau, 1980). Si les territoires et les organisations se sont « adaptés » au tourisme et aux touristes, l'importance du phénomène, sa massification, sa concentration sur certains espaces publics posent désormais des problèmes de limite, de trop-plein et de saturation (Gravari-Barbas et Jacquot 2016), voire entraîne des attitudes de rejet (Delaplace et Simon, 2017) dans certains pôles touristiques comme Venise, Dubrovnik ou Ibiza. Cette « tourismophobie » – pour reprendre le terme popularisé par El País – doit être prise en compte avant que les conflits ne se généralisent. C'est le cinquième constat, celui des conflits d'usages ou de représentations qui bousculent les rentes de situations, créent des blocages et nécessitent des compromis et d'autres adaptations. La réflexion partielle et partielle se déploie autour de plusieurs axes. Elle est organisée de manière séparée et un peu artificielle autour de deux premiers points – « adaptations du tourisme aux mutations générales » et « adaptations de la société et des territoires au tourisme » – pour aboutir sur une approche plus complexe et hybride et ouvrir sur une réflexion prospective sur « habiter le monde », « fluer » et « exister ».

Quand le tourisme s'adapte aux mutations et contextes

Le rythme d'évolution de la demande et de l'offre touristique n'est pas toujours le même ce qui aboutit nécessairement à des décalages, des tensions, des conflits et des compromis.

Des décalages géographiques

D'ici 2030 l'UNWTO (2017) estime que le nombre de touristes internationaux augmentera de près de 0,5 milliards de personnes. Même si le taux de croissance est moins élevé que par le passé, de forts contrastes géographiques existent par rapport à l'évolution du marché. Les marchés « matures », comme l'Europe ou l'Amérique du Nord, tout en attirant un grand nombre de touristes et en maintenant une activité touristique soutenue, ont des taux de croissance relativement modestes. En contraste, beaucoup de pays de l'Asie du sud-est, (notamment la Chine), et dans un degré moindre l'Amérique latine, connaissent une explosion du tourisme. Par contre, les pays africains, souvent frappés par les crises de toutes sortes, restent encore à l'écart de ce mouvement et de ses retombées économiques potentiellement bénéfiques et cherchent d'autres voies comme en Guinée Bissau (Arbore et Maggioli, 2018), en Tunisie (Souissi et Rieucan, 2018) ou à Madagascar (Preuil, 2018). Parmi les stratégies proposées, l'accent est souvent mis sur l'instauration de nouvelles formes de gouvernance, l'élargissement de l'offre, aussi bien pour les produits touristiques que pour les zones de développement touristique, et sur le renouvellement de l'image touristique des territoires.

Organisation des acteurs à l'échelle mondiale

Cette croissance s'accompagne d'une globalisation du tourisme (Duhamel, 2018 ; Stock et al., 2017), un phénomène qui se caractérise en partie par une mobilité de plus en plus forte et répandue des populations, facilitée par le développement des innovations dans le domaine des transports, lié par exemple aux options « low-cost », ou au développement de nouvelles

infrastructures, notamment dans les pays les plus développés et anciens dans l'histoire du tourisme. Les acteurs du tourisme s'organisent de plus en plus à l'échelle mondiale, une tendance illustrée très clairement par le secteur de l'hébergement touristique, aussi bien par les grands groupes hôteliers que par les plateformes de location (du type Airbnb). En outre, cette internationalisation ne se limite plus aux grandes entreprises mais fait partie des stratégies de développement d'un grand nombre de PME.

Impératif de résilience

La globalisation provoque également une plus grande concurrence entre les destinations touristiques et les offres touristiques, imposant aussi des choix difficiles pour les investisseurs. « La suraccumulation capitaliste » (Turco, 2018) suppose « la transformation incessante des espaces non-capitalistes en des espaces capitalistes » comme pour le tourisme d'affaires au Mozambique. La question de la concurrence soulève aussi le problème de la résilience du secteur touristique (Fabry, 2018). L'impératif de « mise en résilience » des destinations est stimulante comme dans le cas des villes de congrès (Christofle, Papetti, Fournier, 2018) : « Toute destination qui ne se renouvelle pas... se voit devancée... » par des concurrents.

Adaptations au marché et aux nouveaux cadres réglementaires

Les acteurs du tourisme doivent s'adapter en permanence à l'évolution du marché et des cadres réglementaires imposés par les pouvoirs publics. Les sociétés multinationales modifient constamment leurs offres, en donnant, par exemple, de plus en plus d'importance à la dimension « écologique » de leurs produits, non sans provoquer des critiques en termes de « green washing ». Duhamel (2018, p. 119) insiste également sur la nécessité pour les territoires (et leurs acteurs) de composer avec les évolutions du marché.

Mobilisation des acteurs et planification participative

De manière générale, cette adaptation suppose notamment une plus forte implication dans la prise de décisions (la gouvernance) par les acteurs locaux (y compris la population locale), dans une logique de « planification participative » (Violier, 2008), et l'accent mis sur la durabilité du projet touristique proposé. Dans le Parc National de Cantanhez en Guinée Bissau (Arbore, et Maggioli, 2018) le développement d'un tourisme durable, respectueux de l'environnement est « bottom-up » dans le cadre d'une « gestion communautaire », basée sur chacun des villages. L'implication de la population locale ne garantit pas pour autant l'approbation de tout projet touristique comme à Madagascar dans l'écotourisme (Preuil, 2018) où certains tabous et croyances peuvent ralentir ou accélérer les choix des populations locales. L'acceptation du changement dans le domaine touristique est souvent conditionnée par l'implication des professionnels du tourisme eux-mêmes. Leur connaissance du terrain et des clientèles est centrale comme dans le cas des professionnels du département de la Drôme (Tritz, 2018) face au changement climatique. La « planification participative » souhaitée n'a pas comme objectif d'exclure des acteurs extérieurs aussi puissants que les sociétés multinationales. Elle nécessite cependant la mise en place de démarches de négociation structurées, d'outils adaptés, permettant d'éviter l'imposition, de leurs objectifs et de leurs ambitions.

Rôle déterminant de l'image et des arrière-pays

Le besoin d'adaptation de l'offre touristique est d'autant plus fort que la concurrence entre destinations et produits s'intensifie. Dans le processus de renouvellement ou de repositionnement de l'offre ou de découverte de nouvelles destinations, l'image joue un rôle de plus en plus déterminant. Le secteur du tourisme en Tunisie projette « une image vieillie ».

Une des solutions réside peut-être dans la valorisation du « patrimoine matériel et immatériel » du pays (Souissi et Rieucan, 2018), impliquant un changement d'image de la « Tunisie touristique » et une diffusion du tourisme vers l'intérieur. Le rôle déterminant de l'image est tout aussi important dans la fabrication de nouveaux territoires touristiques métropolitains comme le Grand Paris (Rouchi, 2018) qui adoptent des « stratégies de marques (branding) », véhiculant leur culture et leur histoire comme avec « La Seine impressionniste ». Le tourisme est souvent utilisé pour redynamiser l'image (et l'activité économique) des centres urbains en renforçant notamment leur image de lieux festifs. La lumière et la nuit jouent un rôle particulier comme à Montréal (Bertin, 2018). En cherchant à se donner une nouvelle image, les lieux touristiques devraient tenir compte des exigences sociétales vers davantage d'égalité et d'accessibilité dans l'accès des personnes en situation de handicap. Dans le cas du handicap visuel, les mesures prises en France pour faciliter l'accueil de ce public sont insuffisantes. Malgré quelques progrès, une question reste toujours sans réponse : « qui du tourisme ou du déficient visuel s'adapte à l'autre » ? (Mallet, 2018).

Rôle central de certains acteurs et médias

Dans la construction et la reconstruction de l'image certains acteurs ont joué un rôle déterminant. En France, c'est le cas des syndicats d'initiative (Manfredini, 2018) qui se sont modernisés en essayant de satisfaire à la fois les besoins des touristes et ceux des habitants. Ce constat rejoint les analyses sur l'adaptation de la gouvernance pour favoriser les démarches plus communautaires. Une autre façon pour transmettre une image positive de la destination touristique est de travailler sur les réseaux des 'Greeters' qui existent déjà dans de nombreuses villes et fonctionnent à travers des plateformes numériques. Ces plateformes et l'utilisation d'Internet représentent encore d'autres exemples d'adaptation du fonctionnement du marché touristique et des changements de comportement des touristes et des acteurs du tourisme en lien avec le « e-tourisme » et le « m-tourisme » qui explosent aujourd'hui. Cette révolution dans la communication et dans les pratiques est centrale dans la stratégie des villes de congrès (Christofle, Papetti, Fournier, 2018). À partir de l'analyse des pages Facebook des villes de congrès d'importance mondiale, on peut mesurer l'importance du renouvellement quantitatif, qualitatif et communicationnel des stratégies touristiques de ces métropoles pour rester compétitives.

Demande de régulation qui s'impose

Si l'activité touristique augmente toujours, stimulée par le développement de nouveaux produits et de méthodes de communication innovantes, il existe également des mouvements de contestation de plus en plus visibles et audibles face à la saturation perçue de nombreuses destinations. On sait depuis longtemps que les lieux touristiques ne peuvent pas absorber éternellement un nombre croissant de visiteurs, notamment par rapport à leurs impacts négatifs et souvent irréversibles sur l'environnement naturel (Duhamel, 2018). Plus récemment, ce phénomène, qui donne lieu à des conflits et des tensions, s'exprime de plus en plus dans les grandes villes touristiques. Cette manifestation de mécontentement est évidente dans les métropoles européennes de Barcelone, Amsterdam, Venise, Rome, Lisbonne et Berlin, mais se déploie ailleurs dans le monde comme à Bangkok. Si les autorités urbaines s'opposent à « l'invasion touristique » et à certains types de comportements touristiques, ce sont souvent les habitants eux-mêmes qui protestent (Delaplace, 2017) avec des demandes de plus en plus fortes de limitation ou de régulation des flux. Ici, dans l'excès, le tourisme doit s'adapter à un environnement qui se modifie rapidement et à une hospitalité qui évolue.

Menaces et transitions

Le tourisme contemporain doit faire face à des enjeux nombreux et variés (Duhamel, 2018,

p.247). Sa contribution en termes d'apports au développement économique des pays et des régions est indéniable mais ses impacts potentiellement négatifs, sur les plans sociétaux et culturels, représentent également des menaces. Le tourisme est devenu un phénomène mondial, mais avec des « vitesses » très différentes selon les espaces en question. L'hyperconcentration de l'activité dans certains pays développés, basée sur des systèmes d'offres sophistiquées pour des populations relativement aisées, co-existe avec des pratiques presque artisanales dans les pays émergents les plus pauvres où, en plus, les investisseurs étrangers qui cherchent à développer ou moderniser l'offre touristique peuvent bénéficier d'une main d'oeuvre bon marché et peu protégée socialement. Si des contrastes sont visibles dans l'espace, ils existent également dans le temps. Le tourisme de masse présent à de nombreux endroits est progressivement remplacé par un tourisme de cohabitation de standardisation et d'individualisation (Duhamel, 2018), marqué par le développement des marchés et des produits de niche. Le tourisme se métamorphose donc en permanence. Il s'adapte pour faire face aux changements mais l'environnement (économique, politique, social, culturel et environnemental) dans lequel cette activité évolue est également obligé de s'adapter au tourisme.

Quand les territoires et les organisations s'adaptent au tourisme

Face aux mutations et à l'évolution du tourisme, les territoires et les organisations sont poussés à s'adapter en valorisant, développant mais aussi en protégeant leurs ressources.

Refonte des paysages

Pendant de longues années, les lieux phares du tourisme se sont développés pour accueillir les visiteurs, avec la construction de nouvelles routes, logements, aéroports.... De nombreux sites et territoires sont passés à une nouvelle phase de développement et d'adaptation. Pour certains (espaces littoraux et massifs exploités depuis longtemps) la densité des équipements et des aménagements et la fréquentation ont entraîné une baisse de la qualité des séjours et de l'attractivité. Plusieurs types de réponses ont été mises en place, avec par exemple une refonte du paysage de certaines stations balnéaires. Aux îles Baléares, les tours et barres d'immeubles – à l'image de celles qui ont existé dans les cités urbaines – ont été en partie démolies.

Extension du domaine du tourisme

Ailleurs la transformation passe par l'intégration de l'arrière pays à l'offre touristique (Suchet, 2018). Par ses qualités propres ces zones viennent rééquilibrer le trop plein de la fréquentation littorale. L'activité se diffuse et est reportée dans des espaces non saturés. À des échelles plus fines et infra-urbaines, ce sont d'autres lieux et d'autres ressources qui sont aussi mobilisées et mises en avant pour parfaire l'offre urbaine et le développement touristique comme les berges de fleuves à Lyon, Bordeaux, Montreal ou Rabat (Moussalih, 2018) avec l'aménagement de promenades.

Diversification de l'offre et extension temporelle

Avec la maturation des sites et la compréhension des besoins, on constate une diversification croissante, multiscalaire et multiforme de l'offre, par effets de mode et transfert de modèles. En montagne (Bonnemains, Clivaz, 2018), les évolutions du secteur d'activité et les crises liées au changement climatique obligent à une forte refonte des modèles dominants, une exploitation de la saisonnalité, au développement de nouveaux produits fondés sur l'existant même si en Suisse et en France le ski attire toujours des investissements lourds. L'exemple de Morzine (Langenbach et al., 2018) témoigne néanmoins de la capacité des sports de nature (le VTT essentiellement) à diversifier l'offre estivale des stations alpines. Ailleurs (Souissi, Rieucou, 2018), c'est le tourisme alternatif et les nouvelles mises en tourisme du patrimoine

qui apparaissent en complément du classique tourisme balnéaire désormais insuffisant. Partout, à la montagne comme à la mer, on assiste à une adaptation multiscalaire des stations touristiques (Franco, 2018).

Adaptation des acteurs et des méthodes

Au-delà des adaptations spatiales, et temporelles il convient également de penser les adaptations techniques et technologiques, qui accompagnent le tourisme et son fonctionnement à l'exemple de la mutation des agences de voyage aux nouvelles technologies. Au sein du système lui-même, l'adaptation est de mise. On la découvre dans les espaces d'accueil, les offices de tourisme, avec un foisonnement de services numériques, permettant l'accès aux informations et réservations de moyens de transports, hébergements, activités, mais aussi leur qualification par tous, construisant à la fois une nouvelle donne concurrentielle et une nouvelle image. Les agences de tourisme (Bregolin, Fachinelli, 2018) sont en mutation. Les politiques de communication suivent les évolutions des territoires, des modes, et créent une image qui doit renforcer l'attractivité.

Régulation par les diagnostics

Dans le cadre des changements climatiques, une adaptation des activités et des aménagements voit le jour dans tous les types d'espaces. Adaptation spontanée ou raisonnée, elle vise à maintenir la qualité des activités quand la ressource est transformée, comme pour le tourisme de montagne, ou encore sur les littoraux où la hausse des températures entraîne le développement d'autres rythmes. C'est également le cas dans les régions intérieures où le gain de fraîcheur peut être un atout majeur et une nouvelle ressource pour les visiteurs. La régulation par les acteurs peut être abordée par l'enquête, la réalisation de diagnostics sur la connaissance des modifications climatiques et modifier leur capacité à anticiper les changements et leur volonté à le faire (Tritz, 2018) dans un temps contraint. En sens inverse, l'intégration des touristes aux diagnostics territoriaux peut éclairer les pouvoirs publics (Mazerati, 2018) sur les décisions d'aménagements urbains.

Logiques de protection et de tourisme durable

La protection des sites est aussi au cœur du processus d'adaptation quand les fréquentations dépassent une capacité de charge normale, et quand la ressource ou le cadre de vie et de déplacement du touriste est sous contrainte et en phase de dégradation. En France, un acteur de la préservation comme le Conservatoire du littoral rachète chaque année des parcelles de terre pour endiguer - malgré des lois de protection telles que la loi littoral - le déploiement de structures touristiques, privées ou publiques sur les rivages. Consommation de sol, de paysage, de biodiversité, le tourisme est canalisé par les institutions qui cherchent à contrebalancer les effets négatifs pour des pratiques plus justes. Dans la même logique, apparaissent aujourd'hui des chartes de protection de l'environnement signées par les visiteurs, à même leur passeport. Ces mesures de protection sont parfois déjà anciennes comme dans les parcs naturels nationaux ou régionaux où les processus de sauvegarde et de gestion de l'environnement sont centrales. Des analyses plus fines soulignent aussi l'adaptation dans des conditions plus extrêmes comme la haute montagne soumise aux pressions des randonneurs itinérants (Barna, Rayssac, 2018). Un des gages de ces différents types d'adaptations se retrouve enfin dans la notion même de tourisme durable, qui par son sens, et dans son application, présuppose l'engagement à long terme avec des recettes ou bonnes pratiques elles-mêmes adaptées aux espaces, sites, ressources, échelles et pratiques envisagées. Ces analyses sont étayées par des approches plus sociétales et fonctionnelles de l'adaptation au secteur touristique, avec notamment la mise en adéquation du niveau de services. Le tourisme est alors un facteur de dynamisation du territoire.

Pas de révolution mais des adaptations nécessaires

Les évolutions sont plus complexes et l'approche duale adoptée comme démarche de travail entre adaptation du tourisme et adaptation au tourisme montre ses limites. Il est sans doute plus riche de s'intéresser aux métissages et hybridations en cours à différentes échelles dans un contexte de complexification croissante du secteur touristique, de son fonctionnement et de ses empreintes territoriales.

Logiques de l'hybride et du tiers

Les réflexions et contributions ont montré que le tourisme n'était pas une activité isolée mais au contraire intégrée à la dynamique de l'ensemble de la société au risque de se perdre et de disparaître à l'image de la ville (Mumford, 1970) à la fois omniprésente et transformée dans sa définition même par les évolutions. Le tourisme est un avant-poste des mutations en cours à la fois comme une activité impactée et comme un moteur de bouleversements, dans des mondes et des vies liquides (Bauman, 2006) pour des individus pluriels (Lahire, 1998) et dans une société « hypermoderne » par l'exagération de la modernité et sa structure à « n » dimensions (Asher, 2005) et par une radicalisation dans la rationalisation, l'intensification de la compétition et la commercialisation quasi générale des modes de vie (Lipovetsky, 2004).

Paradoxes

Penser de concert tourisme et adaptations oblige à dépasser les approches dichotomiques et à accepter les paradoxes (Barrel, 1997). La réflexion met en évidence des contradictions majeures entre les mobilités qui explosent dans le monde et la sensibilité à l'environnement notamment en Europe où le marché est mûr. L'articulation tourisme/adaptation oblige à sortir de l'opposition binaire entre innovation et conservation pour observer des évolutions en termes « d'hybridation » – des pratiques, des espaces et des temps – cette « démarche de transformation à plus ou moins forte intensité et lisibilité, et aux effets incertains, un processus involontaire ou initié par des acteurs territoriaux – par le haut ou par le bas – dans un souci d'amélioration d'une situation donnée, de résistance ou de transgression » (Gwiazdzinski, 2016).

Hybridations en cours

Le tourisme n'est pas différent du reste de la société. Il s'agit notamment de chercher à gérer le « en-même temps » ? Cette gestion peut se faire par l'hybridation. Elle peut aussi se penser à travers des notions comme le rythme (Michon, 2013). L'observation des évolutions, transformations, adaptations et autres métamorphoses (Morin, 2011) permet de voir émerger des formes diverses d'hybrides d'espaces, de temps et de territoires. Des stations de sport d'hiver s'urbanisent. Dans le même temps, avec le développement du tourisme urbain, de nombreuses villes deviennent des stations touristiques à temps partiel. De nouvelles formes d'organisations touristiques, territoriales et économiques apparaissent comme dans le domaine du tourisme fluvial en dialogue avec le territoire et l'émergence d'un néologisme comme le « fluviestre » (Schramm, 2018) pour tenter de désigner une activité d'un nouveau genre. D'autres frontières qui pouvaient sembler infranchissables comme celles entre habitants et opérateurs touristiques semblent exploser avec des dispositifs comme Airbnb. Chaque propriétaire devient opérateur, acteur du secteur touristique et hôtelier, bousculant les équilibres établis, les statuts, l'économie et l'attractivité. Dans la logique du multi-tâche, de la connexion permanente, il n'est pas rare que le temps touristique reste également un temps de travail avec la poursuite des sollicitations professionnelles sur le lieu ou pendant le temps de travail. Il est également intéressant de voir le tourisme s'insérer dans la sphère professionnelle à travers notamment les temps de préparation en connexion, et les réservations pendant le temps d'activité et sur le site professionnel. Pour une partie de la population, la journée elle

même devient hybride avec une succession d'activités entremêlées liées au travail, à la créativité et au loisir. La vie du touriste est de plus en plus régie par des allers et retours entre des pratiques quotidiennes importées sur les lieux de vacances et des pratiques plus exotiques et ludiques. Le tourisme durable et éthique se déploie avec la volonté des citoyens d'une mise en cohérence du comportement en voyage et des principes édictés par ailleurs. Les barrières entre tourisme et vie quotidienne s'effacent de plus en plus avec une poursuite possible de pratiques quotidiennes dans les lieux de tourisme, une mise en tourisme du quotidien et la valorisation d'un extraordinaire local autour de parcours comme « Paris insolite » ou « Paris inconnu » par exemple. Une partie de l'offre de service (restaurant, alimentation, produit de consommation, voire paysages...) se retrouve indifféremment en Inde, en Chine, en Afrique, ou en Europe, participant à la fois d'un goût mondialisé et d'une logique du « copier-coller ». Dans ces hybridations en cours, la place de l'informel est sans doute mal évaluée. Une partie des activités touristiques ne relèvent pas du secteur formel et d'institutions et organisations mais plutôt d'arrangements entre individus, familles, acteurs et réseaux informels divers. Les frontières entre « tourisme organisé » et « non organisé » sont également de plus en plus floues, chacun cherchant à échapper au premier qualificatif de peur d'être qualifié de « ringard ». Le tourisme peut être construit sur l'imagination. Ce voyage immobile peut prendre une forme matérielle, réelle. Disneyland, Hollywood, les séries télé et même la chanson ont créé des imaginaires qui ont fait lieu. Disneyland Paris est devenu une presque ville et au même moment les architectes de Disney ont piloté l'aménagement de Times Square à New-York. La série « Plus belle la vie » réalisée en studio a ouvert une boutique de souvenirs dans un quartier de Marseille ressemblant à celui du feuilleton, et un café Pouchkine s'était installé sur la Place rouge à Moscou en hommage à la chanson « Nathalie » de Gilbert Becaud. L'écomusée d'Alsace constitué par l'improbable rencontre de maisons alsaciennes remontées sur un carreau de mine est devenu un des lieux touristique les plus visités de la région avec un impact sur l'image du territoire et l'imaginaire des visiteurs. D'autres alliances, combinaisons et hybridations émergent au fur et à mesure des mutations et des adaptations. À ce titre l'évolution du transport low cost du début vers un transport middle cost est symbolique, alors que les historiques compagnies nationales créent leur propre service low cost (par exemple, Transavia d'AirFrance-KLM et Level du groupe IAG – International Airlines Group, le résultat de la fusion entre British Airways et Iberia).

Formes et limites de l'« hypertourisme »

Cette mutation du tourisme semble aller davantage dans le sens d'un « hypertourisme » que d'un « après-tourisme ». Nous pouvons tenter de préciser les formes de cet « hypertourisme » qui se joue des paradoxes, et concerne les individus, les espaces (comme l'argumente Michel Lussault (2017) dans sa réflexion sur les « hyper-lieux) et les temps, comme un miroir tendu à nos sociétés :

- Phénomène et « fait social total ». « L'hypertourisme » peut être considéré comme un phénomène et un « fait social total » (Mauss, 1969) qui concerne, à peu de choses près, tous les éléments de la société, et qui se laisse considérer de différents points de vue. C'est un « fait géographique total » dans le sens où il concerne à peu de choses près tous les espaces de la planète.

- Pluriel et différencié. Il n'y a pas un tourisme mais des tourisms. Il existe par exemple des dynamiques différentes entre les évolutions des marchés émergents qui s'appuient en partie sur des recettes connues et les marchés murs qui cherchent en permanence de nouvelles formules.

- Omniprésent, glocal et fractal. L'hypertourisme est omniprésent, glocal - à la fois mondial et local - et fractal. C'est une forme de tourisme ubiquiste qui s'impose partout ici et ailleurs, à distance ou à proximité, dans les espaces habités et les friches, l'été comme l'hiver, le jour

comme la nuit, dans l'extraordinaire comme dans l'ordinaire, dans les grands espaces comme dans les micro-territoires, dans le réel comme dans le virtuel au risque de la saturation (Gwiazdzinski, 2018).

- Paradoxal et ambiguë. L'hypertouriste met en avant certaines valeurs – telles que l'éthique – mais en pratique souvent d'autres comme la consommation à outrance.

- Hybridateur et accélérateur. Dans l'organisation des voyages et des rencontres avec les autres et avec les ailleurs, l'hypertourisme est un opérateur de l'hybridation et un accélérateur de changement.

- Opportuniste et impatient. Son rapport au temps a changé (Viard, 2012) avec des réservations de plus en plus tardives, à la dernière minute en fonction des opportunités, des envies et des urgences.

- Hédoniste et ludique. L'hypertourisme est avant tout à la recherche de plaisir et le jeu est un outil central de cette quête.

- Cynique. Perturbé par les conflits politiques et territoriaux le tourisme peut également exploiter ces situations de guerre (dark tourism...) ou de pauvreté (visites de bidonvilles...) avec un cynisme et une perversité déjà dénoncés pour le tourisme sexuel. Une majorité de citoyens se disent sensibles aux enjeux de développement durable mais les mêmes nourrissent l'explosion actuelle et future du transport aérien. Esthétisant. Il est dans la vie du monde à tel point qu'il monétise le quotidien le plus banal avec une propension à l'esthétisation (Lipovetsky, Serroy, 2013) du moindre de nos gestes, de la moindre de nos activités actuelles ou passées, du moindre de nos monuments ou patrimoine matériel et immatériel. Quelles que soient les évolutions, le tourisme est devenu un élément central de notre rapport au monde et de notre rapport avec « les mondes » (Descola, 2014) où « chaque individu compose un monde qui lui est propre, mais qui empiète en partie sur le monde d'autres individus ». Il continue à susciter des attentes et de la déception, signe qu'il existe.

Enjeux et chantiers pour vivre le paradoxe et réinventer le tourisme

Ces premières analyses et les limites nous poussent à glisser petit à petit d'une réflexion sur tourisme(s) et adaptation(s) au pluriel à une réflexion plus large sur les conditions de « l'habiter touristique ». Il s'agit peut-être de s'engager dans un changement de paradigme, un dépassement des paradoxes (Barrel, 1979) autour de quelques enjeux, « futuribles » et pistes prospectives.

Prendre en compte les risques et les enjeux

La mise en forme de la notion « d'hyper-tourisme » nous oblige à considérer les risques et les enjeux contemporains.

- Prégance urbaine. Le développement du tourisme est notamment un développement du tourisme urbain c'est-à-dire le développement dans la ville, lieu de maximisation des interactions et espace d'hybridation entre lieu de travail, de résidence, d'excursion, de tourisme, de jeu mais aussi lieu paradoxal de regroupement et de séparation.

- Paradoxe adaptatif urbain. Les villes concentrent les facteurs d'inadaptation et les sources de tension, notamment en rapport avec l'environnement matériel et le rythme de vie (Scotto, 1996) et se définissent comme autant d'objets complexes et évolutifs dotés d'une remarquable capacité d'adaptation et de transformation (Pumain, 2007).

- Co-habitation. Le tourisme pose la question du partage intelligent des espaces et temps de la ville entre différentes populations plutôt que de la séparation.

- Perte du décalage et du désir. Il existe un risque que le « juste à temps » et « l'effet tunnel » du voyage rapide contemporain ne permettent plus un décalage suffisant avec le lieu d'origine, gage de dépaysement.

-- Déshumanisation de l'approche. Les dispositifs techniques de réservation entraînent une déshumanisation par la réservation numérique doublée d'une surcharge cognitive pour les usagers.

- Reproduction des modèles anciens. Est-on encore dans le transfert des modèles existants et épuisés venus d'Europe vers les marchés émergents d'Asie notamment ? Poursuivra-t-on le gigantisme comme à Venise avec d'énormes paquebots dans la lagune, véritables villes flottantes de plusieurs milliers de personnes ?

- Segmentation et non mélange. La segmentation des marchés, le développement des niches spécialisées adaptées à différents publics, notamment dans les pays et marchés les plus mûrs, peut poser la question de la survie du tourisme comme vecteur de mélange et de brassage « enchanté » dans des films commerciaux à succès comme « Camping ».

- Limites. Dans ces excès le tourisme pose la question des limites, d'un « jusqu'où ne pas ».

- Cohérence ici et ailleurs. Le tourisme est un miroir des évolutions du monde mais c'est aussi une pratique ancrée dans les évolutions du monde où les questions de développement durable sont de plus en plus présentes. Voyager léger signifie aujourd'hui voyager avec le plus faible impact possible.

- Expérience. Avec le floutage des statuts, l'hybridation des espaces et des temps se pose également la définition même du tourisme. Avec ou sans technologies, une des réponses est sans doute celle proposée autour du concept florissant « d'expérience » (Goffman, 1991) ou plutôt « d'expérience touristique » (Sharpley et Stone, 2012 ; Filep et Pearce, 2013 ; Decroly, 2015) qui recoupe trois approches (Vergopoulos, 2016) : « tout ce qui advient en situation touristique », un « processus d'apprentissage du monde autre et de l'altérité » voire « une programmation de la consommation pour l'action touristique » où il s'agit peut-être moins de l'expérience de l'autre que de l'expérience de la consommation de l'autre.

- Identité ouverte. On se défend souvent d'être « touriste », renvoyant ce statut vers d'autres et pourtant, on ne l'a jamais autant été jusque dans notre quotidien. Une partie de l'avenir du tourisme réside sans doute dans l'acceptation d'une identité ouverte, plurielle au sein de territoires malléables (Gwiazdzinski, 2007).

- Distinction. La question du tourisme est également celle du maintien d'une forme de « distinction » au sens de Bourdieu (1979), un « plus » qui permette aux territoires et aux organisations de donner le ton, de continuer à se différencier.

-- Survie. Au-delà du dialogue tourisme-adaptation, l'extension du tourisme à l'ensemble des sphères de la vie et à l'ensemble des espaces et des temps de la planète est peut-être une autre manière de disparaître.

Concilier ruptures et continuité par la métamorphose

L'ensemble des relations, de l'organisation du monde va se modifier et il est aujourd'hui impossible de prévoir la forme que prendra cette nouvelle société monde ni la place du phénomène touristique. En ce sens il est possible d'emprunter à Ovide (2009) et Edgar Morin (2011) le terme de « métamorphose » qui porte à la fois l'idée de rupture et celle de continuité.

- Assumer le paradoxe de « l'hypertourisme ». Au coeur de l'hypermodernité (Lipovetsky, 2004), chacun veut tout et son contraire sans toujours mesurer les paradoxes (Barrel, 1979). Imaginer le tourisme consiste aussi à intégrer le paradoxe apparent entre la demande de mouvement et « d'ailleurs » - contenue dans la prévision d'un doublement du nombre de touristes à l'horizon 2030 - et la volonté de limiter la pression touristique qui émane le plus souvent des mêmes populations et conduit à l'émergence de formes de « tourismophobie ».

- Construire une intelligence touristique partagée. On constate une adaptation par l'information et l'émergence d'une « opinion touristique » qui consiste à classer en direct le territoire et ses ressources en termes de satisfaction, de le noter et de le hiérarchiser. En

donnant son opinion le touriste devient acteur et influe en pesant rapidement sur la réputation, la fréquentation et l'offre.

- Développer de nouveaux modes d'observations. On a de plus en plus de mal à séparer touriste et non touriste, tourisme et autres activités. Cette hybridation, ce flou des comportements et des statuts repose la question du touriste lui-même, de son statut, de sa différenciation avec le résident. Elle oblige à explorer de nouvelles voies dans l'analyse des pratiques et des comportements comme l'utilisation et Li, 2018).

- Imaginer de nouveaux contrats de confiance. Face aux conflits d'usages, de nouveaux modes de co-habiter doivent être imaginés s'appuyant sur d'autres types de contrats souples, temporaires, d'autres coalitions entre habitants permanents et temporaires à l'image des nouvelles forme de compromis qui émergent dans les territoires nocturnes à l'image des « chartes de nuit » (Gwiazdzinski, 2016).

- Accepter un statut intermittent de l'individu. Il y a sans doute un gradient touristique à imaginer. Les évolutions du tourisme risquent de passer par une évolution du statut ou de la situation dans le temps davantage que dans l'espace. On peut imaginer être touriste par intermittence au même endroit, changeant de statut à la demande, selon nos envies.

- Adopter une approche plus qualitative. Longtemps impacté par les aspects économiques, le tourisme a souvent été analysé en termes de développement économique. Il est aujourd'hui un mode de vie et d'habiter le monde qui renvoie aux notions de bien-être et de confort. Ces premières analyses et les limites nous poussent à glisser petit à petit d'une réflexion sur tourisme(s) et adaptation(s) au pluriel à une réflexion plus large sur les conditions de « l'habiter touristique ».

Habiter le monde, fluer et exister

Nous avons posé l'hypothèse que le tourisme et le touriste pouvaient apporter quelque chose à la notion « d'adaptation » en sciences sociales. La réflexion nous a surtout poussé à changer de regard sur le phénomène et sur le monde pour adopter une approche plus complexe (Morin, 1990). Elle nous a permis de repérer des enjeux et d'esquisser la figure de « l'hypertourisme » avec ses limites et ses paradoxes, de la caractériser pour tenter de la dépasser.

Profiter d'un concept transdisciplinaire

L'articulation tourisme-adaptation est une riche clé de lecture transdisciplinaire mais également une « effrayante question » (Cuénot, 1925) de par les considérations philosophiques et métaphysiques qu'elle présuppose (Simonet, 2009). Son intérêt et sa limite sont liées à sa définition même qui fait référence à la fois à une action (processus) et à la finalité (état) qui en résulte, dualité bien résumée par Piaget (1967) autour des concepts de « l'adaptation-état » et de « l'adaptation-processus ». La difficulté d'interprétation réside dans la perception humaine du temps : les adaptations observées paraissent d'une relative stabilité, alors qu'elles sont le fruit d'une évolution permanente (Bocquet, 2002). En ce sens la notion « d'ajustement », réponse occasionnelle à un événement ponctuel, qui se démarque du concept d'adaptation, processus de longue haleine dont la capacité permet de réduire la vulnérabilité des systèmes sociaux face aux crises (Burton et al., 1993) peut être utilement mobilisée.

Penser l'adaptation par le réversible

Côté individu, s'adapter, habiter le monde en touriste, c'est trouver le bon rythme et s'inscrire dans une forme de réversibilité pensée comme une adaptation hyper-flexible à la situation, en l'absence de solution préétablie c'est à dire une forme d'improvisation (Soubeyran, 2015) et de co-construction in vivo et in situ capable de puiser dans le passé et de se projeter dans le

futur, une hyper-adaptation capable de construire et de « localiser des lieux in-finis » (Gwiadzinski, 2018). S'adapter côté villes et territoires c'est inventer des dispositifs, des agencements malins qui spatialisent la « sérendipité » (Van Andel P., Bourcier D., 2008), misent sur « l'improvisation » et font confiance aux rencontres loin des logiques de programmation ou de planification. C'est la forme de la « ville malléable » (Gwiadzinski, 2007), « réversible », « augmentée » (Gwiadzinski, 2013) ou « agile » s'appuyant sur le numérique, les énergies du territoire dans le sens de la co-conception et de la coproduction des politiques urbaines qui peut s'imposer. La réversibilité est la mise en tension entre les espaces d'expériences où l'on regarde le passé et les horizons d'attente non encore atteints (Ricoeur, 1991). Elle renvoie à l'opposition entre l'éphémère et le pérenne, le surgissement et l'organisé, l'incertitude et la certitude, l'exception et le quotidien et qualifie, les changements potentiels qui peuvent se produire dans le cours moyen des choses. Elle s'inscrit dans une pensée du complexe et du mouvant. Elle apparaît comme l'expression même de la rythmicité, de la réorganisation continue des configurations du réel mouvant.

L'impossible non-adaptation

Enfin, il est possible de poser la question de la non-adaptation du tourisme à un monde en mutation et de ce monde en mutation au tourisme. La non-adaptation du tourisme aux mutations du monde pourrait prendre la forme du maintien de formes de tourisme d'hier. Elle donnerait inévitablement naissance à une formule commerciale vintage et slow qui participerait à l'adaptation par la mise en marché. La non adaptation du monde au tourisme pourrait prendre la forme de nouvelles barrières telles que celles qui s'imposent désormais aux nomades d'un autre genre, les migrants. Pour l'instant et malgré l'apparition de mouvements de « tourismophobie », la tendance est plutôt à l'ouverture des vannes, pour les capitaux, les investissements et les touristes. Puisqu'on l'aura compris : est adapté ce qui est et vit. Le tourisme est donc adapté.

Habiter en touriste

En ce sens le tourisme est un élément d'un système complexe d'interactions en évolution permanente : le tourisme s'adapte au monde et le monde s'adapte au tourisme. Le fait de poser la question est sans doute déjà un regard sur le monde, un point de vue, une prise de position qui limite son intérêt, caricature le propos et que nous avons dépassée autour de l'idée d'hybridation. La proposition originelle est devenue une invitation à un changement de paradigme. La question n'est sans doute plus de penser en termes d'adaptation mais en termes « d'habiter le monde » (Dardel, 1952) au sens d'un « mode de connaissance du monde », ce « type de relations affectives loin d'une approche abstraite ou technocratique de l'espace » (Dardel, 1952), avec des degrés de décalage par rapport à l'environnement habituel, à ses proches et à ses représentations.

Etre dans le rythme comme manière de fluer

Les individus ne sont pas extérieurs, ni indifférents à ces mutations. Ils les vivent, ils les provoquent, ils s'y opposent ou s'y adaptent. En ce sens nous sommes dans le vivant, dans un équilibre permanent entre évolution et maintien. Dans l'alternance entre les statuts et les identités, dans cette intermittence « touriste-non touriste », se pose la question du rythme au sens de « manière spécifique de fluer » (Benveniste, 1970 ; Michon, 2007), « modalité d'accomplissement », ou encore « configurations particulières du mouvant ». C'est une nouvelle façon « d'être au monde » (Heidegger, 1986) qui nous éloigne d'une métaphysique du stable et du définitif, traditionnellement à l'oeuvre dans la discipline géographique et d'une approche temporelle et métrique du rythme. Dès lors, la réversibilité implique l'idée de changement continu. Elle s'oppose à l'irréversibilité et l'illusoire permanence d'une ville

figée dans ses usages et ses espaces. « Etudier un phénomène à partir des rythmes au sein desquels il se constitue, c'est exaucer le vœu de Simondon de « partir du milieu », c'est-à-dire partir de l'activité ou des activités par lesquelles se produisent et se détruisent sans cesse les êtres qui nous semblent faussement exister par eux-mêmes et conserver une identité substantielle. » (Michon, 2013).

Exister le monde dans la confiance

Le tourisme a quelque chose à nous dire de plus large sur nos modes de vie et nos modes de villes, quelque chose à raconter sur un nouvel « art de vivre » et son pendant géographique à construire : l'« art du territoire ». Nous n'avons pas épuisé la richesse du dialogue entre tourisms et adaptations qui nous renvoie à un mode « d'exister le monde ». Face à des villes et à des imaginaires saturés, on a besoin de vide, d'espace et de temps, d'alternatives pour se réinventer et retrouver un rythme, autour de la possibilité d'une « rencontre entre existants, entre êtres qui se tiennent dans l'ouverture en avant d'eux-mêmes » (Maldiney, 2007) avec la « confiance » comme ciment qui implique une situation de risque et requiert un engagement (Jalava, 2003). Quelles soient les métamorphoses, le tourisme et le touriste restent portés par « une envie du monde » (Urbain, 2011) la recherche du plaisir, de la liberté et du sens. Une forme de goût des autres et des ailleurs, une invitation à « exister ici et maintenant », à « avoir sa tenue hors de soi, dans l'ouverture » (Maldiney, 2007).

Bibliographie

- BARREL Y., 1979, Le paradoxe et le système. Essai sur le fantastique social, Grenoble, PUG.
- BENVENISTE, 1974, Problèmes de linguistique générale, Paris, Gallimard.
- BOCQUET, C., 2002, « L'adaptation biologique », in Encyclopedia Universalis, Paris, 244-247.
- BOURDIEU P., 1979, La Distinction. Critique sociale du jugement, Paris, Minuit.
- BURTON, I, KATES, R.W., WHITE, G.F., 1993, The Environment As Hazard, New York, Guilford Press.
- CALLON M., LASCOUME P., BARTHE Y., 2001, Agir dans un monde incertain, Paris, Seuil.
- CASTEL, R., 2009, La montée des incertitudes, Paris, Seuil.
- CRUTZEN P., 2002, "Geology of mankind", Nature, 415: 23.
- DECROLY, JEAN-MICHEL (dir.), 2015, Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique, Montréal, Presses de l'Université du Québec
- DECROP, A., 2008, « Les paradoxes du consommateur postmoderne », Reflets et perspectives de la vie économique, vol. tome XLVII, no. 2, pp.85-93.
- DUHAMEL, P., 2018, Géographie du Tourisme et des Loisirs : dynamiques, acteurs, territoires, Paris, Armand Colin.
- FILEP, SEBASTIAN ET PEARCE, PHILIP (dir), 2013, Tourist experience and fulfilment: Insights from positive psychology. Abingdon, Oxon, Routledge, [ebook].
- FRANÇOIS H., BOURDEAU P., PERRIN-BENSAHEL L., 2013, Fin (?) et confins du tourisme. Interroger le statut et les pratiques de la récréation contemporaine, Paris, L'Harmattan.
- FRIEDMAN, J., RANDERIA, S., 2004, Worlds on the Move : Globalization, Migration, and Cultural Security, London, Tauris, 344 p.
- GOFFMAN E., 1991 (1974), Les Cadres de l'expérience. Paris, Minuit.
- GRAVARI-BARBAS M. et DELAPLACE M., 2015, Le tourisme urbain « hors des sentiers battus », Téoros, vol.34.

- GRAVARI-BARBAS, M. et JACQUOT, S., 2016, « No conflict ? Discourses ans the management of tourism-related tensions in Paris » dans Colom, Novy (dir.) *Protest and resistance in the tourist city*, London, Routledge, pp.31-51.
- GWIAZDZINSKI L., 2018, « Les métropoles à l'épreuve de la saturation. Pour une politique des rythmes », dans Lageira J., Lamarche-Vadel G., *Appropriation inventive et critique*, Paris, Mimesis, pp.99-123.
- GWIAZDZINSKI L., 2018, « Localiser les in-finis », dans *Encore heureux* (dir.), Lieux infinis. Construire des bâtiments ou des lieux ? Paris, B42, pp.39-53.
- GWIAZDZINSKI L., 2016, « Les nuits urbaines. Des territoires d'innovation et de transformation sociale », dans Klein J.L., Camus A., Jette C., Champagne C., Roy M., *La transformation sociale par l'innovation sociale*, Québec, Presses de l'Université du Québec, pp.119-124.
- GWIAZDZINSKI L., 2013, « Paris augmenté. Le tourisme nocturne moteur et laboratoire métropolitain », dans Gravari Barbas M., Fragoni E., *Métropolisation et tourisme*, Paris, Belin, pp.289-301.
- GWIAZDZINSKI L., 2007, « Redistribution des cartes dans la ville malléable », *Revue Espace, Population, Sociétés* n°2007-3.
- HARVEY D., 1989, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell.
- LEVI-STRAUSS C., 1978 (1950), « Introduction à l'oeuvre de Marcel Mauss », in Mauss M., *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.
- LATOUR B., 2017, *Où atterir ? Comment s'orienter en politique ?* Paris, La Découverte.
- LIPOVETSKY G., 2004, *Les temps hypermodernes*, Paris, Grasset.
- LUSSAULT, M., 2017, *Hyper-lieux : les nouvelles géographie de la mondialisation*, Paris, Seuil.
- MICHON P., 2013, « Rythme, rythmanalyse, rythmologie : un essai d'état des lieux », *Rhuthmos*, 9 janvier 2013 [en ligne]. <http://rhuthmos.eu/spip.php?article644>
- MORAN, E.F., 2000, *Human Adaptability*, Boulder, Westview Press.
- MORIN E., 2011, *La voie*, Paris, Fayard.
- MORIN E., 1990, *Introduction à la pensée complexe*, ESF Editions.
- MUMFORD L., 1970, *Le déclin des villes ou la recherche d'un nouvel urbanisme*, Paris, Editions France-Empire.
- OVIDE, 2009, *Les métamorphoses*, Paris, Les Belles Lettres.
- PIAGET, J., 1967, *Biologie et connaissance : essai sur les relations entre les régulations organiques et les processus cognitifs*, Paris, Gallimard.
- PUMAIN, D., 2007, *Les villes et le paradigme de la complexité*, in Da Cunha, A., Matthey, L. (Eds), *La ville et l'urbain : des savoirs émergents*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, pp.35-60.
- RICOEUR P., 1985, *Temps et récit*, tome 3, Paris, Seuil.
- SHARPLEY, RICHARD ET STONE PHILIP R. (dir.), 2012, *Contemporary tourist experience: concepts and consequence*. Abingdon, Oxon: Routledge, [ebook].
- SIMONET G., 2009, « Le concept d'adaptation », *Natures, Sciences, Sociétés*, 2009/4, pp.392-401.
- SOUBEYRAN O., 2015, *Pensée aménagiste et improvisation*, Paris, Éditions des Archives Contemporaines.
- STOCK, M. et al., 2017, *Les enjeux contemporains du tourisme*, Rennes, Presse universitaires de Rennes.
- TAROT C., 1996, « Du fait social de Durkheim au fait social total de Mauss », *Revue du Mauss*, n° 8, pp.68-101.
- UNWTO, 2017, *Tourism Highlights*, Madrid, World Tourism Organization.
- URRY, J., 2002, *The Tourist Gaze*, SAGE.

VAN ANDEL P., BOURCIER D., 2008, De la sérendipité. Leçons de l'inattendu, Chambéry, L'Act mem.

VERGOPOULOS H., 2016, « L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ? », Via [En ligne], 10 | 2016, mis en ligne le 01 décembre 2016, consulté le 01 juillet 2018. URL :

VIARD J., 2012, Nouveau portrait de la France – La société des modes de vie, La Tour d'Aigues, l'Aube.

YEOMAN I., 2008, Tomorrow tourist : scenarios and trends, London, Routledge.

(*) **Florent Cholat** est géographe. Enseignant en aménagement et urbanisme à l'Université Joseph Fourier de Grenoble (IGA),

Luc Gwiazdzinski est géographe. Enseignant en aménagement et urbanisme à l'Université Joseph Fourier de Grenoble (IGA)

Céline Tritz est géographe. Enseignant en aménagement et urbanisme à l'Université Joseph Fourier de Grenoble (IGA),

John Tuppen est géographe. Enseignant en aménagement et urbanisme à l'Université Joseph Fourier de Grenoble (IGA)

Citer l'article :

Gwiazdzinski L., Cholat F., Tritz C., Tuppen J., 2019, « Tourismes. De l'adaptation à la métamorphose », in Cholat F., Gwiazdzinski L., Tritz C., Tuppen J., *Tourismes et adaptations*, Grenoble, Elya, pp.347-368

Contact :

lucmarcg@gmail.com