

Cahiers français

#Politiques publiques

La formation professionnelle continue

#En débat

Faut-il supprimer l'argent liquide ?

#C'était en octobre 1981

L'abolition de la peine de mort

Quel tourisme après la pandémie ?



#Sommaire

05

#Politiques publiques

La formation professionnelle continue

Vincent Donne



© REDPIXEL - STOCK.ADOBE.COM

© REDPIXEL - STOCK.ADOBE.COM



15 #Dossier

Quel tourisme après la pandémie ?

16/ Le tourisme : lecture sur le temps et enjeux contemporains

Philippe Duhamel

28/ Le tourisme face à la crise sanitaire

Jérémy Boer

38/ Du surtourisme aux nouvelles formes de tourisme ?

Maria Gravari-Barbas

48/ Comment concilier tourisme et développement durable ?

Ariane Fornia

60/ Le tourisme dans l'économie française

Gilles Caire

74/ Les enjeux du tourisme en ligne

Guy Raffour

84/ Le tourisme, un atout menacé pour les pays en développement ?

Sylvie Brunel

98

#Les plus de la rédaction

98 / Ce qu'il faut retenir

99 / Les chiffres clés

100 / Les mots du dossier

101 / Le dossier en dessins

102 / Les dates clés

103 / Pour en savoir plus

105 **#En débat**

Faut-il supprimer l'argent liquide ?

Jézabel Couppey-Soubeyran et Erick Lacourrège



© ELMAR GUBISCH – STOCK.ADOBE.COM

117 **#Le Point sur**

L'aménagement numérique des territoires

Michel Combet



FABIAN HORST/CC BY-SA 4.0

125 **#C'était en... octobre 1981**

L'abolition de la peine de mort

Eric Gherardi et Philippe Astruc



© PIERRE GUILLAUD/AFP

À l'occasion du 40^e anniversaire de l'abolition de la peine de mort, l'exposition **Un combat capital** se tiendra au Panthéon du 8 octobre 2021 au 9 janvier 2022 avec le soutien de la DILA. Le catalogue de l'exposition publié aux éditions de la Documentation française est disponible fin septembre. Un dossier complet sur la peine de mort et son abolition est par ailleurs consultable en ligne sur le site [Vie-publique.fr](http://vie-publique.fr)



→ Retrouvez l'univers *Cahiers français* sur
www.vie-publique.fr/cahiers-francais
→ Les **fiches** au format mobile

Le tourisme : lecture sur le temps et enjeux contemporains

Philippe Duhamel

Professeur de géographie à l'université d'Angers, directeur du département Tourisme et Loisirs

Après plus de deux siècles d'existence, les activités touristiques restent très dynamiques. Derrière la diversité extrême et parfois abusive, les pratiques et les lieux touristiques se créent et s'élaborent selon des logiques propres et répondent aux exigences économiques, culturelles et sociales. États des lieux.

Déploiement du tourisme : un mouvement en quatre temps

Le modèle du «Grand Tour»

Au fondement du tourisme se trouve l'esprit de la découverte. La démarche, commencée par le « Grand Tour » où, entre le ^{xvi}e et ^{xix}e siècle, les jeunes Anglais parcouraient l'Europe pour se former dans le cadre d'un voyage fondé sur un intérêt encyclopédique pour le monde, se démarque cependant du voyage touristique au tournant du ^{xix}e siècle. Ce dernier se veut en effet plus thématique car il se concentre sur un objet d'intérêt : « l'art et l'architecture », les « antiques », les « paysages » ou encore la « société » (John Towner, *An Historical Geography of Recreation and Tourism in Western World: 1540-1940*, Toronto, John Wiley and Sons, 1996). Au même moment, les évolutions de la médecine vont dans le sens d'une

thérapie de plein air, résumée par le triptyque « air, eau et lumière/soleil », conduisant les élites à se soigner autrement, par le voyage. Dès lors, la plage, en bord de mer, et la montagne, avec ses stations thermales, se distinguent des autres destinations touristiques, connaissant une phase nouvelle de leur histoire et de leur développement. Cette démarche thérapeutique s'accompagne d'un complément indispensable, la thérapie du divertissement, absolument nécessaire pour accepter et endurer le traitement prescrit par des médecins soucieux d'asseoir, déjà, leur légitimité et leur autorité (Annick Cossic, *Bath au ^{xviii}e siècle. Les fastes d'une cité palladienne*, Presses universitaires de Rennes, 2000). Ainsi en quelques décennies se construit la matrice pragmatique du tourisme : découvrir, se soigner, se divertir, en société loin de chez soi. Un nouveau voyage est né et il va changer la face du monde. Lorsque le mot « tourist »

ZoOm

Du Grand Tour au voyage touristique

Le Grand Tour se met en place au cours du xvi^e siècle en Europe. Réservé aux hommes, il correspond à un voyage initiatique fait de déplacements, de rencontres et de séjours comme de découvertes sous la houlette d'un précepteur. Il semble être un voyage incontournable pour qui prétend occuper de hautes fonctions politiques.

Deux logiques prévalent à sa structuration : une logique cognitive d'abord. Il s'agit d'un voyage à visée encyclopédique. Dans les récits du Grand Tour, les auteurs abordent tous les sujets et toutes les thématiques tels que la science, les fortifications, le système politique comme la société tout autant que la culture et les arts, l'architecture ou les paysages. Une logique géographique

ensuite : le Grand Tour est à l'initiative des Anglais et s'élabore dans une Angleterre en passe de devenir industrielle. Il s'agit de voyager aux sources de l'Europe incarnées par deux régions du continent : la péninsule italienne et la Grèce, berceaux des humanités européennes. Ces voyages durent plusieurs années pour parfaire cette éducation académique.

Le Grand Tour devient un voyage touristique au tournant du xix^e siècle et change de nature. La plupart des thématiques disparaissent des récits pour proposer des textes où sont abordées les questions « d'art et d'architecture », « des classiques et des antiquités », « des paysages » et « de société ». Le « tourisme culturel » comme l'exprime le marché, est né. Et les lieux distingués alors sont déjà Venise, Florence, Sienne..., encore aujourd'hui parmi les dix plus prisés.

Philippe Duhamel

apparaît en Angleterre, suivi de son équivalent en France et en Allemagne, il incarne ce nouveau voyageur qui vient alimenter une histoire bien ancienne, celle des mobilités humaines, autour d'un projet renouvelé.

Mer et montagne : des destinations privilégiées

Pour mettre en œuvre ce projet, on distingue les destinations touristiques par centre d'intérêt. Là où l'espace urbain offre la possibilité de la découverte et du divertissement, les littoraux et les montagnes sont les nouveaux fronts thérapeutiques accueillant les flots de touristes venus se soigner en cure, se promener et s'amuser. D'autres viennent y étudier, gravir et arpenter les paysages montagneux : scientifiques,

artistes et touristes font alors alliance, et bon ménage. L'ascension du mont Blanc en 1786 apparaît souvent comme l'acte fondateur du tourisme dans les Alpes. Mais dès les années 1750, les glaciers de « Chamouni » sont très fréquentés. On dénombre 1500 touristes rien que pour la saison 1783 et cet afflux contribue déjà à modifier la société locale (Numa Broc, *Les montagnes au siècle des Lumières, perception et représentation*, Paris, Éditions du CSTH, 1991). Quant aux campagnes, des sélections s'opèrent entre celles inscrites dans les réseaux de tourisme et celles « hors du monde » touristique. Si les villes s'adaptent à la venue des touristes, car il s'agit de lieux qui accueillent depuis toujours des « habitants temporaires », les montagnes et littoraux vont connaître de profondes et

durables transformations par la mutation de leur espace et de leur société à cause du séjour prolongé des touristes. Si des villes comme Nice ou des villages comme Trouville deviennent des lieux de villégiatures, les stations *ex nihilo* au bord de la mer apparaîtront dès les années 1850 pour répondre à la croissance réelle (mais limitée au regard des chiffres actuels) de la fréquentation. Il faudra attendre les années 1950 pour la montagne avec le magnifique projet de Courchevel proposé par l'architecte et urbaniste Laurent Chappis (parcoursinventaire.rhonealpes.fr).

L'apparition d'une nouvelle industrie

À partir des années 1850, ces deux jalons structurants du développement touristique, de ses pratiques et de ses espaces se déploient progressivement. Elles marquent l'apparition en France des stations *ex nihilo* comme Cabourg ou Deauville...

“

Thomas Cook, homme d'affaires britannique, est un pionnier de l'activité touristique telle qu'on la connaît encore aujourd'hui

Dans les années 1950, le nombre de lieux touristiques à la mer et à la montagne est considérable : près de 200 ! La fin du XIX^e siècle est aussi l'époque de la constitution d'un marché touristique où le tourisme comme pratique sociale devient pleinement une activité économique,



Jean d'Ylen (1886-1938), Plombières, affiche de 1931 promouvant la station thermale française de Plombières-les-Bains

JEAN D'YLEN/PUBLIC DOMAIN

par la création de nouveaux métiers qui contribueront pleinement au développement touristique « en nombre » (Équipe MIT, *Tourisme 3 : la révolution durable*, Paris, Belin, 2011). Ce mouvement n'est cependant pas nouveau : Thomas Cook, homme d'affaires britannique, est un pionnier de l'activité touristique telle qu'on la connaît encore aujourd'hui. Il invente le voyage organisé, l'agence de voyages, le reçu et les chèques de voyage, précurseurs de ce que proposera plus tard American Express. Il propose également le premier tour du monde organisé en 1872, année où débute le voyage de l'intrépide Phileas Fogg, héros du *Tour du monde en quatre-vingts jours* de Jules Verne. C'est le temps de la révolution hôtelière, celle où l'on conçoit des hôtels fondés sur le service, le confort, l'intimité et la privatisation des

espaces (A. K. Sandoval-Strausz, *Hotel, An American History*, New Haven & London, Yale University Press, 2007).

C'est également le temps des premiers guides touristiques avec les guides Murray en Angleterre (1836), Joanne en France (1841) et Baedeker en allemand (1843). Les années 1850 marquent aussi l'exode européen vers l'Amérique et la conquête européenne d'une partie du monde dans le cadre de la colonisation politique et militaire. Cette dernière a d'ailleurs un double effet sur le tourisme. Elle permet d'une part la diffusion de la pratique touristique et d'autre part la circulation des Européens depuis leur métropole vers le vaste monde. Une première mondialisation du tourisme se met en place et produit çà et là ses originalités entre les premiers parcs nationaux aux États-Unis (parc d'État du Yosemite en 1864 et parc national du Yellowstone en 1872) et les *hill stations* (stations de montagne ou d'altitude) des colonies asiatiques, qu'il s'agisse de Dalat au Vietnam ou de Simla en Inde (Isabelle Sacareau, « Tourisme et colonisation : le cas des *hill stations* himalayennes de l'Empire britannique des Indes (Darjeeling, Simla, Mussoorie, Nainital) », in Amaury Lorin et Christelle Taraud (sous la direction de), *Nouvelle histoire des colonisations européennes (xix^e – xx^e siècles), sociétés, cultures, politiques*, PUF, pp.91-102., 2013).

À partir des années 1860 démarre une nouvelle phase d'évolution dans les pratiques touristiques : la sortie progressive de la thérapeutique avec la création d'une saison en hiver à la montagne pour les bien-portants puis, au début du xx^e siècle, l'émergence des premiers éléments constitutifs du modèle des trois S – Sea, Sand and Sun – (mer, sable et soleil) ou la version « bien-portants » du bord de mer. Jack London, dans ses *Histoires des îles*, donne un aperçu d'Hawaï et sème



Portrait de Thomas Cook (1808-1892), vers 1880. Pionnier dans le secteur du tourisme, l'homme d'affaires a créé la première agence de voyages

AUTEUR INCONNU/
PUBLIC DOMAIN

ainsi la graine d'une révolution : celle d'un nouveau rapport au corps, musclé et bronzé, car couleur de bronze, dont on connaît aujourd'hui l'importance dans le monde touristique contemporain (Vincent Coëffé, *Hawaï, la fabrique d'un espace touristique*. Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2014). Le Juan-les-Pins des années 1920 participe de ce mouvement avec l'arrivée des Américains dont *Tendre est la nuit* de Scott Fitzgerald portera le témoignage.

L'ère du tourisme de masse

Le développement des congés payés, dont les deux premières semaines sont instaurées en France en juin 1936 par le gouvernement du Front populaire, va créer un changement d'échelle. Ainsi advient dans les années 1950

ce qu'on appelle le « tourisme de masse ». Même si, par définition, le tourisme est de masse et ce dès les origines, que ce soit par les caractéristiques des premiers touristes ou encore l'effet de l'arrivée de populations urbaines dans des sociétés et des espaces ruraux (Florence Deprest, *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, Paris, Belin, 2000). Un cap est franchi dans l'après-guerre avec des populations touristiques internationales de plus en plus nombreuses : l'équivalent de 1 % de la population mondiale en 1950 et 19 % en 2019 avant la pandémie de la Covid-19 (Philippe Duhamel, *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, Armand Colin, 2018). Une double diffusion s'est opérée : de plus en plus de pays accueillent des effectifs d'étrangers pour des séjours touristiques et

de plus en plus d'habitants font du tourisme dans leur pays. Cela conduit à une nouvelle mondialisation du tourisme où, finalement, le nombre de régions ou pays peu concernés par le tourisme se réduit fortement (Isabelle Sacareau, Benjamin Taunay et Emmanuelle Peyvel, *La mondialisation du tourisme. Les nouvelles frontières d'une pratique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes 2015).

“

Près de la moitié des pays du monde déclaraient ne pas recevoir de touristes en 1985



Louée par Zelda et Francis Scott Fitzgerald en 1925, la villa Saint-Louis, d'Antibes Juan-les-Pins, est devenue l'hôtel Belles Rives à la fin des années 1920

FRED ROMERO/FLICKR/
CC BY 2.0



On observe d'ailleurs une accélération du phénomène depuis la fin de la guerre froide. Là où près de la moitié des pays du monde déclaraient ne pas recevoir de touristes en 1985, ils sont moins de 10 % en 1995 et, depuis 2010, presque tous sont devenus des destinations touristiques internationales (<https://www.unwto.org/fr>).

Un monde touristique, complexe et diversifié : quelques éclairages

Une extension sans fin de l'espace touristique

Notre époque est aussi le moment où l'espace touristique est devenu plus vaste que l'espace habité par les hommes, avec une conquête progressive et inexorable de tous les types d'espaces. Des zones désertiques (l'agence

Paquebot de croisières polaires en Antarctique

© GOINYK - STOCK, ADOBE.COM

#Dossier

Terres d'aventure ouvre en 1976) et polaires (les croisières polaires se déploient vraiment à partir des années 1990), aux archipels dans l'océan Indien et l'océan Pacifique qui se couvrent d'îles-hôtels à partir des années 1970 et qui en rassemblent plusieurs centaines aujourd'hui, comme aux Maldives (Jean-Christophe Gay, « L'île-hôtel symbole du tourisme maldivien », *Cahiers d'outre-mer*, vol. 54, 2001).

Dans le même temps, l'espace de vie touristique se densifie. Des espaces urbains du premier âge industriel sont ainsi reconvertis en espaces structurés autour

d'activités tertiaires où loisirs et tourisme ne sont jamais loin. Lancé à Baltimore (Stéphane Baffico, « Baltimore, une saga portuaire », *Urbanités*, n° 4, 2014), les Docklands de Londres, la Zac Masséna de Paris ou l'ouverture du musée Guggenheim à Bilbao relèvent de cette logique... Les *mega events*, ou rassemblements de grande envergure (Jeux olympiques d'été ou Coupe du monde de football) ont aussi alimenté ce mouvement comme le montre l'avènement du quartier olympique à Barcelone en 1992 ou le quartier de Stratford à Londres en 2014. Le *slum tourism* (tourisme des bidonvilles) relève

La favela de Rocinha, plus vaste bidonville de Rio de Janeiro, est une destination prisée par les touristes internationaux

CHENSIYUAN/CC
BY-SA 4.0



aussi de cette densification : il permet à des villes des pays du Sud de voir apparaître de nouveaux quartiers touristiques, les *favelas*. Associés à ce que certains appelleraient un antimonde, ils sont devenus progressivement des quartiers d'excursions touristiques, voire de séjours plus récemment, et dès lors, connaissent une certaine intégration au monde (Roger Brunet, *Mondes nouveaux. Géographie universelle*, vol. 1, Paris, Hachette, 2000). Cette pratique s'est accentuée à la faveur du succès du film *Slumdog Millionaire* (réalisé par Danny Boyle en 2008) et concerne actuellement de nombreux quartiers urbains de villes dans des pays en développement. Parmi les plus célèbres, on peut évoquer Santa Marta à Rio ou Comuna 13 à Medellín ou encore Dharavi à Mumbai.

La vogue du patrimoine

Les pratiques ont également évolué. Sur le volet de la découverte, on assiste à une véritable inflation patrimoniale où tout objet, posture, habitude du passé devient « patrimoine », Nathalie Heinich (*La fabrique du patrimoine : de la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 2010). L'invention par l'Unesco d'une liste représentative d'un patrimoine immatériel de l'humanité en 2008, venue compléter les 1124 sites patrimoniaux référencés, illustre ce phénomène. Depuis, 584 éléments ont été classés dans cette liste : le festival des cerises de Sefrou au Maroc (2012), l'art du pizzaiolo napolitain (2017) ou l'alpinisme (2019). Ce nouveau classement renouvelle le rôle de l'Unesco et garantit sa pérennité au moment où la labellisation au titre de patrimoine matériel commençait à connaître une forme de saturation. Une autre « ressource touristique » s'est également développée récemment autour de la valorisation des terroirs, des produits locaux et de la gastronomie devenue un

véritable « phénomène culturel » (Julia Csergo, « Tourisme et gastronomie », *Teoros*, numéro spécial, 2016).

“

On assiste à une véritable inflation où tout objet, posture, pratiques du passé devient « patrimoine »

À l'œnotourisme bien connu viennent s'ajouter les restaurants qui contribuent à faire émerger des « destinations gourmandes », là encore appuyées par l'action de l'Unesco qui a créé en 2004 le réseau des villes créatives. Tout cela est renforcé par les *food tours*, les ballades gourmandes proposées dans quelques capitales mondiales comme Québec ou Lisbonne... (Olivier Etcheverria, *Le restaurant, une approche géographique : de l'invention aux destinations touristiques gourmandes*, Londres, ISTE Editions, 2019).

Le tourisme de consommation

Mais du côté de l'innovation des pratiques touristiques, le *shopping* reste le fait majeur des vingt dernières années. Même si la présence de Japonais à la fin des années 1980 à Paris pour « magasiner » ou le voyage d'Occidentaux à Hong Kong pour acheter des produits électroniques et du matériel photographique existait déjà, le phénomène était sans commune mesure avec ce que nous observons aujourd'hui. Exemple du décentrement du monde touristique, pour la première fois une innovation n'est pas occidentale mais

porté par l'Asie, tout particulièrement la Chine. Il s'ensuit des « voyages touristiques » d'un genre nouveau où cohabitent « culture et shopping », expression utilisée dans une campagne publicitaire de Bruxelles en 2008.

À Paris, cela se manifeste par une théâtralisation des grands magasins, par la surenchère des espaces commerciaux et une refonte des aménagements intérieurs. Ainsi, depuis les années 2000, tous les grands magasins ont été rénovés. Afin d'éviter trop de tensions entre les clientèles, Les Galeries Lafayette ont ouvert, en 2017, à proximité de l'établissement historique, un *Shopping and Welcome Center* dédiés à la clientèle asiatique où les Chinois représentent 25 % de l'ensemble de la clientèle du magasin avec un panier moyen de 1400 euros. L'inauguration en 2019 d'un nouveau Galeries Lafayette avenue des Champs-Élysées, en lieu et place du Virgin Mégastore, marque une nouvelle étape de développement en lien avec la conquête du marché chinois : après une ouverture à Pékin en 2013 et une autre à Shanghai en 2019, la célèbre enseigne a prévu six nouveaux magasins en Chine d'ici à 2025. Une deuxième conséquence est la mise en place de « zones touristiques internationales » en 2015, qui dérogent au droit commun concernant l'obligation de fermeture le dimanche, provoquant de vives tensions dans la capitale française. Neuf autres villes sont concernées : Antibes, Cagnes-sur-Mer, Cannes, Deauville, Dijon, La Baule-Escoublac, Nice, Saint-Laurent-du-Var ainsi que le Val d'Europe où est implanté Disneyland Paris.

Une troisième évolution est alimentée par le mouvement global de notre société où l'on oscille entre « développement durable » et « produits de masse », avec deux modèles de tourisme opposés à partir des années 1990 : celui incarné par le Costa Rica et celui représenté par Dubaï. Outre qu'il montre aussi

que le tourisme s'invente hors Occident, il nous interpelle sur les difficultés rencontrées aujourd'hui pour penser l'avenir.

Tourisme et économie collaborative

Le plus bel exemple de ces tensions est sans doute l'avènement et la puissance actuelle d'Airbnb. En effet, ce mouvement est issu des réflexions autour de la « consommation collaborative », concept qui apparaît pour la première fois en 1978 sous la plume de deux sociologues américains, Marius Felson et Joe Spaeth (« Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity

Publicité pour un
food tour consacré
à la découverte
de la gastronomie
taïwanaise

ANTON DIAZ/FLICKR/CC
BY-NC-SA 2.0



OUR AWESOME TAIWAN FOOD TOUR!

It's a Happy Tummy Adventure!





Pékin : façade du premier grand magasin ouvert en Chine par les Galeries Lafayette en 2013. Un deuxième a vu le jour à Shanghai en 2019 et un troisième est prévu pour 2022 à Guiyang

© LIU ZHUOQUN/
IMAGINECHINA/
IMAGINECHINA VIA AFP

approach », *American Behavioral Scientist*, Sage Publications, 1978).

L'expression est devenue populaire avec l'ouvrage de Rachel Botsman et Roo Rogers, *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (*Ce qui est mien est à vous : le développement de la consommation collaborative – non traduit – 2011*). En s'appuyant sur ce modèle, l'association CouchSurfing a vu le jour en 2004 avant de devenir une société commerciale en 2011 au moment où d'autres plateformes sont apparues comme Homelidays en 1999, Casamundo en 2003, BedyCasa en 2007 ainsi qu'Airbnb en 2008.

À l'hébergement chez l'habitant s'ajoute la location d'un logement entier au cœur des quartiers habités par les « locaux » car la volonté des touristes est de vivre comme un résident du lieu visité. Paris est leader en France avec plus de 40 000 logements entiers

proposés par Airbnb en 2017 et même plus de 100 000 avec toutes les plateformes de location. Mais au-delà de la capitale, la plupart des villes et des stations touristiques comme les campagnes sont concernées (*Le Monde* du 4 août 2017). En quoi ce nouvel hébergement pose-t-il problème ? Avec Airbnb, le touriste devient le voisin des habitants, ce qui est propice à certaines tensions. En effet, le rythme de vie des touristes n'est pas celui des habitants et les arrivées comme les départs, souvent conditionnés par les transports, ne correspondent pas au mode de vie des résidents avec des va-et-vient jugés insupportables. Le maire du 2^e arrondissement de Paris, Jacques Boutault, rapportait ainsi que « des copropriétaires se plaignent que leurs relations de voisinage deviennent exécrables » (Isabelle Rey-Lefebvre, « À Paris comme à Bordeaux, l'essor d'Airbnb accélère la gentrification », *Le Monde*, 22 juin 2017). De plus, le développement des

Airbnb signifie également une gentrification des quartiers car elle implique le départ d'une population de locataires, et donc de résidents permanents, aux revenus modestes ou médians, au profit de touristes prêts à payer le prix fort pour un hébergement de quelques jours ou une semaine (Philippe Duhamel, *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs et territoires*, Paris, Armand Colin 2018).

Le surtourisme

De tels phénomènes expliquent le nouveau succès du terme « surtourisme » ces dernières années. Cette question du « trop de touristes » est un leitmotiv ancien. Mais l'apparition des Airbnb où le visiteur devient mon voisin renforce cette perception d'une surfréquentation par rapport à une époque où les hôtels, les campings, les résidences ou autres immeubles touristiques regroupaient les touristes entre eux, à distance. Par ailleurs, la mondialisation du tourisme où le calendrier des vacances n'est pas le même dans le monde entier, avec des Chinois qui

voyagent beaucoup au moment du Nouvel An chinois, durant une période hivernale qui reste plutôt calme dans les destinations urbaines européennes par exemple, peut dès lors donner naissance au sentiment qu'il y a des « touristes partout et tout le temps », là où l'habitant consentait au tourisme parce qu'il était saisonnier et localisé. Cela explique les tensions observées depuis quelques années pour certaines destinations qui n'hésitent pas à prendre des mesures afin de contrôler le tourisme : arrosage des marches d'église à Florence pour éviter qu'elles ne deviennent une zone de pique-nique ou amende aux loueurs illégaux d'Airbnb à Barcelone.

Ainsi, après plus de deux siècles d'existence, le tourisme demeure une activité sociale et un phénomène économique toujours dynamique. Il reste confronté à des processus de développement et d'ajustement permanents, des réactions vives face à son intensification et des tensions parfois fortes voire violentes. Mais finalement, cela relève davantage de l'exception que de la règle. #