



HAL
open science

Tourisme et pays émergents

Sophie Didier

► **To cite this version:**

| Sophie Didier. Tourisme et pays émergents. Vocabulaire discours touristique, 2022, 3 p. hal-03854521

HAL Id: hal-03854521

<https://hal.science/hal-03854521v1>

Submitted on 28 Nov 2023

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.

VERSION SOUMISE LE 18 MAI 2020

Pour : Boualem Kadri, Marie Delaplace, Alain A. Grenier et Yann Roche (dir.), *Vocabulaire du discours touristique*, 2022, Québec, Presses de l'Université du Québec, 512 p. ISBN: 978-2-7605-5747-5

ENTRÉE :

Tourisme et pays émergents

1480 mots

(S. Didier - sophie.didier@u-pem.fr)

La notion d'émergence économique est utilisée pour qualifier la transition économique d'un certain nombre de pays autrefois qualifiés dans les anciennes classifications internationales du développement de PED (Pays en Développement). La catégorie « pays émergent » forgée à partir de cette caractéristique économique recoupe dès lors et de fait un ensemble très divers de pays, des Suds aux économies enregistrant des taux de croissance soutenus (Nigéria, Indonésie, Thaïlande...), aux anciens pays d'économie socialiste au développement économique marqué par une intégration récente à l'économie de marché mondialisée encore plus ou moins contrôlée par l'État (Russie, Chine, Vietnam...), aux Suds industrialisés qui ont conforté leur place dans l'économie et la géopolitique mondiales (Brésil, Afrique du Sud, Inde...). La prolifération d'acronymes (BRIC, etc) visant à en identifier et isoler un certain nombre jugés significatifs de cette émergence illustre la très grande diversité de cette réalité économique pour toute une partie du monde.

La catégorie semble toutefois utile aujourd'hui dans son articulation à la question du tourisme, pour caractériser ce que certains chercheurs appellent « la troisième révolution du tourisme » (MIT, 2011) qui a succédé à une échelle globale aux phases pionnières puis massifiées de construction des pratiques et systèmes touristiques forgés dans les pays développés. Cette troisième révolution illustre en effet une recomposition en cours des grands équilibres touristiques mondiaux depuis le début des années 2000 : même si l'hégémonie des Pays Développés (et notamment de la Triade) sur les volumes de départs comme d'accueil du tourisme international reste de mise, les plus fortes croissances en terme d'attractivité touristique internationale (calculée soit en termes d'entrées de touristes, soit en termes de dépenses du tourisme international) ont pris place dans les pays émergents, et certains d'entre eux sont aussi devenus de puissants pourvoyeurs de touristes internationaux à forte capacité de dépense (Chine, mais aussi dans une moindre mesure Russie et Brésil, WTO, 2015).

D'une certaine manière, les analyses du phénomène touristique dans les émergents renouvellent les anciennes analyses du phénomène touristique dans les PED, lesquelles restaient très attachées à un schéma théorique d'inspiration marxiste plaçant les PED, simples récepteurs du tourisme international, dans une situation de domination économique et touristique vis-à-vis des bassins émetteurs constitués par les Pays Développés (Cazes, 1989). Si les élites des pays émergents ont toujours voyagé, notamment dans le cadre de mobilités de tourisme d'agrément régional (par exemple, les latino-américains vers la Floride ou les stations de ski de la cordillère des Andes), c'est bien à la massification du tourisme intérieur dans les pays émergents que l'on assiste aujourd'hui, une massification dont l'ampleur reste difficile à mesurer en raison de la faiblesse de la statistique touristique à l'échelle infra-nationale pour la plupart de ces pays. On estime toutefois que le tourisme domestique (ou tourisme intérieur) représenterait aujourd'hui dix fois plus en volume que le tourisme international (Sacareau et al., 2015). Cette massification est guidée par des mesures nationales en faveur du tourisme et de l'émergence d'une société des loisirs : par exemple, l'une des premières mesures pro-actives de l'état chinois en 1999 a été d'instaurer 3 semaines de congés et de

faciliter également la mobilité touristique à l'intérieur du pays. Surtout, cette massification passe par une évolution sociologique profonde des populations des pays concernés : l'accès au salariat qui ménage des temps de vacances, l'augmentation des revenus familiaux, mais aussi l'urbanisation des populations sont mis en avant dans la compréhension du phénomène du tourisme domestique (Ghimire, 2001). Ainsi, pour l'Indonésie, on estime désormais à 52 million (1 sur 5) le nombre de personnes économiquement sécurisées, dont la consommation a cru de 12 % par an depuis 2002 (Banque Mondiale, 2019) : les volumes bruts de touristes potentiels, notamment pour les grands émergents très peuplés (Chine, Inde, Indonésie...) sont donc substantiellement à même de transformer la donne touristique mondiale et nationale, quand bien même la stratification sociale de ces pays ne permet pas encore à toute la population l'accès au tourisme.

C'est donc en termes de nouvelles frontières du marché touristique que l'on peut comprendre l'intérêt des grands acteurs du tourisme internationaux pour les émergents, permettant de satisfaire à la fois la demande en hausse pour le tourisme d'affaire international à dimension régionale à destination de ces pays (voir pour l'Afrique Rogerson, 2015) mais aussi l'augmentation des mobilités de tourisme d'agrément de leurs classes moyennes, elles aussi très mobiles à la fois nationalement et régionalement. Ainsi, le groupe Starwood exploitait en 2017 37 hôtels dans 15 pays africains et prévoyait l'ouverture de 15 nouveaux hôtels à l'horizon 2022. De nouveaux opérateurs y voient également une opportunité d'expansion de leur marché, dans des contextes parfois peu régulés de surcroît : c'est le cas d'AirBnB, en très forte croissance en Afrique à partir de 2015, et qui comptait dès 2017 sur le continent plus de 70,000 adresses dans les principales villes du Maroc, d'Afrique du Sud et du Kenya (Roelf, 2017). Les opérateurs nationaux de tourisme ne sont toutefois pas en reste et ont acquis également une capacité à rayonner régionalement, suivant leurs clientèles des émergents qui pratiquent de plus en plus le tourisme à l'échelle régionale : ainsi, le groupe thaïlandais ONYX, filiale de la société Italthai impliquée dans l'immobilier, la construction et l'hospitalité depuis 1955, compte désormais dans son portefeuille d'hôtels une gamme très large de produits répartie sur l'ensemble du sud-est Asiatique et de la Chine, et thématise ses unités (notamment en ce qui concerne la restauration) pour ses clientèles thaï, chinoises ou indiennes. Dans une veine similaire, la grande chaîne hôtelière sud-africaine Protea (racheté par Marriott International en 2014) a largement investi à l'extérieur des frontières nationales et gère un portefeuille de 80 hôtels en Afrique pour le tourisme d'affaires (dans les grandes capitales) mais aussi d'agrément (à Zanzibar par exemple).

Enfin, au delà de la question de l'émergence économique et de son lien avec le développement de nouveaux marchés touristique, l'augmentation des pratiques touristiques dans les pays émergents renvoie à des enjeux sociologiques lourds de transformation des sociétés des Suds. Une première piste de travail renvoie à des enjeux « d'apprentissage » par ces sociétés du tourisme de masse, qui se déroule parfois dans des relations conflictuelles avec les populations résidant dans les territoires dans lesquelles ce tourisme se pratique : ainsi, la littérature sur le tourisme chinois des années 2010 a traité de la question des conflits liés au tourisme, sur le partage local de la ressource touristique ou sur des enjeux comportementaux des touristes eux-mêmes (Ye *et al.*, 2012 ; Cornet, 2015). Une seconde piste de travail postule elle l'existence de pratiques touristiques différentes de celles forgées dans les foyers historiques des pays développés : ce postulat s'observe notamment dans les décalages entre destinations du tourisme international dans les émergents et pratiques locales du tourisme intérieur, qui sont parfois complémentaires : on peut voir de ce point de vue le cas des principales villes du Maroc dont la fréquentation est très différente en termes de clientèle, mais aussi de l'état côtier du Cearà au Brésil très fréquenté par les nationaux et ignoré des touristes internationaux comme l'avait déjà relevé Ghimire (Ghimire, 2001 : 14). Plus généralement, ces décalages invitent à réfléchir aux pratiques touristiques en ne rabattant pas mécaniquement la trajectoire de l'accès au tourisme des populations des émergents sur l'histoire du tourisme du Vieux Monde, pour comprendre ce qui ici se crée de nouveau. Il ne s'agit toutefois pas d'opposer les

pratiques entre anciens touristes et nouveaux touristes, mais bien de comprendre comment elles interagissent voire s'hybrident (Taunay et Violier, 2012).

Bibliographie :

- Cazes, G., 1989, *Les nouvelles colonies de vacances ?, Tome 1 : Le tourisme international à la conquête du Tiers Monde*, Paris, L'Harmattan.
- Banque Mondiale, 2019, *Aspiring Indonesia. Expanding the Middle Class*, Washington.
- Cornet, C., 2015, « Tourism development and resistance in China », *Annals of Tourism Research*, n°52, p. 29-43.
- Ghimire K. (dir.), 2001, *The Native tourist : Mass Tourism within Developing Countries*, Londres, Earthscan.
- MIT, 2011, *Tourisme 3. La révolution durable*, Paris, Belin.
- Roelf, W., 2017, « Airbnb aims to double African customers this year », Reuters, URL : <https://www.reuters.com/article/us-africa-airbnb-idUSKBN16O28E>
- Rogerson, C., 2015, « Unpacking business tourism mobilities in sub-Saharan Africa », *Current Issues in Tourism*, Vol. 18, n° 1, p. 44-56.
- Sacareau I., Taunay B. et Peyvel E., 2015, *La mondialisation du tourisme. Les nouvelles frontières d'une pratique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Taunay B. et Violier Ph., 2012, « L'émergence au prisme du tourisme chinois », *EchoGéo* [En ligne], n°21, URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/13190>
- World Tourism Organization, 2020, *UNWTO World Tourism Barometer*, URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
- Ye B.H. , Zhang H.Q. & Yuen P.P., 2012, « An Empirical Study of Anticipated and Perceived Discrimination of Mainland Chinese Tourists in Hong Kong: The Role of Intercultural Competence », *Journal of China Tourism Research*, vol.8, n°4, p. 417-430.

Sitographie :

- ONYX portfolio : <https://www.onyx-hospitality.com/development/portfolio.aspx>
- Protea portfolio : <https://protea.marriott.com/about-protea-hotels-by-marriott/>
- Groupe Italthai : <https://www.italthai.com/en/about-italthai>