

## Crise du tourisme et résistances des vacances. Valeurs et pratiques des mobilités de loisirs en période de pandémie

*Tourism Crisis and Vacation Resistance. Values and Practices of Leisure Mobility  
During a Pandemic*

Gael Chareyron, Saskia Cousin et Sébastien Jacquot

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/tourisme/3899>

DOI : 10.4000/tourisme.3899

ISSN : 2492-7503

### Éditeur

Association Mondes du tourisme

### Référence électronique

Gael Chareyron, Saskia Cousin et Sébastien Jacquot, « Crise du tourisme et résistances des vacances. Valeurs et pratiques des mobilités de loisirs en période de pandémie », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 20 | 2021, mis en ligne le 15 décembre 2021, consulté le 17 décembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/3899> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.3899>

---

Ce document a été généré automatiquement le 17 décembre 2021.



*Mondes du tourisme* est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# Crise du tourisme et résistances des vacances. Valeurs et pratiques des mobilités de loisirs en période de pandémie

*Tourism Crisis and Vacation Resistance. Values and Practices of Leisure Mobility During a Pandemic*

Gael Chareyron, Saskia Cousin et Sébastien Jacquot

---

## Introduction

- 1 Au printemps 2020, alors que les frontières de la majorité des pays sont fermées et les vols internationaux quasiment à l'arrêt, les médias relaient d'impressionnants graphiques qui présentent la chute brutale des courbes du tourisme international. Ces graphiques sont souvent accompagnés d'images d'aéroports vidés, de grands hôtels fermés, de lieux emblématiques du tourisme global désormais déserts, parfois traversés par des animaux sauvages (Zask, 2020). Tout comme les multiples images de villes désertes prises pendant les confinements qui ont vidé les grandes villes dans tout l'hémisphère nord, ces images font écho à celles des films catastrophe. Dans les médias, l'arrêt des mobilités internationales se traduit par un discours sur « la fin du tourisme » ou la « mort du voyage ». Dès le printemps 2020, les auteurs de ces lignes, comme beaucoup d'universitaires, sont sollicités pour répondre à la question « le voyage est-il mort ? » et faire des « pronostics » sur le futur. Ils peinent alors à rappeler qu'ils ne sont pas futurologues et que le voyage ne se réduit pas au tourisme international et à son industrie. Malgré cette supposée « mort du tourisme », la plupart des territoires français connaissent une saison estivale 2020 aussi, voire plus fréquentée que les années précédentes. Comment expliquer ce décalage et la persistance de la doctrine du tourisme conçu comme forcément international ?

- 2 En s'appuyant sur des travaux de sciences sociales sur les vacances, l'analyse critique des indicateurs statistiques du tourisme, des observations de terrain, des entretiens et l'étude des commentaires postés sur les plateformes de réservation touristiques, cet article propose l'hypothèse suivante : si la pandémie et les mesures sanitaires ont provoqué l'éclipse voire la chute du tourisme international, les pratiques de vacances, essentiellement domestiques, ont résisté plus qu'elles ne se sont radicalement transformées. Surtout, ces vacances ont été plus médiatisées. Ce qui a changé, ce sont les images et valeurs respectives du tourisme et des vacances pour les voyageurs, les institutions, les entreprises et les médias. Cet article s'attachera en particulier au cas de la France : l'arrêt de l'industrie internationale du transport et de l'hôtellerie a rendu visible l'importance structurelle du modèle français des départ en vacances, sa résistance à la crise touristique. *In fine*, ce modèle français semble plus vulnérable à la montée des inégalités sociales qu'à la survenue d'une crise sanitaire mondiale.
- 3 La première partie de ce texte examine la rhétorique médiatique de la catastrophe touristique, décrit les dispositifs d'aide à l'industrie et le discours professionnel de « gestion de crise ». Elle restitue le « texte public » (Scott, 1992) du tourisme et de ses agents. En contrepoint, la suite de l'article examine les pratiques des vacanciers telles que saisies dans leurs logiques structurelles et leurs ajustements liés à la pandémie. L'analyse s'appuie sur les connaissances que les sciences sociales ont des pratiques de vacances avant la pandémie, des observations réalisées à l'été 2020 auprès de vacanciers, des entretiens effectués avec les responsables touristiques de plusieurs territoires français (communauté de communes, département, région, parcs naturels) et, enfin, l'évolution des commentaires postés sur Booking.com, l'hégémonique plateforme de réservation d'hébergements. En restituant les pratiques vacancières et le point de vue souvent inaudible des animateurs de territoires, nous proposons de porter attention aux textes cachés (*op. cit.*) des mobilités populaires de loisirs. *In fine*, l'article vise à penser ensemble le ressac du flux touristique international et la résistance des vacances populaires comme une inversion de la « valence différentielle » (Héritier, 2012) des imaginaires en confrontation : international versus domestique, *occupatio* versus *otium*, mobilité versus proximité, nuitées versus hospitalités. À la suite des travaux d'Appadurai (1997), la notion d'imaginaire désigne ici des représentations collectives socialement construites, au moyen, notamment, d'images et de pratiques imaginatives. La notion d'imaginaire n'est pas réductible au supplément au réel qui favorise le désir des territoires, facilite sa communication, ou constitue l'avant et l'après du séjour touristique. Si les pratiques touristiques se nourrissent d'images, d'idées et de récits, il s'agit ici d'envisager le tourisme comme imaginaire, notamment politique : représentation collective, objet de désir, valeur, ou horizon d'attente.

## Une catastrophe pour le tourisme ?

- 4 Au printemps 2020, les graphiques présentant la chute brutale du tourisme sont construits à partir des arrivées internationales telles que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) les comptabilisent. Or, dans un objectif de mesure statistique, l'OMT définit comme « touriste » (ou visiteur qui passe la nuit) un *visiteur (du tourisme interne, récepteur ou émetteur)* qui passe entre une nuit et un an sur le lieu de sa destination (sauf s'il y est employé par une entité sur place) (United Nations, 2010). Il s'agit donc d'une définition dont le critère principal est la « nuitée » liée à un flux (Terrier, 2006)

constituant un aller-retour. Plusieurs auteurs (Terrier, 2006 ; Cousin et Réau, 2009 ; Stock, Coeffé et Violier, 2020) ont détaillé les modalités de production des statistiques touristiques et démontré leur caractère artificiel et politique. Ainsi, le « milliard (ou plus) de touristes » célébré par de nombreux médias chaque année désigne l'ensemble des arrivées *internationales*, sans mention du nombre distinct de personnes voyageant, de la durée de leur séjour ou de leurs motivations, souvent professionnelles. De plus, ce chiffre, qui transforme des flux en stock, agrège des données produites de manière hétérogène par les États (Stock, Coeffé et Violier, 2020)<sup>1</sup>. Les communiqués de presse de l'OMT<sup>2</sup> et les graphiques catastrophistes donnent donc à voir la chute des arrivées internationales plus que la mort du tourisme et des vacances.

## Crise industrielle et discours gestionnaire

- 5 Agences de voyage, hôtellerie, compagnies aériennes et plateformes de réservation : quel est l'état de cette industrie au printemps 2020 ? Début mars, alors que l'Europe ferme ses frontières, les avions continuent de voler à vide durant quelques jours, au nom d'un règlement européen de 1993 stipulant que les créneaux horaires sont perdus s'ils ne sont pas utilisés. Ce règlement est assoupli le 10 mars 2020 par la Commission Européenne – juste le temps de la crise. L'Association internationale du transport aérien (Iata), qui regroupe plus de 300 compagnies aériennes, demande le soutien des États pour éviter l'effondrement des compagnies aériennes. Certaines se déclarent en faillite (Virgin Australia, Avancia...) tandis que, dès fin avril 2020, de nombreux licenciements sont annoncés (30 % des effectifs de British Airways, 45 % de ceux d'Icelandair<sup>3</sup>).
- 6 De nombreux autres pans de l'activité touristique connaissent le même enchaînement de fermetures, de licenciements et/ou des politiques publiques de prêts ou d'aides, dont le report des versements des charges sociales. Dès le début des restrictions de voyage, les agences de voyage peinent à rapatrier leurs clients, négocient les conditions de remboursement ou de report, et mettent en veille leurs activités. Considérant leurs coûts d'exploitation trop élevés, de nombreux hôtels ferment malgré les mesures d'aide des États. En France, les activités de nombreux établissements et entreprises sont à l'arrêt, y compris hors des périodes de confinement<sup>4</sup>. Lors du premier déconfinement, à partir du 11 mai 2020, les réouvertures d'hôtels varient en fonction des territoires : selon l'observatoire MKG Consulting, si 80 % des hôtels ont rouvert en France, ce taux n'est que de 47 % pour Paris et 67 % pour l'Île-de-France hors Paris. Cette variation concerne aussi les gammes hôtelières : 29 % des hôtels 5 étoiles parisiens ont rouvert, contre 59 % sur l'ensemble du territoire français<sup>5</sup>. À Paris, les hôtels dits de prestige accueillent une clientèle quasiment exclusivement étrangère ; ils ferment alors presque tous leur porte au motif de coûts d'exploitation trop élevés pour une clientèle réduite ou des périodes restreintes par les reconfinements successifs.
- 7 Malgré les soutiens publics (chômage partiel, prêts garantis, report fiscal), les annonces de suppressions d'emploi s'enchaînent. En novembre 2020, Disney licencie 32 000 salarié.e.s dans le monde (dans l'activité parcs de loisirs mais aussi médias). Touristik Union International (TUI), la plus grande agence de voyage du monde, avec plus de 400 hôtels, trois compagnies de croisières et cinq compagnies aériennes, licencie 23 000 personnes, soit 32 % de son personnel. Accor annonce début 2021 la

suppression de 1 800 postes au sein des activités du siège<sup>6</sup>, tandis que le groupe Hilton avait annoncé en juillet 2020 la suppression de 2 100 emplois dans le monde.

- 8 Les entreprises justifient ces licenciements par l'arrêt des activités, mais semblent également profiter de la crise pour imposer de nouvelles modalités de gestion du personnel, basées sur la sous-traitance<sup>7</sup>. Le Marriott Rive Gauche de Paris prend prétexte de la pandémie pour restructurer l'hôtel et licencier 260 personnes. Prévue avant la crise, mais par tranches et sans fermeture, la rénovation est estimée à 67 millions d'euros et trois ans de travaux<sup>8</sup>.

## Des politiques publiques sous l'emprise de la doctrine du tourisme international

- 9 Comment les acteurs publics réagissent-ils à la crise touristique ? Plusieurs États votent des mesures de soutien à l'industrie aéronautique et aux compagnies aériennes considérées comme nationales. Ainsi, la France garantit-elle 7 milliards de prêts à Air France-KLM en avril 2020 (complétés par les Pays-Bas), suivi le 9 juin d'un plan de soutien à la filière aéronautique et, en avril 2021, d'un nouveau plan d'aide. En avril 2020 toujours, le conseil fédéral suisse accorde des prêts garantis à des filiales de Lufthansa ; deux mois plus tard, l'Allemagne recapitalise Lufthansa à hauteur de 6 milliards d'euros. Aux États-Unis, des prêts sont accordés aux sept principales compagnies en contrepartie d'une limitation des licenciements, mais la question se pose à nouveau en octobre 2020. Ces mesures sont décriées par les compagnies privées : ainsi, Ryanair estime qu'elles faussent la concurrence.
- 10 Le tourisme et le secteur hôtelier bénéficient des dispositifs de chômage partiel. À l'instar des compagnies aériennes comme Air France ou de grands groupes français (FNAC, Darty, Renault, Galeries Lafayette), des prêts garantis par l'État (PGE) sont débloqués afin de compenser les fortes chutes de chiffres d'affaires, avec un report du début des remboursements aux banques : 200 millions d'euros en juin 2020, puis 269 millions d'euros en décembre 2020 pour la Compagnie des Alpes ; 477 millions d'euros pour le groupe AccorInvest, ainsi que de nombreux prêts pour les PME du tourisme<sup>9</sup>.
- 11 Outre les dispositifs d'aides publiques, la question de la « reprise » fait l'objet de nombreux ateliers de réflexion et de prospective afin de préparer le « monde d'après ». Si les images diffusées ont recours au registre de la catastrophe (Revet, 2007), les discours, les baromètres et les « *briefing notes* » de l'OMT, des institutions et des professionnels du tourisme convoquent le discours de la crise et de sa gestion pour préparer la reprise d'activité (Ritchie, 2009). En mai 2020, les experts interrogés évoquent déjà la « récupération » de l'activité touristique internationale – estimée devoir prendre entre 11 et 19 mois – en s'appuyant sur d'autres exemples de « crises touristiques » : épidémies (Ebola, SRAS), attentats terroristes (Bali, Égypte, Tunisie, Maroc, France), crise économique mondiale de 2009. À l'automne 2020, les experts débattent sur la période attendue de reprise du tourisme international (WTO, 2020).
- 12 La pandémie a-t-elle pour autant provoqué une inflexion de la vision politique française du tourisme ? L'analyse lexicale des six dossiers de presse des Comités interministériels du tourisme (CIT) illustre les priorités et les paradigmes des politiques définies. Sur l'ensemble des six dossiers, les mots les plus utilisés sont « tourisme », « France », « touristique », « secteur », « entreprise », « territoire », « mesure »,

« investissement » et « international ». Alors qu'il était prééminent dans les dossiers de presse précédents, le terme « international » se trouve relégué en 19<sup>e</sup> position dans les dossiers des deux CIT de 2020. De même, les termes « investissement » et « projet » perdent de nombreuses occurrences au profit des termes « sanitaire », « fonds », « reprise ». Le 14 mai 2020, soit trois jours après le début du premier « déconfinement », le 5<sup>e</sup> CIT met en forme le « plan de relance du tourisme ». On évoque notamment le « nécessaire départ pour tous », en utilisant l'expression « tourisme social » et, surtout, le rôle des « vacances des Français en France ».

- 13 Cette mention des vacances ne marque toutefois pas de changement de stratégie, ni avant, ni après l'été 2020. Au printemps 2020, le hashtag #CetÉtéJeVisiteLaFrance lancé par Atout France sur les réseaux sociaux semble indiquer que la France est une destination conjoncturelle. À l'automne, comme le rappelle l'« édito de Jean Castex, Premier ministre » qui ouvre le compte-rendu du 6<sup>e</sup> CIT du 12 octobre 2020, l'objectif reste d'attirer « 90 millions de visiteurs venus du monde entier ». Les analyses menées par l'Insee et divers observatoires du tourisme sur les vacances des Français en France en 2020 sont reprises par le CIT, mais uniquement au prisme de leur rôle d'*amortisseur* de crise et d'élément d'équilibre de la balance des paiements. De janvier à août 2020, si les non-arrivées internationales expliquent une baisse importante des recettes (16,3 milliards d'euros) par rapport à la même période en 2019, les non-départs des Français à l'étranger occasionnent un recul des dépenses à l'étranger de quasiment 12 milliards d'euros. De plus, les séjours en France permettent de maintenir des taux d'occupation élevés pendant l'été, jusqu'à dépasser ceux de l'année précédente dans certains territoires.
- 14 Pourquoi cette vision ancillaire des vacances des Français et cette focale sur le tourisme international ? Les rattachements successifs des secrétariats d'État au Tourisme nous renseignent sur les visions successives de l'État français. Ainsi, après avoir été successivement associé aux ministères du Plan, de l'Aménagement du territoire, du Transport et du Commerce, le secrétariat d'État passe au ministère des Affaires étrangères sous Laurent Fabius (Cousin et Réau, 2009). Le tourisme devient une question de politique étrangère, d'exportation de devises et de diffusion de l'image de la France. C'est ainsi que l'on peut expliquer la délivrance facilitée et accélérée de visas touristiques pour les visiteurs chinois dont le « panier moyen » de dépenses est considéré plus élevé que celui des autres visiteurs – sans prise en compte de la répartition de ces dépenses sur le territoire. Le tourisme est attaché au ministère de l'Europe et des Affaires étrangères en 2017, puis réapparaît dans les intitulés officiels en juillet 2020 : déjà secrétaire d'État, Jean-Baptiste Lemoine prend la responsabilité « du Tourisme, des Français de l'étranger et de la Francophonie ». Quelle que soit leur importance économique, sociale ou culturelle, les vacances des résidents français en France ne relèvent pas d'un ministère des Affaires étrangères.

## **Se relocaliser : ancrage des hébergeurs, territorialisation des observatoires, résistances des vacanciers**

- 15 Omettant le plus souvent de mentionner les aides publiques massives concédées à l'industrie touristique, de nombreux experts mobilisent la notion de résilience pour désigner la supposée capacité des entreprises à surmonter toute crise, en se référant

aux épisodes passés. La situation en 2020 est pourtant sans commune mesure : affectant le monde entier, la pandémie éclipse le tourisme international, favorise de nouvelles pratiques professionnelles et révèle d'autres mobilités de loisirs, souvent oubliées, méprisées ou ignorées. En effet, l'été 2020 se caractérise moins par la résilience touristique que par le ressac de l'industrie internationale, découvrant une multitude de pratiques de vacances indifférentes au tourisme international. Afin de désigner ce que nous avons observé pendant l'été 2020 en France, nous proposons d'utiliser la notion de « résistance », telle que définie par Michel Foucault puis James C. Scott : une action multisituée, diffuse, non organisée, éventuellement silencieuse. À l'encontre de l'imaginaire hégémonique du tourisme international, l'été 2020 en France révèle l'existence d'hospitalités marchandes alternatives et la prégnance du tourisme dit « domestique », c'est-à-dire la résistance des pratiques de « vacances ».

### Du hors-sol au territoire d'ancrage : la mue de certains hôteliers

- 16 Si les médias mettent en avant la désertification des hauts lieux touristiques et la fermeture des fleurons de l'industrie touristique, de nombreuses petites entreprises connaissent également d'importantes pertes d'activité et de revenus : guides, chambres d'hôtes, sites culturels, restauration et petits hôtels. Alors que les grands groupes internationaux semblent avoir un usage stratégique de la crise, l'artisanat du tourisme et les hôteliers 2 ou 3 étoiles vont, pour beaucoup, mettre en œuvre des tactiques d'adaptation. Plusieurs hôtels 2 ou 3 étoiles rouvrent dès le printemps 2020 pour accueillir de nouveaux publics : soignants, personnes en quarantaine ou bénéficiant d'un hébergement d'urgence. Ainsi, cet hôtelier du Val-de-Marne, proche d'Orly : sa clientèle habituelle, composée de quelques grosses entreprises du tourisme d'affaires, a disparu en quelques jours. Son propriétaire, un fonds de pension, lui demande simplement de « tenir ». Au fil des semaines, avec les conseils de l'agence touristique du Val-de-Marne, il se tourne vers d'autres clientèles qu'il découvre et auquel il propose un tarif par chambre divisé par deux : travailleurs du BTP, soignants, migrants. Il explique que cela lui a permis de tenir, de payer ses employés et de rencontrer de nouvelles personnes. S'il pense qu'il ne pourra continuer à louer toutes ses chambres à demi-tarif, il considère cette expérience comme positive car elle a modifié son métier. Il estime qu'« avant la pandémie », il était « hors-sol », une sorte d'excroissance de l'aéroport Orly. La situation sanitaire l'a de fait inscrit dans un territoire, dont il a réalisé qu'il était un acteur essentiel. À l'avenir, il souhaite changer de stratégie, ne plus être dépendant de quelques clients internationaux importants qui ont fait défaut du jour au lendemain et multiplier de petits contrats avec des entreprises ou des institutions plus « locales », sans doute « moins rentables », mais « plus durables » (entretien réalisé à l'automne 2020). Dans le 18<sup>e</sup> arrondissement de Paris, l'hôtel 3 étoiles « Rooms and Dreams » a opéré la même transition et accueille des mères isolées avec leurs enfants. Avec l'aide de l'association Basiliade et un financement de 34 euros par personne et par nuit, accordé par la direction régionale et interdépartementale de l'Hébergement et du Logement (Drihl) et la mairie de Paris, l'hôtel va recevoir environ 1 million d'euros pour une année. Les propriétaires et les cinq employés estiment avoir un peu changé de métier. Ainsi s'exprime le fils du propriétaire : « Désormais, je fais du social : je m'occupe des mêmes clientes tous les jours, il faut s'intéresser à leurs vies. J'aime bien, au moins on se rend utile, on se lève le matin et on se dit qu'on va aider les gens » (cité par Leborgne et Garnier, 2021).

- 17 Ces territorialisations d'hôtels par l'accueil d'une clientèle locale<sup>10</sup> ou sociale ne sont ni nouvelles ni isolées : dans les années 1930, 11 % de la population résidait dans 250 000 chambres dites « meublées ou « garnies », tandis qu'il n'y avait plus que 21 000 chambres de ce type en 2007 (Le Méner, 2013). Des années 1950 à la pandémie, l'hébergement d'urgence s'effectuait au sein d'hôtels bon marché et/ou situés en périphérie, dont certains hôtels de chaînes entièrement convertis, bénéficiant de taux de remplissage de 100 % financés par les pouvoirs publics. En 2020, ce sont des hôtels plus haut de gamme – 2 et 3 étoiles – qui expérimentent l'accueil d'urgence.
- 18 Cette relocalisation va au-delà de l'hôtellerie. Qu'il s'agisse des chambres d'hôtes, des guides ou des marchands de souvenirs, l'offre commerciale tournée vers le tourisme international s'est, en quelques semaines, transformée pour s'adresser à nouveau à une clientèle locale. Ainsi, à Venise, les marchands de journaux ne sont plus submergés de souvenirs (Wanner, dans ce numéro) et retrouvent leurs clients habituels ; sur le plateau de Valensole, les boutiques dédiées aux touristes chinois en quête de lavande doivent se réinventer pour s'adresser aux « touristes locaux » (Ruggieri, 2021). De nombreux hôtes de la plateforme Airbnb ont remis leur logement en location traditionnelle (Piganiol, 2021). Motivée dans ces exemples par la disparition des clientèles internationales habituelles, cette démarche de relocalisation s'inscrit de fait dans une politique plus ancienne menée par des institutions touristiques territoriales, des coopératives et des associations sur les manières de mieux connecter l'activité touristique et son environnement social et culturel. En bref, la pandémie rend visible des besoins, des pratiques et des clientèles longtemps ignorés par les indicateurs et l'imagerie du tourisme international.

### **Vacances 2020 : « la France et le désert parisien »**

- 19 Juillet 2020, Montrésor, 450 habitants en hiver. Dès 8h30 du matin, une longue file d'attente se presse devant la boulangerie de ce petit village du sud de la Touraine – chacun tente avec bonne humeur de respecter les mesures de distanciation. En face, le minuscule marché de produits locaux peine à fournir des vacanciers aussi inattendus qu'inespérés, qui s'ajoutent aux urbains de Paris, Vérone, New York ou Los Angeles, revenus dans leurs maisons de famille dès les premières mesures de confinement. Plus une seule place n'est disponible sur le parking situé devant le château médiéval et polonais. Ouvert au public depuis 1949, celui-ci n'a jamais accueilli autant de visiteurs. Toutes les chambres d'hôtes du bourg, de la campagne et des villages alentours sont occupées ; il est impossible de déjeuner ou de dîner au café-restaurant sans réserver plusieurs jours à l'avance. À cette même période, le long des sentiers de la Cornouaille bretonne, dans l'arrière-pays basque, dans le parc naturel régional Normandie-Maine, dans les villages des Cévennes, sur la dune du Pilat, sur les plages de Dieppe ou le long de la Loire à vélo, les campings, les chambres d'hôtes et les commerçants connaissent une fréquentation inédite. Ces impressions multilocalisées issues d'observations directes ou de témoignages des acteurs des territoires mentionnés sont confirmées par les données statistiques sur les vacances de l'été 2020 : 54 % des résidents en France sont partis en vacances, dont 94 % en France.
- 20 Dans les articles de médias ou les publications des institutions d'étude, les titres expriment l'idée d'une parenthèse estivale, d'une « respiration » pour l'activité touristique : « une courte saison touristique, les hôtels du littoral résistent » (Insee



Nouvelle Aquitaine, 2020) ; « Été 2020 : une éclaircie en juillet-août pour les hôtels d'Occitanie » (Insee Occitanie, 2020) ; « Saison estivale 2020 – L'hôtellerie évite le pire en juillet-août avant de rechuter » (Insee PACA, 2020) ; « Le tourisme dans les Pays de la Loire lourdement impacté par la crise sanitaire en 2020 malgré une reprise ponctuelle durant l'été » (Insee Pays de la Loire, 2021) ; « En Centre-Val de Loire, la saison estivale hôtelière 2020 en partie épargnée, avant une chute de fréquentation en septembre » (Insee Centre-Val de Loire, 2021) ; « Été 2020 : entre deux vagues épidémiques, une brève respiration pour le tourisme » (Insee Grand Est, 2021). Les médias qui relaient ces études omettent de préciser que de nombreuses destinations sont, de longue date, fréquentées par des résidents français et qu'elles ont reçu plus de vacanciers que les années précédentes. En effet, alors que le taux d'occupation moyen des hébergements marchands est inférieur à l'été 2020 par rapport à l'été 2019, les territoires ruraux et littoraux font état de fortes fréquentations. Selon le CIT du 12 octobre 2020, le taux d'occupation est de 93 % les deux premières semaines d'août sur le littoral atlantique, soit au niveau de 2019. Pour les mois de juillet et août 2020, le chiffre d'affaires de l'hôtellerie de plein air est supérieur à l'année précédente (INSEE, 2020). Dans la quasi-totalité des départements de la façade maritime française, ainsi que dans les destinations majeures du tourisme rural en Massif Central, les dépenses par cartes bancaires de juillet 2020 sont également supérieures à celles de l'année précédentes (Insee, 2020).

- 21 A *contrario*, les destinations urbaines et les régions les plus dépendantes du tourisme international sont celles qui connaissent le plus fort repli si l'on compare les étés 2020 et 2019. Ce repli est très marqué en Île-de-France, mais aussi observable pour les hébergements marchands d'autres régions : -37 % de nuitées pour le Grand Est, -35 % pour l'Occitanie, mais un recul inférieur à 20 % pour le Centre-Val de Loire, l'Auvergne-Rhône-Alpes et la région PACA (Insee, 2020). Les données statistiques, comme les rapports des institutions touristiques, sont en décalage avec l'imaginaire de la catastrophe touristique produit par la confusion entre arrivées internationales et départs en vacances.

## Voir, enfin, les vacanciers

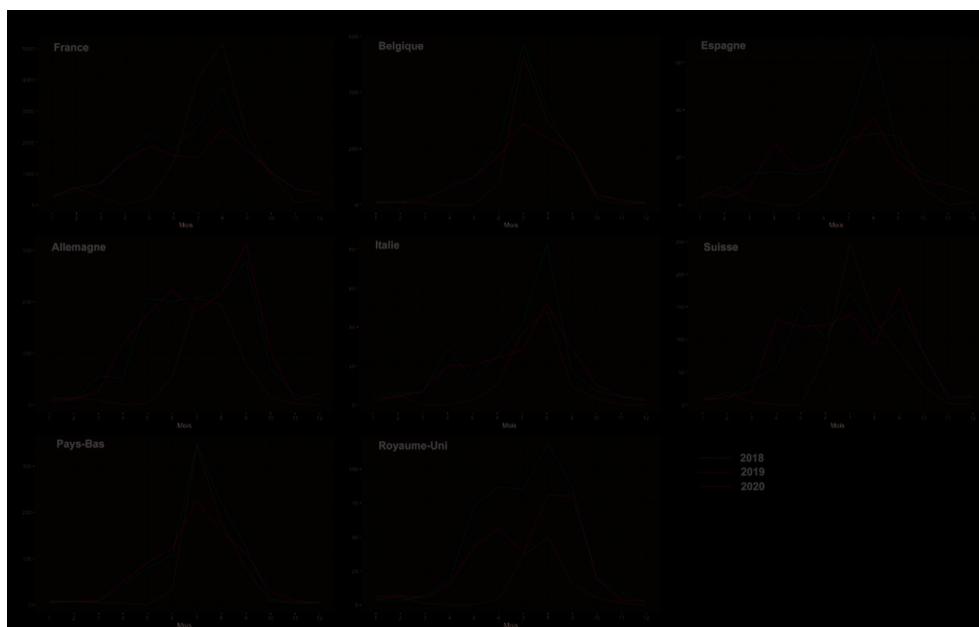
### De nouveaux observatoires

- 22 En France, les territoires locaux (régions, comités régionaux du tourisme, départements, offices de tourisme, EPCI, etc.) mettent en place leurs propres outils et organismes de mesure et de suivi, sous la forme d'observatoires du tourisme (Paris, Drôme, Eurométropole de Lille, etc.). Ils ont, pendant de longues décennies, mobilisé les mêmes indicateurs et objectifs que ceux qui étaient édictés à l'échelle nationale ou internationale : nombre de nuitées marchandes, nombre de touristes internationaux et, pour certains, entrées dans les grands « sites touristiques ». Certains animateurs de territoire témoignent qu'il a longtemps été impossible de discuter la prééminence des touristes internationaux, en particulier dans les régions disposant d'aéroports, subventionnés et devant justifier politiquement de leur existence. Toutefois, depuis une dizaine d'années, les acteurs institutionnels s'intéressent à d'autres indicateurs, plus aptes à restituer les mobilités au sein de leur territoire, via notamment les données géolocalisées issues des téléphones, des réseaux sociaux et des plateformes numériques touristiques (Desvignes et Jacquot, 2014)<sup>11</sup>. Est alors apparu un monde de visiteurs et de

vacanciers n'ayant pas recours aux consommations comptabilisées par les indicateurs traditionnels. Pourtant très majoritaires, hormis dans les hauts lieux touristiques, ces visiteurs étaient auparavant comme invisibles, relevant d'un « tourisme non mesuré » (De Cantis *et al.*, 2015). Plus : les enquêtes révèlent l'importance du rôle des visiteurs très locaux dans l'identification, la qualification et la prescription de pratiques de visites. Si cela était connu de longue date, nombre d'acteurs institutionnels peinaient à faire entendre ces constats à leurs élus avant l'été 2020. À partir de l'automne 2020, ils témoignent d'une nouvelle écoute, à l'échelle locale.

- 23 Dans le cadre d'un programme de recherche sur les données massives issues des plateformes touristiques, nous avons étudié l'évolution des commentaires postés sur la plateforme de réservation Booking.com en 2019 et 2020. En identifiant le pays d'origine des visiteurs et le département de leur destination, nous souhaitons tester notre hypothèse de « résistance des vacances » dans un contexte marchand. Bien que délaissées durant les confinements successifs, les plateformes de location d'hébergements ont continué à afficher leur catalogue, voire à encourager les mobilités locales. Pour ces plateformes, l'objectif est de commercialiser des séjours, mais aussi d'encourager la production de commentaires qui enrichissent l'économie de la recommandation. L'observation des flux de commentaires associée aux résultats statistiques du tourisme nous permet de restituer quelques éléments sur les pratiques vacancières dans l'hébergement marchand (Chareyron *et al.*, 2021).
- 24 Pour l'été 2020, les graphiques présentés ici révèlent que, à l'exception des hauts lieux du tourisme international, de nombreuses destinations ont retrouvé, voire dépassé les volumes de commentaires qu'elles avaient à la même période l'année précédente. La plupart des commentaires sont postés par des visiteurs venus de France ou de pays proches (Belgique, Suisse). Nous présentons ici deux séries de graphiques restituant, par pays de résidence, les flux de commentaires concernant deux départements ruraux : l'Ardèche (07) et l'Aveyron (12) en 2018, 2019 et 2020. France, Belgique, Italie, Espagne, Allemagne, Suisse, Pays-Bas et Royaume-Uni : les pays mentionnés ne sont pas ceux de la nationalité mais bien les pays de résidence déclarés par les auteurs des commentaires. Si l'on considère le volume des commentaires (indiqué en ordonnées), la fréquentation française est, avant même la pandémie, ultra-majoritaire. En Ardèche et en Aveyron, la pandémie ne fait que conforter la prééminence des vacanciers résidents en France dans la part des réservations sur Booking.com, alors même que les vacanciers français n'utilisent l'hébergement marchand que pour 40 % de leurs séjours. L'analyse du contexte du voyage (précisé pour chaque commentaire récupéré en ligne) pour le même jeu de données révèle que la hausse du volume de commentaires concerne essentiellement les vacances réservées pour des familles ou des groupes d'amis – modalités principales des départs en vacances estivales. La hausse concerne moins les vacanciers en couple ou solo.

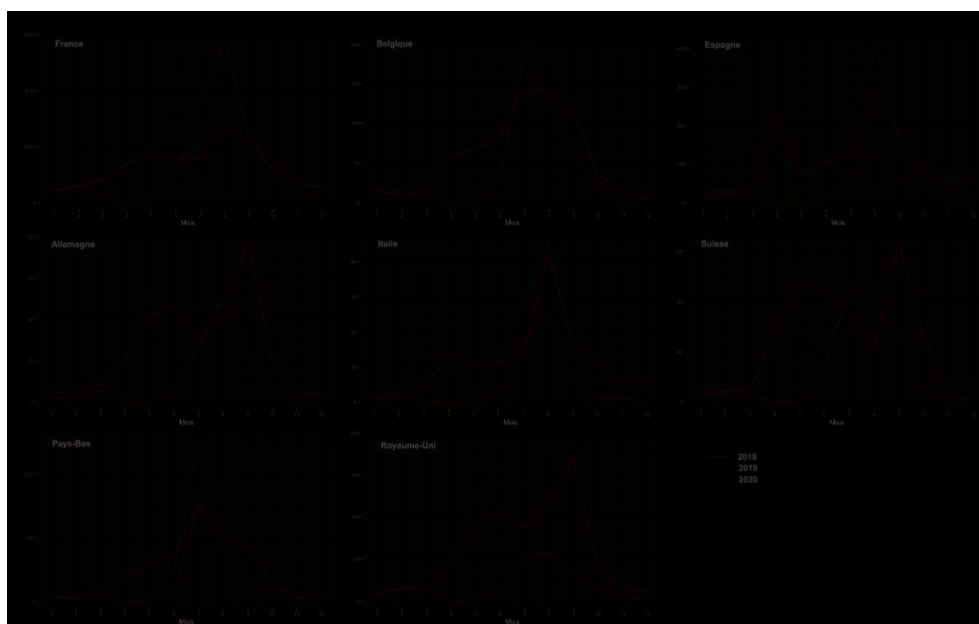
### Illustration 1. Commenter l'hébergement en Ardèche entre 2018 et 2020



Nombre de commentaires (en ordonnées) déposés sur les pages des hébergements référencés par la plateforme Booking.com, par mois (en abscisses) et pour les principaux pays de résidence des visiteurs, entre 2018 et 2020, département de l'Ardèche.

Source : traitement des données collectées en ligne, G. Chareyron, 2021.

### Illustration 2. Commenter l'hébergement en Aveyron entre 2018 et 2020



Nombre de commentaires (en ordonnées) déposés sur les pages des hébergements référencés par la plateforme Booking.com, par mois (en abscisses) et pour les principaux pays de résidence des visiteurs, entre 2018 et 2020, département de l'Aveyron.

Source : traitement des données collectées en ligne, G. Chareyron, 2021.

## Les vacances des Français en France, une pratique structurelle

- 25 Que penser de la « relocalisation » avancée par tous les médias pour expliquer la réussite de la saison 2020 ? À l'été 2018, un sondage réalisé par l'institut IPSOS indiquait que 69 % des résidents en France avaient prévu de partir en vacances estivales, dont 56 % en France. Mais les pratiques réelles sont bien plus françaises que les intentions annoncées : en 2017, d'après l'enquête SDT (suivi de la demande touristique<sup>12</sup>) de la Direction générale des entreprises (DGE), 87,14 % des séjours touristiques des résidents français ont lieu en France métropolitaine. Le taux de départ en France métropolitaine est de 69,8 % et le nombre de séjours en France par individu parti est de 5,2, contre 1,8 pour l'étranger et les DOM. En bref, le séjour en France constitue l'ordinaire touristique. Comment expliquer cette différence entre les intentions de départ et la forte proportion effectivement réalisée en France ? Il est bien sûr difficile de comparer des données récoltées de manières différentes et avec des biais différents : l'enquête IPSOS sur les intentions ne concerne que l'été alors que les enquêtes de la DGE portent sur l'ensemble de l'année. Cette différence entre les intentions et la réalité des voyages à l'étranger relève sans doute également d'un processus connu dans les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français : les pratiques les plus légitimes (ici le voyage à l'étranger) sont survalorisées et surestimées par rapport à celles qui le sont moins (les vacances au sein de la famille par exemple). *In fine*, la question n'est pas celle des biais, mais de la manière dont les politiques, les industries et les médias produisent des légitimités différenciées en valorisant le tourisme international et en l'incitant au moyen de sondages d'intention qui n'explicitent pas leurs méthodes d'échantillonnage.
- 26 Si les Français sont massivement partis en vacances en France en 2020, cela ne fait que conforter des pratiques ainsi qu'une répartition structurelle déséquilibrée du ratio « tourisme dit domestique<sup>13</sup> » / « tourisme international » : d'une part, et comme dans tous les pays, la grande majorité des résidents français passent leurs vacances dans leur pays de résidence, d'autre part, ils sont très majoritaires en termes de nombres de séjours et de nuitées en France<sup>14</sup>. En effet, si la France est, officiellement, le pays ayant accueilli le plus d'arrivées de touristes étrangers au monde en 2018, ce tourisme international ne représente qu'une petite part des consommations touristiques en France : plus de 80 % des nuitées marchandes enregistrées en métropole sont effectuées par des personnes résidant en France (DGE, enquête SDT, 2018), auxquelles s'ajoutent les hébergements non marchands, qui sont estimés à 66 % des séjours et à 62,4 % des nuitées des Français âgés de 15 ans et plus (DGE, enquête SDT, 2017). Enfin, si la France accueille le plus d'arrivées internationales au monde, cela est lié à un effet lié à la taille des « mailles territoriales » des États (Terrier, 2006) : à distance égale, davantage de frontières étatiques sont traversées en Europe que pour de grands pays comme les États-Unis, la Chine ou la Russie. Or, située au centre de l'Europe de l'Ouest, la France est un lieu de passage : c'est donc le pays le plus traversé par les arrivées internationales, et non le plus visité. Ainsi, si la durée moyenne de séjour des touristes internationaux est de 6,7 jours (DGE, 2019), 43 % des séjours des étrangers en France n'excèdent pas trois jours.
- 27 En ce qui concerne l'été 2020, le plus étonnant n'est pas l'importance de la part des vacances en France des résidents français, mais le quasi-maintien du taux de départ en vacances estivales. Comment définir les « vacances » ? Malgré des modalités d'enquêtes différentes selon les pays ou les organismes, la définition des « vacances » est restée

relativement stable depuis les années 1960 : il s'agit d'un voyage de quatre jours minimum pour des motifs d'agrément (Terrier, 2006)<sup>15</sup>. Selon cette définition, le taux de départ estival oscille entre 52 et 65 % depuis les années 1990. Cette variation est liée à la conjoncture, mais aussi aux catégories et modalités d'enquête et aux définitions retenues, ce qui implique de considérer les données présentées dans ce paragraphe comme des tendances. Dès 1950, le taux de départ en vacances des urbains est de 49 %, essentiellement en été (Insee, 1952). À partir de 1961, l'enquête est élargie à l'ensemble des Français, y compris les ruraux : le taux de départ est alors de 37,5 %, contre 61 % pour les résidents des agglomérations de plus de 50 000 habitants (Gounot, 1962). Il atteint 45 % en 1969 (Le Roux, 1970), 49 % en 1973, 53 % en 1977, 57 % en 1981 et 61 % en 1989 (Houillon, 2003). Selon le rapport Buisson (2013), les non-partants sont estimés en 2012 entre 23 et 30 millions de personnes sur une population de 65,8 millions de concitoyens. Depuis les années 1990, ce taux oscille donc entre un maximum de 65 % en 1996 et un minimum de 52 % en 2008 (Hoibian et Muller, 2015) – par exemple : 62 % en 1999, 57 % en 2017 (DGE, 2019). À l'été 2020, malgré la pandémie, les pertes de revenus et les inquiétudes sanitaires, 54 % des Français sont partis en vacances. Le taux de départ de l'été 2020 n'est donc en rien exceptionnel. Ce qu'il faut expliquer n'est pas la crise du tourisme, mais la stabilité et la résistance des vacances des résidents français durant l'été 2020.

## Imaginaires du tourisme et des vacances

- 28 Focaliser le discours sur le tourisme international, c'est ignorer l'apport économique de 80 % des séjours touristiques marchands des résidents dans le pays, sans compter les apports induits par les séjours dans la famille ou chez des amis. En bref, l'importance française du tourisme domestique – défini comme les séjours passés dans le pays de sa résidence principale – n'est ni originale ni spécifique : il est majoritaire dans la plupart des pays, y compris les pays des Suds (Peyvel, 2016), à l'exception des États insulaires du tourisme international. Cette importance du tourisme domestique pour un territoire donné est en revanche moins connue, alors qu'elle est cruciale pour l'économie de nombreux territoires. Comment expliquer l'ampleur et la permanence de cette invisibilité jusqu'à l'été 2020 ?
- 29 Au-delà des motifs relevant des politiques étatiques (voir plus bas), les imaginaires contemporains du tourisme trouvent leurs fondements dans les valeurs et les normes instituées par les fondateurs du tourisme, dont, par exemple, le Touring Club de France (Bertho-Lavenir, 1999), les agences comme Cook ou les entreprises hôtelières suisses (Tissot, 2000). Il ne suffit pas de partir, il faut aussi se cultiver, être occupé par la découverte (et l'invention) d'un patrimoine prestigieux et souscrire à l'histoire hygiénique des auberges plus qu'à celle de l'hospitalité traditionnelle. La force de l'industrie du tourisme aura été de parvenir à associer l'imaginaire du voyage, la pratique d'une auberge et la morale de l'*occupatio* dont Sylvain Piron a montré la généalogie catholique (Piron, 2018).
- 30 Or, contrairement au tourisme, les vacances ne relèvent pas de l'imaginaire de l'*occupatio* : elles s'inscrivent dans une autre histoire culturelle et sociale, celle des congés payés généralisés lors du Front populaire, marqués par l'idée de liberté, à la différence des formes d'encadrement mises en place à la même période en Allemagne ou Italie (Urbain, 2002)<sup>16</sup>. Peu importe que les congés payés n'aient pas été une

revendication majeure des mouvements ouvriers, qu'une partie des salariés en bénéficiaient déjà, que la France était en retard sur ce point par rapport à de nombreux pays européens ou que peu d'ouvriers soient partis en vacances en 1936 (Rauch, 1996). On peut déceler dans les représentations et les motivations au départ un double imaginaire : celui, ouvrier, du repos mérité du travailleur et celui, paysan, de la récolte estivale d'une année de labeur. Loin de l'imagerie touristique produite en vue d'activités et de consommations, les vacances sont également considérées par les Français comme un droit social et un devoir parental. Elles s'inscrivent dans une histoire centenaire de socialisations lors des vacances : les enfants en colonies de vacances publiques ou associatives, les familles dans les centres de vacances des comités d'entreprises des fleurons de l'industrie française, notamment des entreprises publiques. Par exemple, bien qu'en crise, le comité d'entreprise des activités de l'énergie (la caisse centrale d'activités sociales, CCAS) comptait encore 1 million de bénéficiaires en 2018. Cette socialisation liée au monde du salariat s'est transmise de génération en génération et semble devenue une pratique culturelle française spécifique et résistante aux crises conjoncturelles. Toutefois, la stabilité de ces pratiques et de ces départs en vacances n'est qu'apparente.

- 31 Si nous avons précédemment identifié les évolutions à long terme du taux de départ, il faut noter que, selon les études du CREDOC, ce taux de départ stagne depuis le milieu des années 1990, avec des oscillations conjoncturelles, comme lors de la crise 2008-2009 avec un taux de 52 % (Hoibian et Muller, 2015). Bien qu'il soit complexe de mesurer l'évolution précise des taux de départ du fait des changements des modes de collecte<sup>17</sup>, il apparaît que ce taux remonte après 2008, principalement du fait de l'augmentation du taux de départ des plus de 70 ans (qui passe de 32 % à 47 %). En revanche, le taux de départ des 18-24 ans diminue : il passe de 65 % à 60 % (COMPAS, 2015). Plus de 50 % des enfants des classes les plus populaires ne partent pas en vacances (Observatoire des inégalités, 2014). Le maintien du taux de départ des résidents français masque donc des phénomènes contradictoires : maintien, voire augmentation dans certains milieux sociaux ou tranches générationnelles (notamment les retraités) d'une part, stagnation ou diminution pour les enfants et les jeunes adultes des familles populaires d'autre part. Parallèlement, la durée moyenne des séjours a diminué de cinq nuitées entre 2007 et 2017 (Caire, 2017) et certains territoires de prédilection des vacances populaires sont délaissés. Or cette érosion n'est pas seulement liée au manque de ressources financières, évoqué seulement dans 50 % des cas (Rapport Buisson, 2013) : partir requiert du temps et des capitaux sociaux et culturels spécifiques. Avec le déclin des colonies et des centres de vacances populaires fondés par des institutions syndicales (Pattieu, 2009), associatives ou publiques au profit du secteur marchand et l'érosion du salariat, les nouvelles générations sont moins socialisées et accompagnées au départ (Guillaudeux et Philip, 2014).

## **International, actif, mobile et marchand, *versus* domestique, oisif, hospitalier et familial : une valence différentielle ?**

- 32 Le tourisme peut être défini comme un processus de transformation des valeurs de mobilité distinguées de la classe de loisir en activité industrielle de consommation marchande. Outre ses objectifs marchands, cette activité vise, *in fine*, à combattre, en

valeurs et en pratique, l'oisiveté populaire que constituent les vacances, de surcroît « à domicile ».

### La prime à l'international : une doctrine postcoloniale ?

- 33 Expliquer la sous-estimation du tourisme dit « domestique » par l'emprise des indicateurs du tourisme international permet de pointer le caractère tautologique des définitions et des indicateurs du tourisme, mais n'aide à comprendre ni cette emprise, ni son vacillement.
- 34 Pourquoi cette prééminence du tourisme international ? Dès la mise en place des structures touristiques nationales, les politiques se focalisent sur « l'industrie des étrangers » : le tourisme, décrit comme « industrie », est identifié, notamment après la Première guerre mondiale, comme facteur de développement (Larique, 2007). Parallèlement, à des fins de contrôle étatique, durant le conflit, se mettent en place les premiers systèmes de signalement des étrangers résidant dans les hôtels, qui perdurent après le conflit mondial (James, 2019).
- 35 La doctrine du tourisme international comme « facteur de développement » traverse tout le XX<sup>e</sup> siècle. Au début des années 1960, elle est reformulée par les experts de la Banque mondiale (Mattelart, 1999) comme une politique monétaire « d'exportations » de devises à destination des pays dits « en développement ». Largement critiquée dès la fin des années 1970 pour son caractère « automatique » et ses effets néfastes (De Kadt, 1979), cette doctrine va connaître de nombreuses inflexions théoriques (Cousin, 2008), sans que ne soit jamais discuté le principe d'un tourisme par définition international : elle a été imaginée pour convaincre les pays du Sud alors considérés uniquement comme récepteurs des flux internationaux. C'est ce principe qui structure les indicateurs de l'OMT. Depuis plusieurs décennies, des auteurs (Berriane, 1993 ; Hitchcock, King et Parnwell, 1993) appellent pourtant, en vain, à la prise en compte des pratiques dites de « *domestic tourism* » devenues également majoritaires dans certains pays non occidentaux, comme la Chine, l'Inde et le Brésil. Instituée par l'OMT, et reprise par de nombreux travaux académiques tant anglophones que francophones (Peyvel, 2016), cette catégorie reflète le prisme nationalo-centré de la statistique touristique. Selon Emmanuelle Peyvel (2016), cette occultation de l'importance du tourisme domestique s'explique par le périphérisme – un monde pensé selon le modèle centre-périphérie –, par une focalisation sur l'apport en devises, et par l'idée que les touristes venus de loin seraient la preuve d'une attractivité et du succès des politiques menées. Cela renvoie aussi à une approche postcoloniale du point de vue des gouvernements des pays du Sud, qui ignorent les pratiques de leurs concitoyens pour se focaliser sur les circulations et arrivées internationales, historiquement occidentales. Si la France s'est toujours pensée comme pays d'accueil plus que de départ, la propension du gouvernement français à maintenir une doctrine échafaudée pendant la guerre froide et à destination des pays en développement peut sembler étonnante, surtout lorsqu'elle ne correspond ni aux pratiques de ses concitoyens, ni à l'origine des bénéfices touristiques, ni aux attentes de ses territoires. Elle relève toutefois de l'inscription des politiques touristiques dans le paradigme de l'attractivité et des dynamiques concurrentielles globales, symptomatiques de la néolibéralisation des économies (Harvey, 1989).

## Partir à domicile : une nouvelle citoyenneté ?

- 36 L'imaginaire dominant du tourisme international peut s'analyser comme une surévaluation des pratiques et des valeurs des élites occidentales, confortée par l'emprise de l'avion, de la plage ou de l'aventure exotique. Tout se passe comme si plus le visiteur avait parcouru de kilomètres pour venir, plus la valeur du territoire serait grande ; comme si la grandeur d'une politique touristique se mesurait à sa capacité à susciter un désir susceptible de faire parcourir le globe. Le voyageur se distingue parce qu'il part loin, la « destination » parce qu'elle est désirée par des étrangers venus de loin. On peut identifier une forme de *valence différentielle* (Héritier 2012) s'appliquant au couple « tourisme international »/tourisme dit « interne » ou « domestique ». « Domestique » vient de *doma* (maison, maisonnée). Cette valence différentielle renvoie aux valeurs de la mobilité, constitutive de l'imaginaire de la modernité (Graburn, 2017 ; Forget et Salazar, 2020). Le tourisme international participe à l'institution imaginaire de la mobilité comme valeur supérieure, quoiqu'ambivalente de notre temps (Bauman, 2007 ; Bernardot *et al.*, 2014 ; Elliott et Urry, 2010.). Dans les années 2000, cet imaginaire du tourisme et des mobilités semble un moment concurrencer le grand récit du monde moderne fondé avec et sur les États-nations. Très minoritaire, le tourisme dit « durable », soutenable ou écologique, ne remet alors pas en question la prééminence de la mobilité lointaine comme fondement du voyage et du dépaysement. Pendant des décennies, la suprématie de la doctrine internationale de la « bonne mobilité » n'est pas disputée malgré les luttes, notamment écologiques, de « moralisation » du tourisme exigeant des « relocalisations ». La brutale immobilisation du tourisme international et la résistance des vacances révèle que la suprématie n'était que de façade. Ce que l'été 2020 transforme, ce sont des valeurs, plus que des pratiques concrètes : le tourisme domestique, ou « de proximité » n'est plus synonyme de vacances populaires, au rabais ou alternatives : le dépaysement familial, les vacances près de chez soi deviennent une pratique visible, désirable, voire citoyenne – « à vos réservations, citoyens » intime ainsi le secrétaire d'État au Tourisme<sup>18</sup>.

## Genre et classe du tourisme et des vacances

- 37 Dans plusieurs de ses ouvrages (2012, 2017), Françoise Héritier illustre sa théorie de la valence différentielle à partir des valeurs différentielles associées aux termes *actif/passif*. Elle explique qu'en Occident,
- actif est masculin parce que, si on essaye de l'expliquer, il implique la domination sur les choses [...], mais si vous allez en Inde, ou en Chine, le passif est affecté du signe masculin. L'actif est féminin, mais c'est le passif qui est valorisé, parce qu'il signe la maîtrise sur soi-même, non pas sur les choses. [...] Ce n'est pas la définition même des termes qui est porteuse d'inégalités, c'est le fait qu'ils soient affectés d'emblée du signe féminin ou du signe masculin<sup>19</sup>.
- 38 Cette valence différentielle se trouve également à l'œuvre dans le rapport à l'oisiveté, variant selon les catégories sociales : historiquement, alors que la classe de loisirs est très valorisée, l'oisiveté populaire est considérée comme un risque politique et social, qu'il faut encadrer aux moyens des syndicats, de groupes religieux ou politiques. Dans l'Occident moderne, le caractère actif a une valeur prépondérante, même pendant le temps libre : il faut parcourir, visiter, se cultiver, consommer. Le tourisme a ainsi construit son emprise sur l'« *occupatio* » (activité et business : *busy*) du voyage alors que



les vacanciers recherchent la « vacance », du latin *vacare*, être vide, avoir du temps. Or, alors que les motivations principales au départ – « se reposer » et « se retrouver en famille et entre amis » – paraissent peu en phase avec la valeur d'activité, la pandémie a fait de la proximité sociale, des retrouvailles, du plaisir de ne rien faire à la terrasse d'un café une jouissance rare ou interdite, et donc désirable. Inversement, alors qu'elle était valorisée par le passé, la pratique populaire de la randonnée, notamment en montagne ou en pleine nature, se trouve nouvellement dénoncée et fait l'objet d'appels à la régulation, au nom de ses impacts sur l'environnement. Si des décennies d'abandon des politiques sociales des vacances ont certainement des effets sur le manque de socialisation aux espaces naturels, on peut se demander si ce problème est vraiment apparu à l'été 2020. Pour le dire autrement : de nouvelles pratiques ont-elles été massivement adoptées pendant la pandémie, posant des problèmes d'aménagement, de médiation, de socialisation à l'environnement, ou bien sont-elles soudainement apparues comme gênantes parce que les élites s'étaient relocalisées, qu'elles étaient médiatisées et que les valeurs tendaient à s'inverser ?

- 39 Basés sur le nombre de « nuitées », les indicateurs du tourisme ignorent plus de la moitié des séjours des Français, parce que ces derniers séjournent dans des hébergements dits « non marchands ». Qu'est-ce que le « non-marchand » ? Ce sont plus de 3,5 millions de résidences secondaires<sup>20</sup>, mais aussi, et surtout, l'accueil hospitalier dans la famille et chez des amis. Définir l'hospitalité par son envers (la « nuitée » marchande) nous renseigne sur les catégories, mais aussi les valeurs – marchandes donc – considérées comme centrales dans l'observation du tourisme et des mobilités de loisirs. Or, avec la crise sanitaire, beaucoup des urbains des catégories sociales les plus aisées ont quitté les métropoles pour s'installer, le temps des confinements, dans la famille, chez des amis ou dans leur résidence secondaire, parfois nouvellement acquise. De plus, lorsqu'ils n'étaient pas fermés, les hôtels, notamment « all inclusive », sont apparus comme potentiellement risqués pour la santé. Considérée par la bourgeoisie culturelle comme l'apanage quelque peu désuet de la bourgeoisie économique traditionnelle, la résidence secondaire prend une nouvelle valeur, culturelle et sociale, voire écologique. À l'autre bout de l'échelle sociale, l'hospitalité amicale et familiale populaire, notamment en milieu rural, a acquis une valeur qui lui était socialement déniée avant la pandémie, alors même que les « nuitées hôtelières » devenaient impossibles ou problématiques. En s'implantant désormais essentiellement en milieu rural, le capitalisme de plateforme – le « Airbnb des champs » – a très rapidement intégré ces nouvelles valeurs pour les mettre en marché.

## Conclusion

- 40 Fondé sur l'analyse critique de différentes sources et enquêtes, cet article proposait de comprendre ensemble la crise de l'industrie touristique et la résistance des vacances de l'été 2020. Nous avons pu étayer l'hypothèse selon laquelle la pandémie avait moins changé les pratiques de vacances des Français qu'elle ne les avait révélées. Avant la crise sanitaire, l'emprise des indicateurs et les imaginaires du tourisme international rendaient invisibles les pratiques populaires de vacances, pourtant majoritaires : dépaysement de proximité, oisiveté assumée et hospitalité familiale. La disparition momentanée du tourisme international a entraîné une attention publique et un intérêt médiatique pour ces pratiques. L'un des effets majeurs de la pandémie a été d'inverser

la valence différentielle des termes mobilité/immobilité, proche/lointain, actif/oisif. *In fine*, et alors même que les pratiques populaires s'érodent du fait de la précarisation du monde du travail, c'est le texte caché des vacanciers, leurs résistances aux valeurs dominantes de la mobilité, du lointain, de l'activité qui se trouve aujourd'hui valorisé.

- 41 La pandémie a – momentanément – rendu le monde « indisponible » (Rosa, 2020 ; Girard et Schéou, 2021). Cela entraînera-t-il un changement des politiques de loisirs et de tourisme ? La pandémie est-elle en train de déstabiliser les façons habituelles de penser le voyage, les vacances et le tourisme ? Les notes de conjoncture et autres publications actuelles de l'OMT pourraient le laisser penser. Ainsi, en septembre 2020, l'OMT publie un rapport intitulé *Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities*, présentant des données statistiques collectées depuis longtemps mais non valorisées dans la production statistique internationale antérieure. Le rapport atteste de l'importance et de la reconnaissance de cette forme de tourisme qui représente six fois plus de voyages domestiques qu'internationaux, 75 % des dépenses touristiques totales dans les pays de l'OCDE, une part importante des visiteurs, largement au-dessus des visiteurs internationaux, dans de nombreux pays<sup>21</sup>. L'OMT se voit donc obliger d'afficher des critères nationaux malgré ses doctrines et ses enjeux commerciaux. Comme l'ont montré les politiques de communication de Paris après les attentats de 2015, le lien entre tourisme et crise est pensé comme un enjeu de relance et de communication (Avraham, 2015) : l'objectif reste de rétablir la confiance vis-à-vis de clientèles toujours pensées comme internationales. Cet objectif est bien connu des pays du Sud, que les pays occidentaux émetteurs ou prescripteurs de tourisme classent fréquemment en zones dites « orange » ou « rouge », selon des critères souvent géopolitiques (Seyfi et Hall, 2019). Ainsi, au printemps 2021, dans le contexte de la pandémie, de très nombreux pays du Sud dont la situation sanitaire est bien meilleure qu'en Europe se voient à nouveau classés en zone « orange ». À l'échelle internationale, la réduction drastique des mobilités, puis leur rétablissement selon des logiques autant politiques que sanitaires ont paradoxalement rendu plus visibles les profondes inégalités d'accès au voyage, selon les nationalités et la « force » des visas. À l'échelle de la France, et contrairement au « pass sanitaire » mis en place à l'été 2021, ces restrictions de voyage international n'ont suscité aucune mobilisation populaire. Cela peut s'expliquer par la réciprocité des mesures (les pays de destination potentiels instaurant aussi des restrictions ou des procédures à l'entrée), mais on peut aussi souligner que ces restrictions ne concernaient qu'une minorité de personnes voyageant à l'étranger (26,5 % de taux de départ à l'étranger ou dans les DOM en 2017, tous motifs confondus). Enfin, et surtout, contrairement au départ en vacances, le voyage international n'est pas considéré comme essentiel par la majorité des Français. Quoi qu'il en soit, si les dernières décennies avaient pu laisser envisager l'hypothèse – utopique ou dystopique, selon les points de vue – de la fin des États et d'une mobilité généralisée (Appadurai, 1997 ; Urry, 2005, Stock, 2020 ; Forget et Salazar, 2020), la crise sanitaire mondiale semble acter le retour des États dans le contrôle toujours plus précis et toujours plus puissant des circulations de celles et ceux qui sont considérés comme « indésirables ».

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Arjun APPADURAI, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Oxford University Press, 1997.
- Eli AVRAHAM, « Destination Image Repair during Crisis: Attracting Tourism during the Arab Spring Uprisings », *Tourism Management*, vol. 47, p. 224-232, 2015.
- Zigmunt BAUMAN, *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*, Polity Press, 2007.
- Marc BERNARDOT, Arnaud LE MARCHAND et Catalina SANTANA BUCIO (dir.), *Habitats non ordinaires et espace-temps de la mobilité*, Terra. Éditions du Croquant, 2014 [<http://croquant.atheles.org/terra/habitatsnonordinairesetespacetempsdelamobilité>].
- Catherine BERTHO-LAVENIR, *La roue et le stylo : comment nous sommes devenus touristes*, Odile Jacob, 1999.
- Mohamed BERRIANE, « Le tourisme des nationaux au Maroc, une nouvelle approche du tourisme dans les pays en développement », *Annales de géographie*, n° 570, p. 131-161, 1999.
- Gaël CHAREYRON, Saskia COUSIN et Sébastien JACQUOT, « L'Europe rythmée par ses visiteurs. 20 ans de commentaires géolocalisés et chronoréférencés », dans Eren Akin, Théotime Chabre, Claire Cosquer, Saskia Cousin, Vincente Hugoo, Brenda Le Bigot et Pauline Vallot, Dossier « Migrer sans entraves », *De facto*, n° 27, 2021 [<https://www.icmigrations.cnrs.fr/defacto-027/>].
- CIP, dossiers de presse des six Comités interministériels du tourisme, 2017 à 2020.
- COMPAS, *Vacances : les Français se moquent de la crise*, 6 juillet 2015, publication désormais plus en ligne. Ancien lien : [[www.observationsociete.fr/vacances-les-fran%C3%A7ais-se-moquent-de-lacrise](http://www.observationsociete.fr/vacances-les-fran%C3%A7ais-se-moquent-de-lacrise)].
- Gilles CAIRE, « Portrait socio-économique du tourisme des Français », *Agrégation de Géographie Tourisme*, Ellipses, 2017.
- Saskia COUSIN, « Les touristes », dans Edith Fagnoni (dir.), *Les espaces du tourisme et des loisirs*, Manuel CAPES/Agrégation, Armand colin, 2017, p. 126-136.
- Saskia COUSIN et Bertrand RÉAU, *Sociologie du tourisme*, La Découverte, 2009.
- Saskia COUSIN, « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations*, vol. 57, n° 1-2, p. 41-56, 2008.
- Stefano DE CANTIS, Anna Maria PARROCO, Mauro FERRANTE et Franco VACCINA, « Unobserved Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 50, p. 1-18, 2015.
- Emmanuel DE KADT, « Social Planning for Tourism in the Developing Countries », *Annals of Tourism Research*, vol. 6, n° 1, p. 36-48, 1979.
- Claudine DESVIGNES et Sébastien JACQUOT (dir.), « Big data, traces numériques et observation du tourisme », *Revue Espaces*, n° 316, 2014.
- DGE, *Mémento du tourisme 2018*, Direction générale des entreprises, 2019.
- Anthony ELLIOTT et John URRY, *Mobile Lives*, Routledge, 2010.

- Célia FORGET et Noël SALAZAR, « Présentation. Modes de vie mobiles : une perspective anthropologique », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 44, n° 2, p. 215-240, 2020 [<https://doi.org/10.7202/1075677ar>].
- Alain GIRARD et Bernard SCHÉOU, « Le tourisme après la catastrophe de la Covid-19 : se mobiliser pour la relance ou opérer le changement de cap vital ? », *Téoros*, 2020 [<http://journals.openedition.org/teoros/8438>].
- Philippe GOUNOT, « Les vacances des Français en 1961 », *Études et conjoncture*, Insee, n°5, p. 413-434, 1962.
- Nelson GRABURN, « Key Figure of Mobility: The Tourist », *Social Anthropology*, vol. 25, n° 1, p. 83-96, 2017 [<https://doi.org/10.1111/1469-8676.12394>].
- Vincent GUILLAUMEUX et Françoise PHILIP, « L'accompagnement social au départ en vacances », *Informations sociales*, vol. 181, n° 1, p. 101-108, 2014 [<https://doi.org/10.3917/inso.181.0101>].
- David HARVEY, « From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism », *Geografiska Annaler, Series B*, vol. 71, n° 1, p. 3-17, 1989.
- Françoise HÉRITIER, *Hommes, femmes : la construction de la différence*, Le Pommier, 2017.
- Françoise HÉRITIER, *Masculin/féminin I : la pensée de la différence*, Odile Jacob, 2012.
- Françoise HÉRITIER et Pascale MOLINIER, « La valence différentielle des sexes, création de l'esprit humain archaïque », *Nouvelle revue de psychosociologie*, vol. 17, n° 1, p. 167-176, 2014.
- Michael HITCHCOCK, Victor T. KING et Michael PARNWELL, *Tourism in South-East Asia: Challenges and New Directions*, Routledge, 1993.
- Sandra HOIBIAN et Jorg MULLER, *Vacances 2014 : l'éclaircie. Étude réalisée à la demande de la DGE, CRÉDOC, Collection des rapports, n° 320*, 2015.
- Vincent HOUILLO, « Les "vacances des Français" en 1999 », *Espace, populations, sociétés*, vol. 21, n° 2, p. 341-350, 2003.
- INSEE, « Activité dans le tourisme en France, Suivi des impacts de la crise sanitaire Covid-19 », *Statistiques et études*, 2021.
- INSEE, « La fréquentation touristique se dégrade en septembre, après avoir repris quelques couleurs en juillet-août », *Insee Focus*, n° 215, novembre 2020.
- INSEE, « Les vacances des Français en 1951 », *Études et conjoncture*, 7<sup>e</sup> année, n° 4, p. 398-408, 1952.
- Kevin JAMES, « The British Hotel in the First World War », dans Yves-Marie Evanno et Vincent Johan (dir.), *Tourisme et grande guerre : voyage(s) sur un front historique méconnu (1914-2019)*, Éditions Codex, 2019.
- Bertrand LARIQUE, « Les débuts et déboires de l'organisation officielle du tourisme en France : l'expérience malheureuse de l'Office national du tourisme (1910-1935) », *Entreprises et histoire*, vol. 47, n° 2, p. 73-92, 2007.
- Virginie LEBORGNE et Aurélie GARNIER, « Cet hôtel trois étoiles accueille des femmes migrantes pendant la pandémie », *StreetPress*, 20 avril 2021 [<https://www.streetpress.com/sujet/1618910933-hotel-trois-etoiles-accueille-femmes-migrantes-pandemie-covid-coronavirus-association-immigration-humanitaire>].

- Erwan LE MÉNER, « L'hôtellerie sociale : un nouveau marché de la misère ? Le cas de l'île-de-France », *Revue des politiques sociales et familiales*, n° 114, p. 7-18, 2013 [DOI : 10.3406/caf.2013.2948].
- Pierre LE ROUX, « Le développement des vacances est inférieur aux prévisions », *Économie et statistique*, n° 14, p. 11-17, 1970.
- Armand MATTELART, *Histoire de l'utopie planétaire. De la cité prophétique à la société globale*, La Découverte, 1999.
- OBSERVATOIRE DES INÉGALITÉS, *Les enfants inégaux face aux vacances*, 16 juillet 2014 [[https://www.inegalites.fr/Les-enfants-inegaux-face-aux-vacances?id\\_theme=19](https://www.inegalites.fr/Les-enfants-inegaux-face-aux-vacances?id_theme=19)].
- Sylvain PATTIEU, *Tourisme et travail, de l'éducation populaire au secteur marchand (1945-1985)*, Presses de Sciences Po, 2009.
- Emmanuelle PEYVEL, *L'invitation au voyage : géographie postcoloniale du tourisme domestique au Viêt Nam*, ENS éditions, 2016 [<https://books.openedition.org/enseditions/8526>].
- Victor PIGNANIOL, « Le système Airbnb bordelais face à la crise du Covid-19: gestion, adaptation et réinvention », *Mondes du tourisme*, n° 20, 2021 [<https://journals.openedition.org/tourisme/4040>].
- Sylvain PIRON, *L'Occupation du monde*, Zones Sensibles, 2018.
- Claudie BUISSON et Elisabeth ROURE, *Lutter contre la fracture touristique*, rapport à la demande de Madame Sylvia Pinel, Ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, 2013.
- André RAUCH, *Vacances en France, de 1830 à nos jours*, Hachette, 1996.
- Sandrine REVET, *Anthropologie d'une catastrophe : les coulées de boue de 1999 au Venezuela*, Presses Sorbonne Nouvelle, 2007 [<http://books.openedition.org/psn/1184>].
- Brent W. RITCHIE, *Crisis and Disaster Management for Tourism*, Channel View Publications, 2009.
- Hartmut ROSA, *Rendre le monde indisponible*, La Découverte, 2020 [DOI : 10.3917/dec.rosa.2020.01].
- Marjorie RUGGIERI, *Ethnographie d'un tourisme paysager : l'engouement chinois pour la lavande provençale au XXI<sup>e</sup> siècle*, thèse soutenue à l'EHESS, 2021.
- James C. SCOTT, *La Domination et les arts de la résistance. Fragments du discours subalterne*, Éditions Amsterdam, 2009.
- Siamak SEYFI et C. Michael HALL, « Sanctions and Tourism: Effects, Complexities and Research », *Tourism Geographies*, vol. 22, n° 4-5, 2019.
- Mathis STOCK, « Dix ans de *Mondes du tourisme* : éthique, droit à la mobilité et futur du tourisme après (?) la crise du Covid-19 », *Mondes du tourisme*, n° 17, 2020 [<https://doi.org/10.4000/tourisme.2643>].
- Mathis STOCK, Vincent COEFFÉ et Philippe VIOLIER, *Les enjeux contemporains du tourisme : une approche géographique*, Presses universitaires de Rennes, 2020.
- Christophe TERRIER, « Flux et afflux de touristes : les instruments de mesure, la géomathématique des flux », *Flux*, vol. 65, n° 3, p. 47-62, 2006.
- Laurent TISSOT, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX<sup>e</sup> siècle*, Éditions Payot, 2000.
- UNITED NATIONS, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs, United Nations Publication, 2010.

Jean-Didier URBAIN, *Les vacances*, Le cavalier bleu, 2002.

John URRY, *Sociologies des mobilités. Une nouvelle frontière pour la sociologie ?*, Armand Colin, 2005.

VIE PUBLIQUE, « Entretien de M. Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, avec Europe 1 le 29 mai 2020, sur le tourisme confronté à l'épidémie de Covid-19 », Vie publique.fr, 2020 [<https://www.vie-publique.fr/discours/275315-entretien-jean-baptiste-lemoyne-29052020-tourisme>].

WTO, *World Tourism Barometer*, vol. 18, n° 6, octobre 2020.

WTO, « Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities », *NWTO Briefing Note – Tourism and Covid-19*, n° 3, septembre 2020.

Joëlle ZASK, *Zoocities : des animaux sauvages dans la ville*, Premier Parallèle, 2020.

## NOTES

1. Pour une présentation détaillée des modalités de comptage selon les pays, voir Stock, Coeffé et Violier (2020), chapitre 2.
2. Ainsi le communiqué de presse de l'OMT du 21 juillet 2021 commence par cette phrase : « Madrid (Espagne), 21 juillet 2021 – La pire crise de l'histoire du tourisme se prolonge, entrant dans sa deuxième année. De janvier à mai, les arrivées de touristes internationaux ont été de 85 % inférieures à leurs niveaux de 2019 (et en baisse de 65 % par rapport à 2020), ainsi que le montrent les données de l'OMT ».
3. *La Tribune*, 29 avril 2020.
4. En France, les confinements ont eu lieu pendant les périodes suivantes : du 17 mars 2020 au 11 mai 2020 ; du 30 octobre au 15 décembre 2020 ; du 3 avril 2021 au 3 mai 2021. En dehors de ces périodes, diverses mesures de limitation des activités, des déplacements, de couvre-feu étaient en vigueur.
5. D'après MKG Consulting, août 2020 : « Premier bilan de l'été 2020 : l'hôtellerie française sort doucement la tête de l'eau ». Ces données sont établies à partir d'un échantillon stabilisé d'environ 3 500 hôtels en France, de gammes et de groupes différents, transmettant sur une base journalière des informations concernant les réservations, taux d'occupation, prix moyens.
6. *Libération*, 19 janvier 2021.
7. *Libération*, 11 avril 2021 : F. Durupt, « À Paris, les grands hôtels empochent les aides et se séparent du petit personnel ».
8. *Ouest-France*, 20 avril 2021 : P. Moyon, « À Paris, avec les salariés naufragés de l'hôtel Marriott Rive Gauche ».
9. *Le Monde*, 28 janvier 2021 : « Tourisme : recours massif au prêt garanti par l'État » ; *La Tribune*, 10 juin 2021 : « Les grandes ambitions de la Compagnie des Alpes, qui lance son augmentation de capital ».
10. *Libération*, 29 octobre 2020 : F. Guyomard, « Le secteur hôtelier de nouveau dans de beaux draps ».
11. Sur cette question, voir le dossier « Observation des territoires : nouveaux outils et méthodes », *Revue Espaces*, n° 360, p. 72-130, 2021.
12. Ce dispositif, commun à la DGE et à la Banque de France, consiste en une enquête réalisée auprès d'un panel de 20 000 personnes âgées de 15 ans ou plus, représentatives de la population résidente en France, à une fréquence mensuelle. Pour une critique du dispositif, voir Stock, Coeffé et Violier, 2020.

13. Il est important de dissocier la question du tourisme domestique de la nationalité : la question est celle du pays de résidence. Ainsi, dans sa thèse (dont le compte rendu figure dans ce numéro), Marjorie Ruggieri révèle que nombre de touristes identifiés comme « chinois » (et donc en tant que tourisme international dans les discours) sur le plateau de Valence résident et travaillent en France, en particulier à Marseille.

14. Ces deux constats peuvent être distincts : ce n'est pas parce que la majeure partie des ressortissants d'un pays passe ses vacances dans son pays qu'elle représente la majorité des consommations touristiques.

15. Jusqu'en 1994, l'Insee définit les « vacances » comme « les déplacements comportant au moins quatre journées consécutives hors du domicile effectués pour des motifs autres que professionnel, d'étude ou de santé ». Depuis 1995, elle reprend la définition de l'OMT dans les enquêtes vacances (dispositif EPCV : enquête permanente sur les conditions de vie) : « l'ensemble des déplacements d'agrément comportant au moins quatre nuits consécutives hors du domicile. Sont exclus : les déplacements professionnels, les voyages d'études, les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche, les séjours de santé dans des établissements spécialisés, les courts séjours d'agrément (deux ou trois nuitées) et les week-ends réguliers ». « Cette définition, que l'on retrouve dans les enquêtes de même type dans l'ensemble des pays de la Communauté européenne, exclut les week-ends. Elle ne recouvre pas la notion courante de tourisme. Elle est à la fois plus large, en comprenant tous les séjours dans les familles ou les endroits non touristiques, et plus étroite, puisque le tourisme d'affaires n'est pas étudié » (Insee, 2008). En ce sens, les enquêtes sur les vacances apportent plus d'informations sur les pratiques touristiques que celles portant sur le tourisme (Cousin et Réau, 2009).

16. C'est aussi un imaginaire politique mobilisé par l'ensemble de l'échiquier politique, notamment l'actuel secrétaire d'État au Tourisme, pourtant issu du parti Démocratie libérale, lorsqu'il s'agit au printemps 2020 d'inciter les Français à « sauver [...] cette saison » (Vie publique, 2020).

17. L'Insee mesurait jusqu'en 2004 les vacances de 11000 personnes sur une année ; le CREDOC travaille sur un échantillon de 2000 personnes ; les enquêtes de la DGE sur le Suivi de la Demande Touristique (SDT) avec un panel de 22000 individus.

18. <https://www.vie-publique.fr/discours/275315-entretien-jean-baptiste-lemoyne-29052020-tourisme>

19. Voir aussi : <https://www.franceculture.fr/emissions/a-voix-nue/etienne-daho-45-daho-en-toutes-lettres>

20. *Insee Focus*, n° 217, 8 décembre 2020.

21. Selon Stock, Coeffé et Violier (2020), il faudrait multiplier par dix le nombre d'arrivées internationales pour obtenir un chiffre représentatif du tourisme domestique, et ainsi pallier sa sous-estimation chronique.

---

## RÉSUMÉS

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la pandémie a réduit de 70 % le tourisme international en 2020. Dans les médias, l'arrêt des mobilités internationales se traduit par un discours sur « la fin du tourisme » ou la « mort du voyage ». À l'été 2020, la plupart des territoires français connaissent pourtant une saison estivale aussi, voire plus fréquentée que les années précédentes. Comment expliquer ce décalage ? En s'appuyant sur l'analyse critique des

indicateurs statistiques du tourisme, des observations de terrain et l'étude des commentaires postés sur les plateformes de réservation touristiques, cet article propose l'hypothèse suivante : la pandémie a révélé la fragilité de l'industrie internationale du tourisme, mais aussi son emprise sur les normes, les valeurs et les imaginaires de l'ailleurs et du temps « autre ». Échappant à l'industrie du tourisme et à ses indicateurs, les pratiques de vacances populaires ont résisté plus qu'elles ne se sont radicalement transformées. Surtout, elles sont devenues visibles et valorisées. Dans ce contexte, la notion de valence différentielle nous permet d'appréhender l'actuelle inversion des valeurs associées respectivement au tourisme international et aux vacances populaires.

According to the World Tourism Organization (UNWTO), the pandemic has reduced international tourism by 70% by 2020. In the media, the cessation of international mobility is translated into a discourse on “the end of tourism” or “the death of travel”. However, in the summer of 2020, most French territories will experience a summer season that is as busy or even busier than in previous years. How can this discrepancy be explained? Based on a critical analysis of statistical tourism indicators, field observations and the study of comments posted on tourism booking platforms, this article proposes the following hypothesis: the pandemic reveals the fragility of the international tourism industry, and its hold on the norms, values and imaginaries of the elsewhere and of “other” time. Escaping the tourism industry and its indicators, popular vacation practices have resisted rather than been radically transformed. Above all, they have become visible and valued. In this context, the notion of “differential valence” allows us to understand the current inversion of values respectively associated with international tourism and popular vacations.

## INDEX

**Keywords** : international tourism, popular vacations, pandemic, differential valence, Covid-19

**Mots-clés** : tourisme international, vacances populaires, pandémie, valence différentielle, Covid-19

## AUTEURS

### GAEL CHAREYRON

Enseignant-Chercheur à l'ESILV, Léonard de Vinci Pôle Universitaire, Research Center, équipe interdisciplinaire de recherches sur le tourisme (EIREST, EA 7337)  
gael.chareyron[at]devinci.fr

### SASKIA COUSIN

Anthropologue à l'Université Paris-Nanterre, Sophiapol (EA 3932)  
saskia.cousin[at]parisnanterre.fr

### SÉBASTIEN JACQUOT

Géographe à l'Université de Paris 1, équipe interdisciplinaire de recherches sur le tourisme (EIREST, EA 7337)  
Sebastien.Jacquot[at]univ-paris1.fr