**LES ESPACES DU TOURISME AUX ÉTATS-UNIS**

INTRODUCTION :

 Troisième destination mondiale en 2010 avec 79,6 millions de touristes accueillis, 3% du PIB nationale et 233,5 milliards de dollars de recettes (1er en terme de revenus) : ces chiffres montrent comment l’Etats-Unis s’imposent dans le domaine touristique à l’échelle mondial.

 Le tourisme est une activité aujourd'hui majeure dans le monde et en géographie. Selon l'ONU, cela englobe tout voyage hors du domicile habituel pour au moins une nuit et au plus un an, et pour tout motif : affaires, vacances, santé, etc. Le tourisme se distingue des loisirs par sa temporalité. C'est à la fois une activité économique et une pratique sociale qui s’exerce dans des lieux en les transformant. En effet, par les déplacements qu'il met en jeu, le touriste exprime un certain rapport à l'espace, celui d'où il vient autant que celui où il va. Les pratiques de déplacement touristique des populations urbaines favorisées ne sont pas les mêmes que celles des catégories populaires. Le tourisme des populations d'Asie est différent du tourisme pratiqué par les Européens. Face à l'immensité du territoire américain, les espaces du tourisme sont nombreux et très diversifiés, articulant un système d'acteurs et de pratiques très différents. Tourisme : activité, déplacement, hébergement.

 Nous allons donc nous demander quels sont les enjeux du tourisme sur l’espace des Etats-Unis ?

 Pour répondre à cette question nous verrons tout d'abord que l’espace naturel américain permet le tourisme et ses activités, ensuite nous verrons comment les espaces essayent de s'adapter pour s’adapter et attirer le tourisme et finalement comment le tourisme transforme les espaces du pays.

1. **Un territoire propice au tourisme (Des aménités, conditions favorables, facteurs de l’attractivité touristiques)**
2. **Un immense territoire**

*Mainland* (ou EU contigus) avec 48 États fédérés. Il faut ajouté 2 Etats fédérés non limitrophes : Alaska et Hawaï. Outre-mers : 14 territoires insulaires dans la mer des Caraïbes et dans le Pacifique et 9 îles mineures éloignées.

Immensité du pays donc des espaces très diversifiés : une diversité de pratiques touristiques en fonction des lieux.

L'offre touristique est complète et diversifiée. L'immensité et la diversité du territoire américain permettent de développer tous les types de tourisme (avec des espaces montagneux, des littoraux, des villes et des paysages aux aspects différents + climats qui diffèrent). Les EU comptent de nombreux sites parmi les plus visités du monde et leur rayonnement global sur les plans économique, culturel et politique en fait logiquement une destination phare.

De nombreux Américains n'ont pas de passeports. Beaucoup de tourisme local parce que l’espace est assez diversifié mais aussi, pour faire du tourisme : il faut de l’argent. Beaucoup d’Américains n'ont pas de vacances (ou courtes périodes).

1. **Diversité des activités touristiques**

Parce que le territoire est immense et offre donc des espaces très divers, l’offre touristique est complète et propose de nombreux types de tourismes en fonction du territoire :

* Du tourisme lié aux villes :
	+ - * tourisme liés au patrimoine historique (patrimoine colonial important au sein des villes historiques comme Boston, Philadelphie, Washington ou la Nouvelle-Orléans),
			* à la culture (les métropoles sont des lieux de concentration des équipements culturels et surtout les musées : les deux musées les plus fréquentés du pays se trouvent à NY avec le *Metropolitan Muséum of Art* et *l'American Muséum of Natural History* / l'exemple du Washington Mall à Washington DC qui est l'un des dispositif museaux les plus grands au monde).
			* et le tourisme urbain global : grandes métropoles attirent les touristes comme NY, Los Angeles
* Du tourisme lié aux littoraux : diffusion d’un nouveau rapport à l’héliotropisme avec les 3 S (*Sea, Sand, Sun*) qui émerge dans les îles Hawai puis en Californie et en Floride) et marque souvent une urbanisation intensive des littoraux dans de grandes stations spécialisées. Le *surf* est par exemple le symbole des îles Hawaï mais se pratique aussi en Californie. La Floride est quant à elle connue pour être un point de départ de croisières dans les Caraïbes.
* Du tourisme lié à la nature : L'attrait pour la nature est caractéristiques des pratiques touristiques américaines. Cette valorisation de la nature se manifeste par l’ancienneté et le dynamisme des parcs naturels (avec 63 parcs nationaux). Aussi tourisme de montagne avec randonnée et stations de ski : pôle dans le Colorado et dans l’Utah.
* Finalement tourisme lié à des activités spécifiques :
	+ - * Parcs d’attraction : invention du parc à thème avec Walt Disney en Californie puis en Floride.
			* Lié au jeu : comme à Las Vegas comme pôle majeur.
1. **Géographie du tourisme américain**
* Au nord-est : tourisme urbain (avec des pôles comme NY, Boston, Washington) et tourisme de nature (Grands Lacs et Appalaches)
* Toutes les métropoles (New York, Chicago, Boston, Miami, la Nouvelle-Orléans, San Francisco, Los Angeles, Seattle, etc.)
* Est et sud-est : tourisme balnéaire avec comme pôle la Floride. Aussi premier bassin de croisières au monde dans le bassin caraïbe dont les ports de Floride constituent les maillons essentiels, Miami étant le premier port mondial de croisières.
* A l'ouest, on retrouve du tourisme de nature avec de nombreux parcs nationaux célèbres comme le Yosemite et Yellowstone. Aussi du tourisme de montagnes avec les Rocheuses. Aussi du tourisme balnéaire avec des côtes sableuses californiennes et en particulier autour de Los Angeles et de San Diego).
* Endroit spécialisé : Alaska et Hawaï pour le tourisme de nature et balnéaire + Las Vegas pour le jeu ou Orlando pour les parcs à thèmes.
1. **Les espaces essayent de s’adapter pour le tourisme (Des espaces aménagés)**
2. **L'importance des transports : à l’origine et favorise le tourisme**

Ce sont les transports en premier lieu qui crée le tourisme de nature avec la création de parcs naturels. L'essor du transport ferroviaire et en particulier des transcontinentaux à la fin du XIXe siècle entraîne une première mise en tourisme d'espaces de l'Ouest américain. Pour Yellowstone : cette insistance en faveur de la création d’un espace protégé fédéral a été, en réalité, largement soutenue par la compagnie de chemin de fer transaméricaine Northern Pacific. Pourquoi ? Ménager tout au long des axes de la traversée est-ouest des Rocheuses des haltes destinées à une mise en valeur touristique fondée sur la nature donc il faut les garantir contre toute spéculation foncière ou tout risque de destruction par les intérêts privés. Les compagnies de transport utilisent les paysages des parcs comme support de leur promotion.

Des années 1930 aux années 1960, la massification du tourisme correspond à l'essor phénoménal de l'automobile et du système routier et autoroutier avec par exemple les routes mythiques (Route US-66, en particulier jusqu’au Grand Canyon).

La révolution du tourisme s'accentue à partir des années 1960 avec l'essor du transport aérien qui ouvre de nouvelles destinations et bouleverse le rapport à l'immensité américaine. L'industrie touristique s'accompagne donc d'une multitude d'infrastructures routes, aéroports, gares, aéroports, etc.). Favorise le tourisme local et international.

1. **Des infrastructures pour attirer les touristes**

Infrastructures très importantes, parc hôtelier y est également très développé avec près d’1/4 du parc hôtelier mondial. Ce parc est très diversifié (hotels de luxe, hôtels de moyenne gamme, motels, auberges de jeunesse, site de camping et caravaning).

Toutes les infrastructures pour profiter des atouts naturels : stations de ski, marina, stations balnéaires, sentiers de randonnées : toute une économie autour du tourisme avec une multiplication des infrastructures. Mais aussi des infrastructures particulières comme des immenses casinos à Las Vegas ou des parcs d’attractions gigantesques.

1. **Le soft-power américain**

Les EU essayent d’attirer les touristes à travers une influence culturel et l’*American Dream* et une admiration face à l’*American Way of Life*. Beaucoup d'éléments : on parle d'une américanisation du monde : quel enfant né dans les années 2000 n'a pas déjà eu un poster de NY ou rêver de la route 66. Le rêve américain fait parti des esprits. L’activité touristique des métropoles permet d’élargir leur influence, relève de la publicité de la ville. Toutes les grandes villes favorisent le tourisme. Une des composantes de la métropolisation.

EXEMPLE : Hollywood : espaces filmés idéalisés : Bertrand PLEVEN parle de *Dreamscape* donc imagerie de paysage de rêve à travers les films. C’est de là que vient la grande attractivité des métropoles : exemple de NY dans les films et série.

Les génériques de Sex and the City, Les Experts Manhattan, Gossip Girl : génériques qui se concentrent sur les monuments iconiques comme l’Empire State Building : symboles de la ville et de sa puissance à l'échelle internationale. Rares sont les séries qui choisissent de mettre en scène les quartiers defavorisés et délabrés. Surtout au centre de Manhattan, périphérie absente des séries.

1. **Le tourisme transforme les espaces**
2. **Le tourisme permet d'enrichir et même de redynamiser certains espaces en déclin**

Le tourisme est évidemment un grand dynamisme pour les régions qui en bénéficient qui permet la croissance économique de certaines régions. La Floride, par exemple, dépend beaucoup de son économie de tourisme.

Le tourisme est aussi une solution pour les régions en déclin, pour leur permettre une renaissance.

EXEMPLE. : territoire du charbon avec lé déclin du Wyoming et des Appalaches : Ces régions font de nombreux **investissements dans une aménagements du territoire pour dynamiser le tourisme**. Le Wyoming —> commence à exploiter un secteur des loisirs de plein air en pleine expansion. Plus de la moitié du paysage du Wyoming est constituée de terres publiques, où l'on trouve une faune abondante et des possibilités de se récréer et de s'isoler dans de vastes panoramas. Dans les Appalaches, avec une industrie florissante des loisirs de plein air qui stimule la croissance des restaurants et d'autres entreprises liées au tourisme. **Certaines communautés ont utilisé la musique, l'histoire et l'artisanat traditionnel pour attirer les visiteurs.**

Aussi tourisme autour des anciennes mines de charbon : **la restauration de les anciens bains de pierre où les mineurs** se douchaient avant de rentrer chez eux : rebondir sur leur ancienne activité pour avoir une économie du tourisme.

1. **Risques et environnement**

Un tourisme aussi intense dans tous les espaces américains amènent nécessairement à des impacts sur l’environnement : que ce soit sur l'intensification de l’urbanisation des littoraux, la pollution des transports ou la dégradation des forêts, ce sont des problématiques à articuler avec le tourisme.

EXEMPLE LITTORAUX : Problèmes d'érosion des plages, pollution des eaux de baignade, disparition des espaces naturels, dégradation des paysages, disparition de populations d'animaux expliquent la nécessité pour les stations balnéaires de mettre en œuvre des outils de développement durable. La mise en protection des milieux les plus fragiles vient limiter la croissance du tourisme.

1. **Une économie fragile ? Conflits ?**

Crise du covid a marqué un tournant dans les pratiques touristiques de l'homme : les voyages à l’étranger sont limités et pour rentrer aux EU : besoin du vaccin : réduit le nombre de tourisme annuel sur les dernières années. Même si tourisme local, toujours fragile dans certains espaces et avec différents acteurs en jeu : conflits. Par exemple entre les associations écologistes et les grands constructeurs de stations balnéaires, Aussi effets sur les villes : retombés positives (embellissement de ces espaces) : les aménagements profitent aussi aux habitants. MAIS employés latinos sous-payés, clandestins. Aussi tensions avec les habitants de la ville, risque de tensions sociales.

Problèmes de sécheresse pour les marinas. Besoin de politiques adaptées.

Arizona —> Tucson se développe sur le modèle de l’oasis, dotés d’infrastructures fortes consommatrices d’eau : piscines, golfs, pelouses pour attirer les habitants et touristes. La ville se lance dans une politique de transformation de sa consommation d'eau au détriment de l’agriculture = Localement des projets de récolte des eaux de pluie : laboratoire d'innovation technique et politique

**CONCLUSION** : Le tourisme reste majeur aux Etats-Unis, les espaces essayant de s’adapter à lui et lui transformant les espaces. Dans un territoire immense, les espaces du tourisme aux EU sont pluriels et donne une offre complète. Element constitutif du *soft power* américain, c'est encore un élément qui domine face à la Chine dans un contexte de face à face politique et économique entre ces deux pays.

Element de la domination des EU sur leur proche environnement : tourisme vers le Mexique.