

Table des matières

Introduction	7
Définition de l'objet	7
Problématique	13
Articulation théorique	20
Approche méthodologique	23
État actuel de la recherche.....	24
Axes de recherche et structure de la thèse	32
Bilan archivistique et corpus de sources	34
 PARTIE I LE DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE MEDICO-TOURISTIQUE ET SES EFFETS D'ENTRAÎNEMENT	 37
1. Tourisme et santé : regards sur deux phénomènes contemporains (fin XVIII^e s.-1914).....	39
1.1. Naissance et épanouissement du tourisme dans l'Arc lémanique.....	39
1.1.1. Du voyage de formation au premier épanouissement du tourisme.....	40
1.1.2. L'accélération du développement touristique à l'ère du chemin de fer.....	48
1.2. L'évolution de la médecine et du marché régional de la santé	62
1.2.1. Une « médicalisation » progressive des sociétés européennes	63
1.2.2. Diversification et technicisation de l'offre régionale de soins	75
1.3. L'essor du tourisme médico-sanitaire régional jusqu'en 1850	83
1.3.1. L'attrait de médecins, de chirurgiens et de pharmaciens réputés	84
1.3.2. L'émergence du thermalisme régional : Évian, Divonne et Lavey	95
2. La construction d'une offre médico-touristique régionale (1850-1914)	103
2.1. L'offre médico-touristique des établissements médicaux et hôteliers	103
2.1.1. La répartition de l'offre par pôles et types d'établissements	104
2.1.2 L'implantation de l'offre médico-touristique dans les hôtels	112
2.1.3. L'infrastructure médico-technique, apanage des grands hôtels	118
2.2. Management et administration des entreprises médico-touristiques	129
2.2.1. La modernisation technique au service des touristes.....	132
2.2.2. Les pratiques gestionnaires dans les cliniques et les bains.....	138
2.2.3. Les modes de financement et la question de la rentabilité	150
2.3. L'intégration d'une offre de divertissement et de sport	161
2.3.1. La fabrication du paysage : promenades et excursions.....	164
2.3.2. Le casino, rendez-vous obligé des touristes et des curistes	168
2.3.3. L'offre sportive et ses relations complexes à la santé	174

3. Les effets d'entraînement du tourisme médico-sanitaire (1880-1914).....	185
3.1. Stimuler le transfert rapide et la production d'équipements techniques.....	185
3.1.1. Transfert et diffusion par imitation de nouvelles technologies.....	186
3.1.2. Passage à la production sur place d'appareils « perfectionnés ».....	195
3.1.3. Les instituts privés : du transfert de technologies à l'innovation.....	206
3.2. La commercialisation de produits de santé et d'eaux minérales locaux.....	213
3.2.1. La fabrication de « spécialités » pharmaceutiques et homéopathiques.....	216
3.2.2. La production d'aliments pour régimes diététiques et reconstituants.....	224
3.2.3. L'exploitation commerciale des sources d'eaux minérales alcalines.....	234
 PARTIE II LA CONSTRUCTION D'UN SYSTEME MÉDICO-TOURISTIQUE PERFORMANT À LA BELLE EPOQUE.....	245
4. Le fonctionnement du système médico-touristique régional.....	247
4.1. Les acteurs collectifs du système médico-touristique.....	247
4.1.1. L'essor des sociétés médicales et pharmaceutiques.....	248
4.1.2. La relation avec les sociétés d'hôteliers et de transports.....	256
4.1.3. Le rôle des sociétés de développement et d'initiative.....	261
4.2. Les réseaux sociaux du système médico-touristique.....	267
4.2.1. La place des médecins dans le système touristique.....	268
4.2.2. Une radiographie des entreprises médico-touristiques.....	274
4.2.3. Les réseaux en action : aux origines du succès de Leysin.....	288
5. Soigner la renommée sanitaire et vendre l'offre touristique.....	297
5.1. Défendre une image de marque sanitaire de la région.....	298
5.1.1. Le problème des tuberculeux et des vecteurs microbiens.....	302
5.1.2. La gestion des alertes sanitaires : l'exemple des épidémies.....	316
5.1.3. La contribution des autorités sanitaires à la qualité de l'offre.....	325
5.2. La mise en valeur de l'offre médico-touristique régionale.....	341
5.2.1. La promotion de la région : canaux de diffusion et arguments.....	342
5.2.2. Faire connaître l'offre : expositions, congrès et voyages médicaux.....	355
5.2.3. Destination « santé » : la mise en place de stratégies publicitaires.....	367
 Conclusion.....	375
 Annexes.....	383
Sources et bibliographie.....	397
Table des annexes, graphiques et tableaux.....	445
Liste des abréviations.....	447