

Capitalisme et droits sexuels : le cas du tourisme LGBTQ en Thaïlande

Par Alexandre Veilleux

Au cours des deux dernières décennies, une attention de plus en plus marquée fut accordée aux droits des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres et queer (LGBTQ) autant sur le plan théorique que dans les politiques gouvernementales (Thiel 2014). Alors qu'on constate une croissance des droits des personnes LGBTQ au sein de la plupart des États occidentaux, une stagnation, voire parfois une régression se poursuit dans certains pays d'Afrique et d'Asie.

Face à de telles politiques, certains gouvernements occidentaux adoptent une politique étrangère de promotion des droits LGBTQ dans des États où ces droits n'existent pas. Or, les pressions étrangères et spécifiquement celles exercées par les États occidentaux risquent au contraire de susciter des résistances se traduisant par une polarisation internationale autour de normes conflictuelles (Symons et Altman 2015). Ces auteurs décrivent la polarisation comme une réaction à une tentative de changement de norme, conduisant à une période de controverse internationale entre deux groupes rivaux. Alors que les droits sexuels sont devenus des normes soutenues par les démocraties libérales, la Russie a développé un réseau international comprenant des groupes promouvant des « valeurs traditionnelles » et la « protection de la famille » au nom de valeurs orthodoxes, chrétiennes, islamiques ou africaines (ibid).

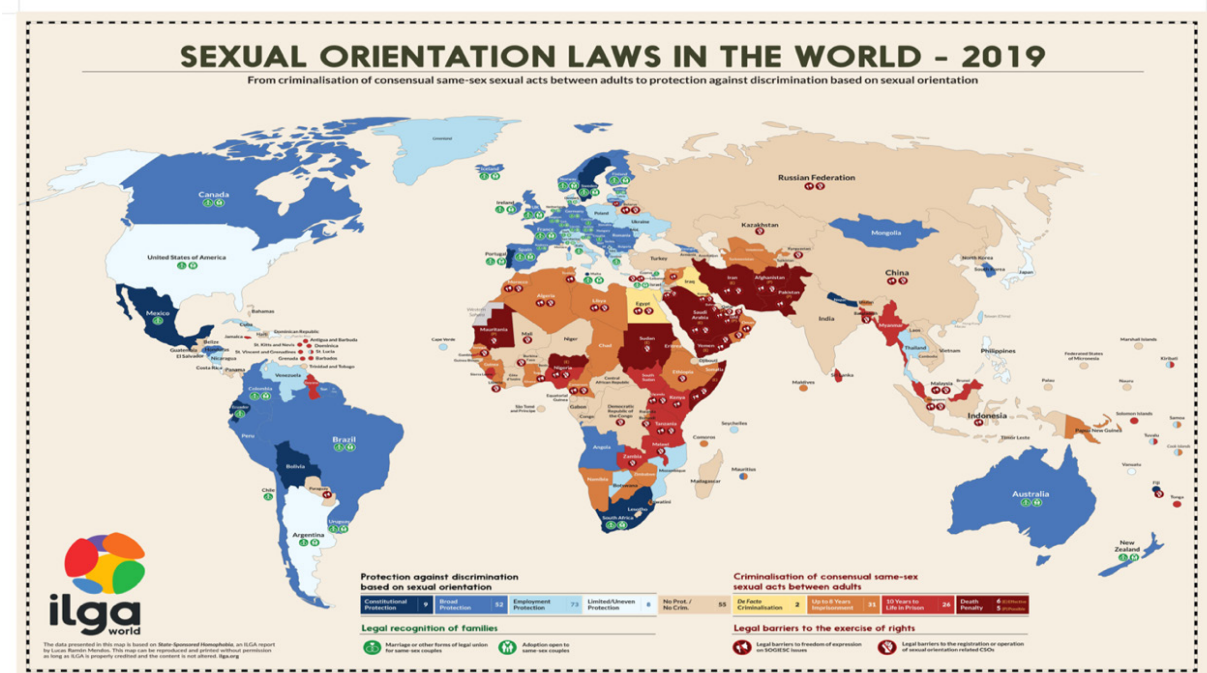


Figure 1 : Lois sur l'orientation sexuelle dans le monde en 2019 (ILGA 2019)

Ainsi, ce que plusieurs États confrontent, c'est en fait l'imposition de normes considérées comme occidentales et donc une forme de néo-impérialisme violant leur souveraineté (Thiel 2014). Par exemple, lorsque le premier ministre anglais proposa en 2011 de faire de la décriminalisation de l'homosexualité une condition nécessaire à l'octroi de l'aide humanitaire, plusieurs États africains ont qualifié la proposition de paternaliste et d'affront à leur identité nationale. Dans le même ordre d'idées, Robert Mugabe accusa vivement les nations occidentales de vouloir imposer à sa nation des droits qui seraient contraires à ses croyances : « Nous rejetons également les tentatives de prescrire des droits contraires à nos valeurs, normes, traditions et croyances. Nous ne sommes pas gays ! ». Kulpa et Mizielińska (2011) ont aussi démontré que les pressions exercées par l'Union européenne pour faire de l'adoption d'une législation anti-discrimination une condition d'adhésion à l'UE a plutôt suscité des réactions nationalistes et anti-homosexuels de la part d'États et d'institutions d'Europe de l'Est. Les pressions de l'UE étant alors perçues comme une force intrusive immorale.

La crispation d'une identité nationale en réaction aux pressions étrangères risque alors d'avoir des effets néfastes pour la population LGBTQ de ces pays. Weiss et Bosnia (2013) ont d'ailleurs montré que des contre-mouvements homophobes sont survenus en Asie et en Afrique avant même que ne se forment des mouvements d'activistes locaux pour la cause LGBTQ, par anticipation des critiques provenant des gouvernements occidentaux. Les minorités sexuelles sont alors stigmatisées comme un « autre » menaçant les traditions nationales. Par conséquent, les activistes locaux s'abstiennent de se mobiliser avec plus de vigueur, intériorisent l'autocensure et en viennent à se distancier du soutien étranger pour éviter d'être étiqueté « mouvement impérialiste occidental ».

Face à l'impuissance étatique à promouvoir les droits LGBTQ, certains auteurs suggèrent que le capitalisme et la recherche du profit peuvent inciter certains pays à respecter davantage leur population LGBTQ. Nous nous pencherons dans cet article sur les effets potentiels du tourisme sur le respect des droits LGBTQ. Comme le tourisme LGBTQ représente un marché lucratif important pour plusieurs États, le respect des droits LGBTQ apparaît alors comme une façon d'attirer cette clientèle. Community Marketing Inc (2014) a estimé que les homosexuels étaient plus susceptibles de prendre des vacances que les autres segments de la population. En Espagne, le touriste homosexuel dépense en moyenne 130 euros par jour, alors que la moyenne globale du tourisme est de 80 euros par jour (Turespaña 2013). Depuis les années 2010, ce marché n'a cessé de croître. En 2013, OutNow Consulting a estimé que le marché du tourisme LGBTQ avait un potentiel de 165 milliards de dollars et que le marché des consommateurs LGBTQ était le plus dynamique au monde. Cela a été corroboré par le Travel and Tourism Council (WTTC) qui a déclaré que le secteur LGBTQ a augmenté plus rapidement que l'industrie du tourisme en général. En effet, l'industrie du voyage et du tourisme a connu une croissance de 3 % en 2012, comparativement à une croissance de 10 % pour le segment LGBTQ (Scowsill 2013).

En raison de cette croissance du marché, de nombreux gouvernements se sont maintenant tournés vers le tourisme LGBTQ pour accroître leur attractivité pour ce marché de niche et, à ce titre, augmenter leurs revenus touristiques. En raison des avantages économiques importants associés au tourisme

LGBTQ, il existe une incitation importante à adopter des politiques favorables aux droits LGBTQ. Par exemple, on s'attendait à ce que la légalisation du mariage homosexuel à New York rapporte plus de 310 millions de dollars à l'État (OMT 2012). De plus, Liberato et al. (2018) ont fait valoir que les politiques progressistes envers les personnes LGBTQ confèrent également à un pays des avantages sociaux tels qu'une image de marque puissante de tolérance, d'inclusion, de diversité et de progrès. À son tour, cela a revalorisé l'image de marque de la destination, entraînant une augmentation du nombre de visiteurs LGBTQ.

En revanche, il existe des pays qui présentent leur destination comme un endroit tolérant, mais où les actions concrètes pour protéger les communautés LGBTQ locales font défaut, ce qui peut conduire à des accusations de *pinkwashing*, qui fait référence à une variété de stratégies marketing et politiques visant à promouvoir un pays ou un produit comme *gay-friendly* en embellissant la réalité.

Cependant, la question spécifique du tourisme LGBTQ comme outil de promotion de cette minorité discriminée reste largement inexplorée. C'est pour cette raison que nous avons décidé d'étudier cette interaction, à partir d'une étude de cas sur la Thaïlande, en posant la question suivante : la promotion croissante du tourisme LGBTQ par le gouvernement thaïlandais et la visibilité croissante des touristes LGBTQ peuvent-elles conduire à des politiques reconnaissant davantage de droits pour les personnes issues de cette communauté en Thaïlande ? Le cas de la Thaïlande est intéressant puisque le secteur du tourisme contribue à près de 20 % du PIB, alors que le tourisme LGBTQ représente environ 1,15 % du PIB à lui seul, représentant annuellement 5,3 milliards de dollars (LGBT Capital 2018).

Les droits des personnes LGBTQ en Thaïlande

De nombreux auteurs ont qualifié l'homosexualité en Thaïlande de tolérée mais non acceptée (Jackson 1997; Morris 1997). En effet, contrairement à la situation en Occident, les tabous concernant l'homosexualité ne reposent pas sur des sanctions légales ou religieuses puisqu'elle n'est ni illégale selon les lois thaïlandaises ni immorale selon l'enseignement bouddhiste, mais plutôt sur des normes culturelles du comportement masculin approprié. Mais une telle discrimination n'est pas nécessairement apparente pour les touristes visitant le pays. Le fait de faire son *coming-out* apporte encore beaucoup de honte à un individu et est synonyme de perdre la face, ce qui représente une grande préoccupation en Thaïlande, où la culture accorde une grande importance au statut social.

Une telle discrimination est souvent ignorée par les médias thaïlandais, ce qui contribue à un manque de compréhension parmi la population locale de la situation des personnes LGBTQ. L'une des principales raisons d'ignorer ces incidents est de « protéger l'image de la Thaïlande comme un paradis pour les personnes LGBT » (USAID et UNDP 2014, 43). Les discriminations contre les personnes LGBTQ sont également ignorées voire perpétuées par les autorités. Par exemple, l'Office national du film du

ministère de la Culture a interdit le film thaïlandais traitant de l'homosexualité, *Insect in the Backyard*, en 2010 pour « perturbation de l'ordre national et de la moralité publique ».

Malgré ces défis, la situation a semblé évoluer positivement pour les personnes LGBTQ au cours des dernières années. Cependant, malgré des progrès en termes d'acceptation sociale, il est beaucoup plus difficile d'avoir des avancées en termes de droits. En effet, le président de la *Rainbow Sky Association of Thailand*, une association travaillant pour l'autonomisation des femmes lesbiennes et transgenres en Thaïlande, a déclaré que : « Nous gagnons une acceptation partielle de la société. [...] Nous avons le droit d'avoir un certain endroit pour faire passer notre message, mais en réalité nous n'avons droit à aucune protection juridique » (Phoonphongphiphat 2020). Les protections juridiques restent difficiles car les réformes politiques sont difficiles à réaliser dans le pays parce que « les législateurs ont tendance à être conservateurs et parce que la Constitution et les lois du pays sont jugées sacrées » (USAID et UNDP 2014, 7). En outre, de nombreux membres de l'élite financière thaïlandaise font remonter leur lignée familiale à des ancêtres chinois, qui tolèrent moins l'homosexualité. De nombreuses personnes interrogées ont également affirmé que l'élite thaïlandaise est contre le projet de loi sur le partenariat homosexuel qui permettrait aux personnes du même sexe de se marier. Cela pourrait expliquer la très lente progression de la législation protégeant les droits LGBTQ dans le pays. En effet, la rédaction du projet de loi sur le « partenariat de vie » a débuté en 2012, mais l'instabilité politique et les négociations infructueuses sur le fond du projet de loi bloquent son processus d'adoption. En juillet 2020, le Cabinet a approuvé un projet de loi autorisant les unions homosexuelles, qui doit encore être soumis au vote de la Chambre. Or, en novembre 2021, la Cour constitutionnelle a rendu une décision contre le mariage homosexuel, indiquant que les personnes LGBTQ étaient une « espèce » différente incapable de créer des « liens délicats » dans leurs relations humaines, le but du mariage étant notamment de permettre à un homme et une femme d'établir une unité familiale pour avoir des enfants afin de maintenir la race humaine selon l'ordre naturel (The Nation 2021).

Malgré les difficultés rencontrées par les personnes LGBTQ d'origine thaïlandaise, le pays a longtemps été décrit comme un « paradis gay » pour les étrangers par divers magazines de voyage occidentaux. Même aujourd'hui, le Spartacus Gay Travel Index classe la Thaïlande au deuxième rang en Asie pour le tourisme LGBTQ, après Taiwan. La deuxième place s'explique par le fait que « bien que l'homosexualité soit tolérée dans la société, la législation doit être sérieusement mise à jour ».

Tourisme LGBTQ, capitalisme et droits sexuels

De nombreux chercheurs ont montré que le statut juridique des personnes LGBTQ dans les différents pays est un facteur important du choix de destination pour les touristes homosexuels. Ceux-ci pourraient éviter certaines destinations plus hostiles envers les personnes LGBTQ. Hughes (2002, 310) souligne que « de nombreux hommes gais sont soucieux de s'assurer qu'une destination est soit *gay friendly*, soit dispose d'un espace LGBTQ. Cela peut être l'exigence minimale pour des vacances satisfaisantes ». L'enquête LGBT2020 réalisée par OutNow montre que 73 % des personnes interrogées

ne se rendraient pas dans une destination qui ne traite pas sa communauté LGBTQ locale avec respect. En Thaïlande, les répondants de tous les secteurs pensaient que la légalisation du mariage homosexuel en Thaïlande pourrait stimuler le tourisme LGBTQ dans le pays. En fait, lorsque le projet de loi sur le partenariat civil a été discuté par le Parlement national en 2019, l'Autorité du Tourisme de Thaïlande a profité de l'occasion pour se promouvoir activement en tant que destination favorable aux personnes LGBTQ. Par conséquent, il est clair que la reconnaissance des droits humains peut stimuler le tourisme. Mais l'inverse peut-il être vrai? La perspective de stimuler le tourisme LGBTQ en Thaïlande pourrait-elle inciter le gouvernement à adopter des politiques plus favorables aux droits sexuels?

Il est soutenu qu'un fort marché touristique LGBTQ n'est pas suffisant pour conduire à la reconnaissance des droits des personnes LGBTQ en Thaïlande parce que l'accent est mis sur des pratiques de consommation capitaliste plutôt que sur le bien-être de ces communautés. Avec sa panoplie d'hôtels gays et *gay-friendly*, une vie nocturne étendue avec des bars et des boîtes de nuit, ainsi que les innombrables saunas gays et salons de massage, la Thaïlande possède certainement l'une des scènes commerciales LGBTQ les plus ouvertes au monde. Cependant, la présence d'un grand espace commercial n'est pas nécessairement corrélée à plus de droits pour les personnes LGBTQ. Puar (2002) prévient que supposer que le pouvoir de consommation LGBTQ conduise à une forme de libération Queer serait une erreur, étant donné que la visibilité des personnes LGBTQ dépend de leur pouvoir d'achat. Tel qu'indiqué par Hughes (2005, 69), « le capitalisme était prêt à permettre aux gais et aux lesbiennes de trouver la liberté par l'achat de biens et de services, de s'acheter la liberté, mais seulement de cette manière ». Par conséquent, les personnes LGBTQ sont libres de participer à l'économie, mais n'ont pas nécessairement les mêmes droits juridiques que le reste de la population.

Dans le cas de la Thaïlande, une grande partie de la communauté LGBTQ thaïlandaise moderne se concentre sur la capitalisation du commerce LGBTQ. Mais les droits politiques et les droits du marché sont différents. En conséquence, « si l'identité et la culture sont fondées sur l'accès au marché, de nombreux Thaïlandais seront exclus de la vie Queer » (Jackson 2011, 196). En d'autres termes, les LGBTQ thaïlandais à faible revenu ne pourront pas participer à la communauté si cela dépend de leur pouvoir d'achat. En fait, le développement de la scène commerciale gay de Thaïlande n'a pas vraiment donné lieu à l'émergence et à l'affirmation d'une communauté LGBTQ locale qui se mobilise pour défendre ses droits. En effet, parce que l'homosexualité est dépénalisée depuis 1956 et parce qu'il y existe une vaste scène commerciale qui permet aux personnes LGBTQ de se rencontrer sans crainte de persécution, le militantisme LGBTQ ne s'est pas développé aussi fortement que dans d'autres parties du monde.

Malgré le manque de reconnaissance légale pour les couples LGBTQ, de nombreux Thaïlandais interrogés sont très satisfaits de la situation des personnes LGBTQ dans le pays. En fait, ce que beaucoup aiment dans la vie LGBTQ en Thaïlande, c'est la vie nocturne et la scène commerciale de Bangkok. Par conséquent, en raison de la présence d'une telle scène commerciale gay ouverte, de nombreux Thaïlandais LGBTQ sont satisfaits de leur situation, et sont alors moins susceptibles de ressentir le besoin de se battre pour obtenir davantage de droits. Cependant, cela part du principe que les habitants

ont les moyens financiers de participer à la vie nocturne, ce qui n'est pas le cas pour une grande partie de la population LGBTQ. Par exemple, le « White Party », dont le nom fait référence au Bal en Blanc, est un événement LGBTQ s'échelonnant sur trois jours. Or, le billet coûte 128 \$ pour les trois jours, ou 64 \$ par jour. Le prix du billet fait en sorte que la participation des Thaïlandais LGBTQ est très minimale, ce qui explique pourquoi les participants sont principalement des touristes et des membres de l'élite thaïlandaise.

La réappropriation du tourisme par les militants locaux

Bien qu'un tourisme LGBTQ axé sur les pratiques de consommation puisse détourner de la question des enjeux de droits humains, les militants locaux peuvent utiliser le tourisme pour exercer une pression sur leur propre gouvernement. Ainsi, ce n'est que lorsque les militants thaïlandais ont commencé à utiliser le tourisme LGBTQ pour obtenir le soutien croissant de l'élite politique et économique du pays que les droits des personnes LGBTQ ont commencé à être discutés plus sérieusement par le gouvernement.

Wilets (2011) soutient que les premiers pas vers la reconnaissance des droits LGBTQ résultent du sentiment populaire et de la création de normes par les élites. Concernant la première variable, le tourisme LGBTQ a le potentiel d'influencer la politique de reconnaissance des droits sexuels en augmentant la visibilité de cette communauté à travers le tourisme, ce qui peut influencer les perceptions de la population locale (UNWTO 2017). Par exemple, Wilets a fait valoir qu'il existe une plus grande tolérance pour les personnes LGBTQ aux Bahamas que dans de nombreuses autres îles des Caraïbes en raison de l'exposition de la population locale aux communautés LGBTQ relativement ouvertes des États-Unis qui y séjournent à des fins touristiques.

En Thaïlande, le tourisme LGBTQ a apporté de la visibilité à la cause par les festivals et les défilés de la Fierté. Mais surtout, à partir des années 1980, les touristes gays occidentaux ont diffusé une nouvelle facette de l'homosexualité. Les conceptions thaïlandaises de l'homosexualité étaient principalement associées au terme *Kathoey*, qui est similaire à la notion de transgenre et qui désigne « une femme piégée dans le corps d'un homme ». L'image d'un homme gay masculin ou d'une figure lesbienne féminine ont été véhiculées principalement par les touristes LGBTQ occidentaux. En outre, la diffusion transnationale des normes sexuelles a également été renforcée par la baisse des coûts des voyages internationaux ainsi que l'augmentation du nombre de touristes (Kollman et Waites 2009).

L'autre variable menant à la reconnaissance des droits des personnes LGBTQ est la création de nouvelles normes sexuelles par l'élite locale. Le rôle de cette catégorie sociale dominante dans la création normative est particulièrement marqué pour la Thaïlande puisque l'élite financière a beaucoup d'influence sur le gouvernement. En 1999, la ville de Phuket a organisé son premier défilé de la Fierté, mais cela n'a duré que quelques années. Un expatrié européen de longue date et propriétaire de deux maisons d'hôtes gay à Phuket, a contacté l'Autorité du Tourisme (TAT) à plusieurs reprises pour obtenir

de l'aide de leur part pour promouvoir ce genre d'évènement, en vain. Par ailleurs, à la fin des années 2000, l'agence de voyages gay Purple Dragon a tenté d'amener l'agence de tourisme gouvernementale à cibler les touristes LGBTQ, mais le TAT a une fois de plus résisté. Le tourisme LGBTQ était toléré, mais le TAT n'était pas disposé à le promouvoir plus ouvertement.

Pinkwashing et pression militante

Les choses ont commencé à changer à partir de 2013, lorsque les bureaux du TAT à New York et en Europe ont commencé à cibler pour la première fois les touristes issus de la communauté LGBTQ. Or, cette campagne n'a pas été promue par le siège social en Thaïlande, mais uniquement à l'extérieur du pays, principalement en Occident (Veilleux 2021). De plus, lorsque l'on analyse les images publicitaires présentées hors-contexte, elles ne reflètent pas une publicité spécifiquement adressée aux touristes LGBTQ. En effet, les couples de même sexe sont rarement montrés dans des poses très affectueuses, et elles sont suffisamment ambiguës pour que ces personnes puissent être perçues comme des amis. La plupart des images ne deviennent homosexuelles que lorsque l'on sait précisément que la promotion est destinée aux couples de même sexe. À ce titre, les objectifs du TAT étaient doubles : profiter du « pink dollar » sans choquer la population thaïlandaise conservatrice.



Figure 2 : La campagne promotionnelle de 2013, davantage conservatrice

Pendant plusieurs années, la nature pacifique du peuple thaïlandais et la tolérance face à l'homosexualité ont abouti à une société civile faiblement mobilisée pour les droits LGBTQ. En effet, les premiers défilés de la Fierté ont été organisés à l'origine par des entreprises privées où les participants étaient dans une large mesure les employés travaillant dans les bars, ainsi que les *Kathoey* et les *drag queens* flamboyantes, ce qui fait en sorte que ces événements ressemblaient davantage à une foire commerciale. Mais à partir de 2018, grâce à la mobilisation de groupes de militants thaïlandais, le gouvernement a dû s'impliquer davantage sur l'enjeu des droits des minorités sexuelles. En fait, la revendication de ces droits a été le thème central de la *Pattaya Pride* 2019, au cours de laquelle les invités d'honneur étaient l'adjoint

au maire de Pattaya et le conseiller en tourisme de la ville. Cela marquait un revirement de la classe politique sur cette question. Et quelques mois plus tard, le « Civil Partnership Bill » a été approuvé par le Cabinet, après plusieurs années de stagnation.

Le gouvernement a également organisé le *LGBT+ Travel Symposium* en 2018, en partenariat avec le TAT, afin de promouvoir la diversité et l'inclusion dans l'industrie du voyage thaïlandaise et de tisser des liens entre les agences de voyages locales et le reste du monde. Ils se sont aussi montrés beaucoup plus audacieux dans leur nouvelle campagne promotionnelle, au point même de montrer des poses clairement explicites entre deux femmes ainsi que la célébration d'un mariage entre celles-ci.



Figure 3 : La campagne publicitaire pour les touristes LGBTQ de 2018, avec des images plus explicites

Ceci étant dit, il semble évident que ce sont les répercussions économiques de ces événements qui sont le plus susceptible d'influencer l'élite du pays. Lors du *LGBT+ Travel Symposium* organisé avec le gouvernement, ce sont surtout les retombées économiques du tourisme LGBTQ qui ont été mises de l'avant. Ainsi, la valeur de la communauté LGBTQ n'est pas une valeur civique ou humaine, mais plutôt une valeur économique, où la recherche de profits influence la prise de décision plus que le bien-être de la communauté LGBTQ. Parce que la promotion du tourisme LGBTQ est ancrée dans une logique économique, elle limite alors le potentiel de changement législatif, surtout dans un pays où la classe politique est assez conservatrice face aux changements. Cela prend du temps.

Conclusion

Malgré la quête du « pink dollar » du gouvernement, de nombreux Thaïlandais perçoivent le tourisme LGBTQ comme étant bénéfique pour leur communauté. Le tourisme LGBTQ a apporté plus de visibilité à leur cause et a finalement suscité une mobilisation croissante de la communauté, comme en témoignent les défilés de la Fierté organisés et mis sur pied en collaboration avec des expatriés occidentaux et

auxquels assistent de nombreux touristes étrangers. Les bienfaits économiques de ces événements sont également susceptibles d'influencer l'élite politique, comme en a témoigné la participation de l'adjoint au maire de Pattaya au festival Pride 2019. Cela pourrait conduire à promouvoir les droits des personnes LGBTQ dans le pays. Cependant, le risque est que cette toute nouvelle dynamique de reconnaissance des droits sexuels ne dépende finalement que de la valeur économique du tourisme LGBTQ, cette arme émancipatoire devenant ainsi tributaire du tourisme international.

Il convient malgré tout de reconnaître, à partir de notre étude de cas, qu'en combinant leur valeur économique avec des campagnes de promotion des droits humains, les militants locaux sont parvenus à se faire entendre davantage pour faire avancer leur cause. Par conséquent, c'est en augmentant la visibilité et en reliant les droits des personnes LGBTQ aux intérêts des personnes en position de pouvoir que le tourisme LGBTQ devient un outil potentiellement efficace pour renforcer les droits des minorités sexuelles.

Notice biographique

Alexandre Veilleux est candidat au doctorat en science politique à l'Université de Montréal et diplômé en développement territorial durable de l'Université KU Leuven en Belgique. Il s'intéresse aux dimensions politiques et socio-économiques du tourisme en Asie du Sud-Est.

Références

Community Marketing Inc. 2014. « CMI's 19th LGBT Tourism & Hospitality Survey ». En ligne : https://www.communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI_LGBTTravelStudy2014.pdf (Page consultée le 5 mars 2022).

Hughes, Howard. 2002. « Gay Men's Holiday Destination Choice: A Case of Risk and Avoidance », *International Journal of Tourism Research* 4(4) : 299-302.

Hughes, Howard. 2005. « A Gay Tourism Market: Reality or Illusion, Benefit or Burden? », *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 5(2-4) : 57-74.

Jackson, Peter. 1997. « Kathoey >> Gay >> Man: The Historical Emergence of Gay Male Identity in Thailand », dans : L. Manderson et M. Jolly (Dir.). *Sites of Desire Economies of Pleasure: Sexualities in Asia and the Pacific*, pp. 166-190. Chicago : The University of Chicago Press.

Jackson, Peter. 2011. *Queer Bangkok: Twenty-First-Century Markets, Media, and Rights*. Hong Kong : Hong Kong University Press.

Kollman, Kelly et Matthew Waites. 2009. « The global politics of lesbian, gay, bisexual and transgender human rights: an introduction », *Contemporary Politics* 15(1) : 1-17.

Kulpa, Robert et Joanna Mizielińska. 2011. *Decentering Western Sexualities: Central and Eastern European Perspectives*. New York : Ashgate.

LGBT Capital. 2018. *Estimated LGBT-GDP Tourism Impact – 2018*. En ligne : [http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated_LGBT-GDP_Tourism_\(table\)_-_2018.pdf](http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated_LGBT-GDP_Tourism_(table)_-_2018.pdf) (Page consultée le 5 mars 2022).

Liberato, Pedro, Dália Liberato, Antonio Abreu, Eelisa Alén et Álvaro Rocha. 2018. « LGBT Tourism: The Competitiveness of the Tourism Destinations Based on Digital Technology », *Advances in Intelligence Systems and Computing* 745 : 264-276.

Morris, Rosalind. 1997. « Educating Desire: Thailand, Transnationalism, and Transgression », *Social Text* 52/53: 53-79.

Organisation mondiale du tourisme. 2012. *Global Report on LGBT Tourism*. Madrid : Organisation mondiale du tourisme.

Organisation mondiale du tourisme. 2017. *Second Global Report of LGBT Tourism*. Madrid : Organisation mondiale du tourisme.

Phoonphongphiphat, Apornrath. 2020. « Thailand faces LGBT pressure on marriage rights », *Nikkei Asian Review*, 4 janvier. En ligne : <https://asia.nikkei.com/Politics/Thailand-faces-LGBT-pressure-on-marriage-rights> (Page consultée le 5 mars 2022).

Puar, Jasbir. 2002. « Circuits of Queer Mobility: Tourism, Travel, and Globalization », *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2) : 101-137.

Scowsill, David. 2013. « Speech at IGLTA Global Convention ». Chicago : The International LGBTQ+ Travel Association.

Symons, Jonathan et Dennis Altman. 2015. « International norm polarization: sexuality as a subject of human rights protection », *International Theory* 7(1) : 61-95.

The Nation. 2021. « Subtle meanings behind Thai Constitutional Court's ruling against same-sex marriage », *The Nation*, 3 décembre. En ligne : <https://www.nationthailand.com/in-focus/40009591> (Page consultée le 5 mars 2022).

Thiel, Markus. 2014. « LGBTQ politics and International Relations: Here? Queer? Used to it? », *International Politics Review* 2 : 51-60.

Turespaña. 2013. *Estadísticas del turismo homosexual en España*. Madrid: Turespaña.

USAID et UNDP. 2014. *Being LGBT in Asia: Thailand Country Report*. Bangkok.

Veilleux, Alexandre. 2021. *LGBTQ Tourism in Thailand in the light of glocalization: capitalism, local policies, and impacts on the Thai LGBTQ Community*. Milan: FrancoAngeli.

Weiss, Meredith et Michael Bosnia. 2013. *Global Homophobia*. Chicago : Illinois University Press.

Wilets, James. 2011. « From Divergence to Convergence? A Comparative and International Law Analysis of LGBTI Rights in the Context of Race and Post-Colonialism », *Duke Journal of Comparative & International Law* 21(3) : 631-685.