

COMMENT ÉTUDIER LE TOURISME ?

Marc Boyer

Presses Universitaires de France | « Ethnologie française »

2002/3 Vol. 32 | pages 393 à 404

ISSN 0046-2616

ISBN 9782130525257

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2002-3-page-393.htm>

!Pour citer cet article :

Marc Boyer, « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française* 2002/3 (Vol. 32),
p. 393-404.
DOI 10.3917/ethn.023.0393

Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France.

© Presses Universitaires de France. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Comment étudier le tourisme ?

Marc Boyer
Université Lumière/Lyon 2

I RÉSUMÉ

Sociologues, géographes, ethnologues, limitent l'étude du tourisme à l'impact négatif que celui-ci a, ou est censé avoir, sur les sociétés. Ses effets peuvent être bénéfiques. L'absence de touristes au contraire constitue un sévère handicap. Historien, l'auteur montre que, sur le long terme, le tourisme intègre les populations autochtones dans des groupes humains nouveaux. La problématique du tourisme ne peut donc se réduire à celle de l'impact.

Mots-clés : Impact. Accueil. Destructuration. Changement.

Marc Boyer*
Rédaction *Ethnologie française*
MNATP
6, avenue du Mahatma-Gandhi
75116 Paris

Quelle que soit la discipline, il est deux façons d'aborder l'étude du tourisme. La plus répandue consiste à étudier un territoire pour lui-même, en historien, géographe, économiste et de consacrer au tourisme quelques paragraphes ; il est traité comme un wagon de queue. Beaucoup de sociologues et d'anthropologues prennent pour objet d'étude des populations « traditionnelles » que le tourisme vient perturber ; le choix du territoire n'est pas innocent ; il s'agit de pouvoir, *in fine*, montrer le rôle négatif du tourisme. Mon propos, ici, est de critiquer cette problématique de l'impact et d'exposer une autre approche : étudier en tant que tels les touristes, voyageurs ou vacanciers, s'interroger sur leurs mobiles, percevoir leurs regards, cerner leurs modes d'appropriation temporaire de l'espace, se demander si leurs pratiques changent et en quoi. Nous sommes nombreux à avoir procédé ainsi : les anthropologues J.-D. Urbain ou André Rauch et, à un niveau théorique audacieux, Dean MacCannell... certains géographes préoccupés de la migration des hommes, comme Georges Cazes, décrivant des *Nouvelles colonies de vacances*. Je partage leur quête de pluridisciplinarité, en me plaçant dans une perspective historique.

■ L'histoire du tourisme a du sens

Cela ne veut pas dire que j'ai trouvé dans le tourisme le Sens de l'Histoire. Je fais mienne la distinction du

philosophe M. Merleau-Ponty : « *L'Histoire a non pas un sens comme la rivière, mais du sens.* » Ma thèse d'Histoire propose un fil d'Ariane dans le labyrinthe des petits faits qui paraissent être « *des histoires de touristes* » [J.-D. Urbain], et qui s'organisent en un mouvement dialectique : les inventions de distinction – de lieux et pratiques – sont suivies de consécration par les groupes socioculturels dominants (le haut de la pyramide), puis une diffusion se produit par l'imitation des couches sociales proches et l'appropriation. Toute la société n'est pas concernée ; au XIX^e siècle, le tourisme est pratiqué des seuls rentiers. On constate, au contraire, qu'en l'an 2000, le tourisme est un loisir qui continue de posséder *un non-public*, comme disent les sociologues.

Le tourisme n'a pas toujours existé. Sous prétexte d'esquisser une ethno-histoire des voyages, il ne faut pas mélanger les civilisations et les époques. Les pèlerinages, certes, sont immémoriaux et ont eu, ont toujours un autre contenu que le tourisme. Depuis l'Antiquité gréco-romaine, les documents dont les journaux de voyage montrent des hommes se déplaçant sans y être contraints, tandis que beaucoup le font par appât du gain. Rares étaient ceux qui n'étaient mus que par la curiosité gratuite. Toutes les civilisations indo-européennes ont des castes supérieures à peu près oisives – noblesse et clergé – mais n'ont pas de traditions de mobilité d'agrément. Certaines institutions élitistes comme les Parlements ou les Universités avaient de

longues interruptions que l'on appelait « vacances » et qui permettaient à leurs bénéficiaires de faire fructifier leurs rentes foncières, précisément de surveiller la rentrée de leurs récoltes à partir de leurs maisons de campagne. Pour les écoliers, dans les civilisations rurales, les vacances correspondent aux périodes d'activité agricole intense. Aujourd'hui, dans tous les pays scolarisés, le mot « vacances » est accolé à l'adjectif « scolaire ».

■ Origine et sens du voyage de touriste

Le touriste est un voyageur différent des autres ; Littré le dit par sa définition : « celui qui voyage par curiosité et désœuvrement ». Le phénomène est en germe dans la modernité du XVI^e, avec l'anticipation de Montaigne. *The tour*, qui commence en Angleterre vers 1700, est l'ancêtre éponyme. C'est pour devenir gentleman que les jeunes aristocrates britanniques partent un an ou deux parcourir toute l'Europe occidentale, avec Rome comme destination ultime.

Se distinguer était le ressort essentiel du Tour, plus que la valeur pédagogique attribuée aux voyages. Des esprits originaux, gardiens culturels, *gate-keepers*, R. Nash, Windham, Smolett, Sterne... ont, au XVIII^e siècle, proposé des pratiques d'oisiveté, des migrations codifiées, des lieux d'exception. Britanniques, ces découvertes constituent ce que je propose d'appeler la *Révolution touristique* parce qu'elle est contemporaine des autres grandes Révolutions faites par la Grande-Bretagne appelées industrielle, agricole, démographique. Après *The tour*, sont ainsi inventés la saison thermale aristocratique inaugurée à Bath vers 1700, l'amour de la campagne comme terrain de jeux et territoire de sociabilité, l'hiver dans le Midi, à partir de 1763, en même temps que le désir nouveau du rivage, la curiosité des glaciers (Windham à Chamonix en 1740) et l'amour des monts sublimes.

L'invention des lieux et des pratiques de tourisme, le lancement des stations et des saisons élégantes se font en plusieurs temps : les « ouvreurs de voie » précèdent les *stars* de la société pyramidale (rois et familles royales aux XVIII^e-XIX^e siècles, étoiles de la littérature et du show-biz au XX^e) ; la diffusion, par l'imitation, s'effectue à l'intérieur du groupe social des rentiers qui, au XIX^e siècle et encore dans le premier tiers du XX^e siècle, peut représenter en Europe le dixième de la population ; il n'est pas spécialement âgé : ces « gens bien nés » sont « le Monde » et n'ont pas d'astreintes. Ils ont inventé une contre-culture d'oisiveté ostentatoire qui les oppose aux riches entrepreneurs.

Dans la première partie du XIX^e, chaque contrée visitée est dotée d'une image forte : l'Italie de Stendhal est le pays de l'intrigue, des aventures et devient, après Flaubert, le grand Musée ; l'Espagne est terre de passion et de mort (Mérimée) et la Corse île de vendetta (toujours Mérimée) ; l'Allemagne le pays romantique par

excellence, la France incarne la douceur de vivre ; la Suisse est le pays à visiter « quand sonne l'heure des vacances ». C'est exactement ce qu'écrit Sainte-Beuve dans sa Préface aux *Nouveaux voyages en zig-zag* de Rodolphe Töpffer.

Ces stéréotypes se retrouvent dans les grands Guides ; leurs collections (Murray, Baedeker, Joanne l'ancêtre des Guides bleus) commencent à l'époque romantique et, se répétant d'une édition à l'autre, reproduisent un contenu idéologique de distinction qu'il vaut mieux appeler élitiste que bourgeois.

Le mot « touriste » apparaît dans cette époque romantique. C'est d'abord un adjectif ; il qualifie le voyageur anglais riche et curieux qui, avec son Guide, visite ce qui doit être vu – *videnda* ou *sight-seeing*. Il s'agit non de découvrir, mais de reconnaître des lieux repérés. La présence dans les stations dites « chic » – le mot est utilisé à partir du XIX^e – confère un statut supérieur. Leurs migrations sont moins une quête d'Autrui qu'une Fuite de Soi, moins une curiosité de l'ailleurs qu'une réponse au Spleen.

« *Anywhere out of this world.* » Ainsi Baudelaire commence-t-il le *Spleen de Paris* ; il explicite son propos : « *La vie est un hôpital où chaque patient est occupé à changer de lit* » ; ensuite, il énumère les préférences : « *près de la porte ou de la fenêtre, se rendre à Lisbonne, en Suède, en Hollande... N'importe où* ». L'Américain Dean MacCannell a placé ce poème en exergue de son essai *The tourist, a new theory of the leisure class*.

Cet ouvrage se situe dans la lignée du grand livre de Thorstein Veblen qui, en 1899, avait publié *The theory of the leisure class* où il dénonçait le gaspillage et la dépense ostentatoire d'une classe qui se fait gloire de vivre sans contraintes et de déléguer même la tâche de dépenser. Avant lui, en France, Paul Laffargue, gendre de Karl Marx, avait, en 1883, écrit un pamphlet, *Le droit à la paresse*, où il ne se contentait pas de montrer des riches oisifs vivant du travail des prolétaires, mais revendiquait pour les travailleurs le droit d'arrêter de travailler, de temps en temps, pour leur plaisir et pas seulement pour refaire leur force de production.

« *Nous n'avons pas les mêmes valeurs, M. l'huissier.* » On peut citer ce slogan publicitaire pour illustrer la démonstration. Le tourisme et aussi le sport, bien des activités ludiques et des pratiques artistiques sont les supports de la contre-culture de distinction ; pour conserver les valeurs élitistes, des *gate-keepers* innovent sans cesse, créant de nouvelles modes, des pratiques ludiques originales, inventant des lieux d'exception. Le mobile principal est le même : se distinguer ; le résultat en est un constant renouvellement. Nous sommes à l'opposé de l'innovation capitaliste et industrialiste qui tend à produire de plus en plus de biens et services marchands au meilleur compte ; cette logique de marché repose sur l'existence d'un *homo economicus* dont le comportement serait de rationalité. Dans notre domaine, cet homme serait bon gestionnaire de son temps libre, de ses budgets de loisir, calculant sans céder au rêve. Est-on, à la fin

du xx^e, arrivé à ce stade suprême du libéralisme économique ? Ce serait, disent certains, *la fin de l'Histoire...* d'où découlerait la fin des libres vacances puisqu'il n'y aurait plus que des produits touristiques. Ce serait aussi la fin du processus spontané d'invention de pratiques et de lieux nouveaux de tourisme ; des entrepreneurs sauraient mettre sur le marché des voyages et séjours tout compris correspondant le mieux aux demandes et dégageant le plus de bénéfices. Le tourisme sexuel en Thaïlande ou autres Philippines serait le meilleur *plan* pour les *tour operators* ; Michel Houellebecq, lu au premier degré, propose cela sous le titre *Plateforme*.

L'historien et sans doute tout chercheur attaché à certaines valeurs, ne peut adhérer à ce modèle réducteur. Il sait le poids de l'Histoire – trois siècles de tourisme – et la pesanteur des réputations. J'attends qu'un spécialiste ou prétendu tel montre qu'il pourrait donner à un lieu la haute réputation depuis longtemps acquise des sommets du tourisme : Chamonix, Zermatt, Cannes, Brighton, Deauville... Et aussi qu'il prouve que les changements de « look » des Guides sont beaucoup plus que des ravalements de façade, sans modification de contenu. Tantôt, des récupérations subtiles comme le *Guide du routard* racheté par Hachette. Tantôt, des présentations rajeunies, avec riches iconographies ; elles envoient les touristes vers les mêmes lieux avec les mêmes références ; mais ceux-ci croient voyager *Autrement* et effectuer des *Découvertes* (allusion à de nouvelles collections).

Les faits sont là : les grandes villes d'art et d'histoire, les grands musées, les principaux monuments historiques, les sites naturels réputés les plus spectaculaires, tous consacrés depuis longtemps, sont de plus en plus visités, même avec des droits d'entrée de plus en plus élevés ; il y a tellement de monde que, pour beaucoup d'entre eux, la visite en est physiquement pénible. L'inscription à l'Inventaire du patrimoine mondial de l'UNESCO assure une augmentation du flux, mais n'est pas une garantie de préservation.

Il ne faut pas confondre le public, le non-public indigène et le flux touristique. Pierre Bourdieu, dans *L'amour de l'art*, avait montré que la majorité des habitants de Paris ne visitent pas leurs musées ; cet amour de l'art est le privilège de l'élite, comme l'est aussi la familiarité avec la musique classique. C'est exact... Mais, en vacances, les mêmes personnes vont voir des musées, des monuments qu'ils ne visiteraient pas chez eux ; ils vont à des festivals assister à des spectacles qui, chez eux, les rebuteraient. Les pratiques élitistes du tourisme ont une grande aptitude à être imitées ; cela se produit sans intervention extérieure.

■ Invention de la distinction et de la diffusion

Les inventions du tourisme comme celles de l'art, de la mode, du sport, et en général de tout ce qui relève de l'inutile n'obéissent pas à des règles, si ce n'est le

processus de renouvellement par la distinction. Les diffusions, au contraire, reflètent la société dans laquelle elles se produisent. Une capillarité sociale fait « descendre » la pratique parmi les couches sociales proches, ainsi l'ensemble des rentiers ; l'image d'un ruissellement culturel est assez satisfaisante, à condition d'ajouter qu'à un moment donné, celui-ci s'arrête sur une strate imperméable : ici commence le non-public ; à telle époque – ainsi dans la majeure part du XIX^e siècle –, le tourisme était en dehors de l'horizon culturel de la bourgeoisie manufacturière et commerçante. Les couches moins élevées dans la hiérarchie imitent celles qui sont au-dessus d'elles, sans inventer des formes propres de tourisme ; les rentiers font comme l'aristocratie ; autour de 1900, les « bourgeois » commencent à copier les oisifs ; vinrent ensuite les « couches sociales nouvelles », une partie des salariés ; certains, comme les enseignants (ils ont des congés longs), les cheminots (ils ne paient pas le train), sont mieux placés que d'autres pour s'approprier les lieux et les pratiques de tourisme de l'élite. Alors, les lieux les plus célèbres sont dits « envahis » ; les pratiques « snobs » deviennent communes ; voilà qui rend nécessaires de nouvelles inventions. Rappelons quelques jalons : autour de 1900, « *la Côte d'Azur s'encanaille* » (comme écrit la SBM [Société des bains de mer] de Monte-Carlo) et des hivernants de plus en plus nombreux inventent d'autres villes d'hiver plus loin, en Sicile, à Corfou, en Égypte, à Madère. Des rentiers imitent le petit groupe des Britanniques – les Lunn et leurs amis – qui, après 1880, ont inventé les sports de glisse sur neige et glace : ainsi à Davos, Saint-Moritz, Montana, Chamonix ou dans l'Arilberg, ont commencé les vacances de sports d'hiver toujours ostentatoires. Les étés méditerranéens sont aussi une invention élitiste. Ce ne sont pas les congés payés de 1936 qui ont initié le bronzage ; d'ailleurs, 1936 ne fut pas la grande conquête des vacances que l'on dit. Le plaisir nouveau du soleil d'été auquel les corps s'exposent est antérieur. Il fut inventé en dehors des villes d'hiver de la Côte d'Azur, dans les ports de pêche (Saint-Tropez, Collioure...), des villages d'arrière-pays (Cagnes, Vence, Vallauris...) choisis par des écrivains, des peintres qui recherchaient la lumière... et plus nettement encore par les Américains de Montparnasse – *the lost generation* – qui, en 1925, avaient découvert la Pinède de Juan-les-Pins et, avec le capitaliste Gould, avaient lancé cette station toute nouvelle, fort décontractée, avec stars internationales (Charles Boyer, Mistinguett...), des tenues nouvelles, et les bains de soleil. Tout est dit dans *Tender is the night* de Scott Fitzgerald.

Le processus élitiste d'invention rend bien compte de la naissance et du développement des stations de ski fonctionnelles qui, après 1950, furent créées *ex nihilo* au-dessus de la zone d'habitation permanente.

Fin xx^e, l'Amérique, et principalement la Californie, sont à l'origine de la plupart des inventions de tourisme. Dans les *sixties*, le contenu se résumait en trois ou quatre S : *Sea, Sand, Sun and... Sex* et avait comme lieu de

prédilection le golfe du Mexique, et les diverses îles Caraïbes. La plupart des nouveaux jeux de vacances viennent maintenant de Californie, le *mountain bike* devenu en France VTT, les sports de légèreté : planches à voile, ski nautique, plongée, *surf*, parapente, *free climbing*, *canyoning*... Ces vocables en *ing* qui désignent des activités de loisir hors domicile ont fourni les titres et sous-titres de la vaste étude (en plus de vingt volumes) que le Congrès des USA avait réalisée sur *Outdoor recreation*.

Les comportements sont présentés en usant des catégories usuelles : les taux de pénétration, de fréquence, de fidélité, les indices de satisfaction, et les populations sont réparties selon les habituelles variables lourdes (catégorie socioprofessionnelle, âge, sexe, domicile...). Le *behaviourism* règne. Dans les résultats de ce type d'enquêtes, fort répandues pas seulement aux USA, le chercheur ne trouve pas de réponse aux questions essentielles : Quel sens ont ces migrations de loisirs ? Quelle portée autre qu'économique ? Quelle évolution ? Entraînent-elles des contacts entre les populations ? Comment le saurait-on, puisque ces enquêtes n'ont aucune profondeur historique et ne font aucune localisation. *Outdoor recreation* et les enquêtes analogues sur les comportements des touristes noient les informations dans des ensembles plus vastes : les activités ludiques, les socio-styles [B. Cathelat]. Elles ne disent ni d'où vient le touriste, ni où il va, ni qui il rencontre ; au demeurant, il n'a guère contact qu'avec des professionnels des services côtoyés sur les routes ou les lieux d'attraction, nullement perçus comme des « gens du pays d'accueil ».

Le cadre des activités de loisir de plein air est la Nature, avec un grand N, une Nature mythique, comme l'a montré si fortement Henri Lefebvre dans ses *Voyages aux Pyrénées*, ou bien une Campagne idéalisée selon un processus décrit par Jean Viard. Cette Nature visitée des touristes n'est pas bruyante, mais espace de silence ; ces forêts, ces campagnes ne sont pas des exploitations mais des espaces de jeux. Pour les Nord-Américains et beaucoup d'Européens aussi (ceux du Nord), la Nature qui appelle Protection est sauvage ou prétendue telle – c'est le *Wilderness* – ; on en dit autant de la montagne ; une association comme *Mountain Wilderness* proscrit tous les équipements en haute montagne et même les secours.

Les urbains en récréation hors domicile admettent, voire demandent que l'accès à la Nature soit régulé, que les cheminements soient assurés – ce qui évite les piétinements dangereux, que les engins à moteur soient proscrits, que les panneaux indicatifs précisent ce qu'il faut voir. Les Américains ont imposé au monde les mêmes signalétiques en marron pour ces panneaux *d'interprétation de la Nature*, comme ils disent. Entre les espaces naturels préservés et proposés à la visite et, d'autre part, les espaces attractifs – *Parks* à thèmes, *Disneylands* et autres –, il n'y a pas de solution de continuité. Il s'agit toujours de spectacle et de consommation. « Consommateurs », ce vocable qui en contient trois, observait récemment un sociologue parisien, désigne les sots toujours prêts à

« mater » les spectacles des « étranges lucarnes » ou, à travers leurs objectifs, la Nature signalée de manière anecdotique. Ayant ainsi vu, les hommes de la civilisation industrielle urbaine consommateurs de Nature, de plein air, de distractions de tourisme sont contents... et peuvent ignorer qu'il y a d'autres hommes ailleurs qu'ils eussent pu rencontrer. Dans cette logique du marché, seul importe le fait que la clientèle soit satisfaite.

■ La quête des paradigmes

Le paradigme est un instrument d'analyse et un mode de regroupement. Les Québécois, vers 1990, l'ont appliqué au tourisme [cf. leurs revues *Loisirs et Société*, *Téoros*] ; j'en ai théorisé l'usage dans *Le tourisme de l'an 2000*. Avec le paradigme, toutes les données s'ordonnent autour d'un élément fédérateur. Quel est-il ?

• *Le paradigme mercatique*

Il est imposé plus que proposé par les thuriféraires du marché ; pour eux, tout est régi par la loi de l'offre et du marché. Le prix est l'indicateur... et pour les spectacles et lieux visités, le nombre d'entrées, ou l'audimat. Les produits sont de plus en plus standardisés, normalisés dans un marché mondialisé du tourisme. Un tel paradigme est censé éclairer les préférences des clients selon des critères simples : le rapport qualité-prix ou/et la valorisation de ce qui est « tendance » (comme on dit). Les spécificités des paysages, les traits culturels des populations n'entrent pas dans cette perspective naïvement fixiste.

• *Le paradigme nominaliste*

Ceux qui ont le pouvoir – les autorités administratives du tourisme – et/ou la science – les théoriciens et experts du tourisme – énoncent la réalité du tourisme, exprimée par des *données*. Ils définissent les mots utilisés, indiquent les durées (de séjour, de voyage) et les distances nécessaires pour qu'une migration soit qualifiée de tourisme. Ils fournissent les relevés de géographie physique intervenant en amont (les caractères climatiques, l'enneigement, la qualité des eaux thermales, la température de l'eau de mer...), l'inventaire de l'existant touristique (les infrastructures de transport, hébergements, établissements distractifs), les flux de tourisme (avec leur répartition saisonnière), et, en aval, les projets de développement. Cet ensemble de données constitue ce que les bureaux d'études hâtifs appellent *l'inventaire de l'existant* avec plans à tiroirs commodes. Ces autorités enfin, ont codifié les lois et règlements s'appliquant au tourisme, puis dans des rencontres internationales tenté de les harmoniser.

On peut tenir pour prétentieuse cette volonté de nommer, de codifier, de qualifier – mais c'est le propre

du Droit ; et celui-ci, à un moment donné, est le reflet de la Société. À ce titre, le paradigme nominaliste a le double mérite de fournir des données, des chiffres et de faire surgir des questions auxquelles la Société, *volens nolens*, apporte des réponses.

- *Le paradigme culturaliste*

Telle est l'approche qui permet le mieux de situer le tourisme dans la Société, dans l'Histoire et dans la Culture. C'est le mérite de l'économiste québécois Stanford d'avoir établi, à propos du tourisme, ces constats :

1. Dans une société donnée, à une certaine époque... la personnalité des individus est dominée par la culture de cette société ; leurs choix en matière de loisirs, de tourisme, même vécus comme personnels, en sont dépendants.

2. Chaque culture forme une totalité ; les hommes ont en commun la langue, les mœurs, les institutions... habituellement énumérées, mais aussi leurs jeux et... aussi le fait de voyager ou non et leurs types de tourisme.

- *Le paradigme économique-spatial*

Les différences entre pays et, à l'intérieur des pays, entre régions et groupes sociaux, sont grandes pour les taux de départ en vacances, leur répartition dans l'année, la dimension des flux et l'importance de l'occupation touristique ; elles sont telles qu'il paraît justifié de les étudier pour elles-mêmes, et leurs conséquences à la fois dans l'espace et dans l'économie. Ce que font souvent avec bonheur la plupart des géographes et nombre d'économistes et de sociologues qui peuvent faire l'impasse sur la nature du phénomène et les mobiles des touristes pour ne s'intéresser qu'aux effets de ces migrations dans l'économie, la société et l'espace des zones d'accueil.

Le tourisme, ici, est étudié pour ses effets qualifiés de directs, indirects, induits, voire multiplicateurs, sans que la distinction entre les termes soit très rigoureuse. Le constat essentiel est juste : le déplacement temporaire d'hommes vers des lieux où ils doivent s'héberger, se nourrir, où ils ne travaillent pas et veulent des distractions, constitue à la fois un apport provisoire de population supplémentaire, un déplacement des consommations habituelles et un changement de mode de consommation. L'espace se trouve modifié. Un géographe, Ralph Schorr, a parlé de « touristification » – un mot bien laid parce que l'approche spatiale est volontiers critique. La densification est certaine, mais elle est saisonnière – ce qu'on oublie souvent d'indiquer, omettant du coup de souligner qu'au trop-plein succède un semi-vide. Ainsi l'occupation discontinue dans le temps accompagne une tendance à la continuité dans l'espace. Les stations de ski se rejoignent par le haut des remontées mécaniques ; l'urbanisation du littoral méditerranéen constitue un chapelet de stations

qui n'est discontinu que si on le veut (Aménagement de la côte du Languedoc-Roussillon).

- *Du paradigme économique-spatial à celui de l'impact*

Une grande partie des chercheurs a vite glissé du constat que le tourisme produit des effets sur la population habitante à un jugement sur cet impact du tourisme. Irrésistiblement, on songe au débat à la fin des « Trente Glorieuses » sur la croissance. Fallait-il l'arrêter – telle était la thèse du *zerogrowth* – ou dénoncer, avec Pauwels, ce qu'il appelait « l'église du pessimisme » ? Pour le tourisme aussi s'opposent deux discours antagonistes, préoccupés de ne présenter qu'une moitié de vérité. Et le choix des champs d'observation n'est pas lui-même innocent ; il est facile de citer de nombreux cas. L'époque où sont effectués les constats a influencé les jugements, comme le contexte dans lequel ils sont proposés.

De bons exemples de la tonalité optimiste sont fournis en France au milieu du XX^e siècle ; les observateurs ont entendu les cris d'alarme de Gravier, *Paris et le désert français* : on craint la désertification de la France. Dans ce contexte fut saluée la création de stations de sports d'hiver ; en 1954, la *Revue de géographie alpine* publiait un article de Germaine Veyret intitulé « Val-d'Isère, le tourisme au secours de la montagne ». En vingt ans, en effet, dans certaines zones de montagne, la Tarentaise, choisie en particulier par le plan-neige, cesse l'émigration et se produit, au contraire, une immigration ascendante de nouveaux venus, travailleurs définitifs, temporaires, saisonniers – venus des villes, des vallées –, vivant l'hiver et, à un degré moindre, deux mois l'été, dans les anciens alpages devenus grandes stations. Ce renversement de tendance était inimaginable avant 1950. Dans la période 1955–1977, peu d'acteurs et d'observateurs ont alors présenté des réserves sur l'impact de cette migration de touristes – plus de 300 000 lits créés dans la seule Tarentaise. L'enthousiasme fut contagieux pour vanter les résultats du plan-neige. Parmi les architectes-urbanistes qui furent à l'origine de ces stations, il n'est guère que Laurent Chappis qui ait affirmé qu'il aurait fallu faire autre chose. Et ce n'est qu'après le discours de Valéry Giscard d'Estaing à Vallouise (août 1977) que l'on s'avisa que créer de toutes pièces des « *Sarcelles sur neige* » n'était pas une manière convenable d'aménager la montagne, ni de satisfaire les besoins de dépaysement des citadins.

On constate aussi dans cette deuxième moitié du XX^e que les opérateurs culturels, conservateurs de divers Patrimoines, placèrent leurs espérances dans le développement du tourisme. C'est ce qu'exprime un volume [aux PUL, intitulé *Le patrimoine, atout de développement*] ; les participants de ce colloque, et bien d'autres, font entendre le même discours : le patrimoine et les musées, pour être bien conservés (et enrichis), ont besoin d'un public ; en plus des autochtones sensibilisés dès l'école

(visite des scolaires), on escompte la venue de plus en plus nombreuse de touristes. Le prix des entrées, la vente de produits dérivés, la location des lieux de prestige pour des festivals accroissent les recettes. Le Patrimoine ne faisait que coûter ; grâce au tourisme, il peut rapporter.

■ Défense de la nature, mise en accusation du tourisme

Les écologistes tiennent la première place dans la cohorte des pourfendeurs de la Croissance. Tous ceux qui sont soucieux de défendre l'Environnement et de sauvegarder la Nature, dénoncent l'impact désastreux des hordes de touristes, les entreprises des promoteurs, la concentration des résidences de vacances très proches des littoraux, la construction de stations de ski de plus de vingt mille lits avec des barres et des tours qui surissent dans l'alpage.

Plus les mots sont laids, mieux ils dénoncent les maux : bétonisation, touristification, *sarcellisation* ; certaines stations de ski (comme les Menuires) ont été effectivement édifiées par des architectes de la Caisse des dépôts qui venaient de terminer Sarcelles. Ce discours dénonce globalement le tourisme qui est *dévoreur de paysages* [J. Krippendorf] ; *La Côte d'Azur assassinée*, titre un autre. Des aménageurs contre-attaquent : c'est le laisser-faire libéral qui est coupable ; il faut des plans. Jean Racine affirme avoir réussi sa *mission impossible* [titre de son livre], en réalisant l'aménagement du littoral du Languedoc-Roussillon, en sauvegardant la Nature, en rendant inconstructibles de larges portions de côte et en construisant une dizaine de stations qui, par leur style, sont ou seraient une valorisation d'un paysage qui, au préalable, souffrait d'handicaps ; le moindre n'étant pas les moustiques. Notre propos n'est pas ici de débattre de la qualité du résultat ni pour le Languedoc, ni pour l'Aquitaine ou la Corse dont les aménagements concertés (avec les collectivités territoriales) sont une originalité française.

La conservation de la nature face à l'impact du tourisme est le motif central de la création du Conservatoire du littoral français, de la loi Littoral et aussi de la loi Montagne et de la création des Parcs. La loi Littoral garantit le libre accès à la mer, reprenant la législation de Colbert... ; elle mettrait fin aux accaparements privés ; le Conservatoire se fait donner ou achète des hectares en bordure de mer ou de lacs pour qu'ils ne soient pas construits. Les zones centrales des Parcs nationaux, certaines réserves au cœur de Parcs régionaux ou autres Réserves naturelles juxtaposent les interdictions ; les touristes n'y peuvent être que des promeneurs à pied. Mais les mêmes règlements sont muets ou peu vigilants sur ce qui se passe en périphérie – au-delà de la zone des cent mètres du littoral ou dans la zone périphérique des

Parcs nationaux ; on constate qu'on peut y construire beaucoup, sans contrainte particulière de style.

Ces problèmes sont toujours d'actualité ; il suffit de constater la vigueur des débats autour de la loi sur la Corse ; l'enseignement de la langue (sauvegarde du patrimoine culturel) et la sauvegarde – par les Corses ou par la loi française – du littoral à moins de cent mètres (le patrimoine naturel) sont les points d'achoppement les plus visibles.

■ Le tourisme et ses effets sur les populations d'accueil

Il est aisé de constater que, dans les congrès pluridisciplinaires voués au tourisme, la plupart des communications présentées par les sociologues et les anthropologues sont consacrées à un groupe humain « traditionnel » perturbé par le flux des touristes. Les auteurs choisissent de préférence des groupes encore au stade de la civilisation préindustrielle, formant des isolats, de préférence des îles : Ibiza, Bali, certaines Antilles sont des proies de choix. Ibiza a ainsi aiguisé l'appétit de la sociologue Danielle Rozenberg.

Un exemple est fourni par le congrès que le laboratoire d'ethnologie de l'université de Nice réunit en 1992 sur le thème *Le tourisme international entre Tradition et Modernité*, un vaste colloque. Il allait de soi que le tourisme d'aujourd'hui, vite qualifié de postmoderne, était international, mondialisé, sous la domination de grands groupes de voyagistes et chaînes d'hôtels... La réalité européenne est plus complexe ; bon nombre de pays (la France en particulier) ont un important tourisme interne ; le tourisme de Français en France, d'Italiens en Italie, d'Allemands en Allemagne... est diffus, parcellisé, hors des grands marchés.

Nombre de rapports dans cette réunion internationale faisaient défiler, comme autant de preuves de la nocivité du tourisme, des communautés indigènes, de préférence de couleur mais il n'y a pas de racisme en ce choix (?) – vivant à l'écart de l'évolution, brusquement bousculées par l'invasion des touristes européens, nord-américains. Se succèdent des communications sur Bali, la Réunion, le Laddakh, les montagnes de Thaïlande, le nord-est du Mexique, plusieurs îles tropicales... des îles grecques aussi. Toujours les mêmes constats à l'allure de réquisitoire : les sociétés d'accueil perdent leurs repères, les structures familiales se dissolvent, les hiérarchies de valeurs sont remises en question, les femmes occidentales sont cause de scandale.

Dans une telle perspective, le tourisme ne peut être, au mieux, qu'un mal nécessaire... qui apporte des devises. On doit protéger les populations de son impact négatif. Georges Cazes présente la solution de Fidel Castro à Cuba. Par opposition à Batista si ouvert aux formes les plus dégradantes du tourisme (dont les jeux et la

prostitution), Fidel interdit d'abord totalement le tourisme ; après la chute du mur de Berlin et la fin des échanges privilégiés avec l'Est, Fidel doit faire entrer des devises. Le tourisme étranger doit relancer l'économie ; G. Cazes montre la politique des enclaves, zones réservées aux touristes. Combien de temps Fidel Castro arrivera-t-il à isoler la population cubaine ? Y parvient-il d'ailleurs ?

Le tourisme est-il le principal coupable de cette évolution de la mentalité des habitants du pays en voie de développement ? La majeure partie de ces populations, même dans les pays qui reçoivent des touristes, aujourd'hui, n'ont pas de contacts avec les touristes étrangers... et pourtant ils sont très influencés par les modèles de la société globale : le Coca-Cola, des modes vestimentaires, des films de série B pénètrent ; par les médias et notamment la télévision. Le tourisme est loin d'être la cause principale de la déstructuration des sociétés pré-machinistes. Qui oserait vanter les résultats des cordons sanitaires établis pendant plusieurs décennies autour de l'Albanie et, à un degré à peine moindre, autour des pays de l'Europe de l'Est... ou encore de certains pays musulmans pour protéger les populations ? Autant de conservatoires de misères et autant de régressions !

Est-ce une attitude scientifique irréprochable que de ne pas faire d'études comparatives ? Des pays d'accueil, comme l'Irlande ou l'Islande, la Norvège, les montagnes suisses et la Savoie sont autant de régions très fréquentées par les touristes aujourd'hui ; le niveau de vie et de civilisation des accueillants y est égal, voire supérieur à celui des touristes. Leurs valeurs traditionnelles sont fort bien préservées de l'influence des migrants temporaires et ces groupes très développés ont conservé la maîtrise du développement de leur tourisme.

■ L'impact du tourisme dans les pays en voie de développement (PVD)

Ce sujet, considérable, peut être abordé sous divers angles : économique, social, culturel, territorial et même historique ; autant de façons de découvrir la diversité des situations. Il y a un modèle dominant qui a retenu davantage l'attention, c'est celui que Georges Cazes décrit dans *Les nouvelles colonies de vacances* : dans la seconde moitié du XX^e siècle, en effet, un nouveau courant touristique conduit « vers le soleil » des touristes de plus en plus nombreux, venus d'Europe, d'Amérique du Nord, du Japon mais aussi d'Afrique du Sud (blanche), d'Australie et de Nouvelle-Zélande. Ils passent une semaine, parfois plusieurs au même endroit, pour des mobiles simples résumés par les fameux S (*Sea, Sun, Sand and Sex*). Le sable est blanc, l'eau de la mer pure, le lagon bleu, le palmier emblématique, les rencontres faciles, la décontraction est la règle. Tout le séjour se passe au bord de la mer ou de l'océan, sous un climat

tropical (plus qu'équatorial) ; les résidences-villages de vacances, hôtels de luxe (ou semi-luxe) standardisés sont à l'écart de la vie indigène. Les vacanciers sont entre eux et constituent une « utopie concrète ». Telle est l'ambiance montrée par le film culte de Patrice Leconte, *Les bronzés*.

A. Jammot avait, en 1983, choisi ce film pour introduire *Les dossiers de l'écran* sur *Les vacances*. Nous étions quelques-uns (Gilbert Trigano, le ministre...) à découvrir ensemble ce film que nous n'avions pas encore vu. Spontanément, nous discutâmes d'abord du Club Med ; le village où avait été tourné le film en Côte d'Ivoire n'était pourtant pas un village du Club. Il parut utile de dire que *Les bronzés* était une caricature excessive et que les vacanciers étaient moins superficiels que le montrait le film. Puis on aborda l'essentiel : combien de Français partent en vacances ? Où ? Quand, comment ? Le débat ne vint jamais sur les populations et les sociétés d'accueil. Le film n'y conduisait pas ; dans *Les bronzés*, les « indigènes » sont peu présents : un masseur noir nous fait rire en torturant Gérard Jugnot ; dans une autre scène, les touristes se livrent à l'emplette rituelle de souvenirs de vacances, achetés à un pseudo-marché indigène d'où l'on peut ramener un paréo (à l'effigie de Valéry Giscard d'Estaing). Le film se situe, certes, en Afrique noire, mais on perçoit que le contact touristes-indigènes n'est pas le sujet, parce que ce n'est absolument pas l'objectif de ces villages au soleil. Tout le contraire, en fait.

Est-ce à dire que de tels villages voulus à l'écart sont sans impact sur la vie de la région ? Certes non. La réponse est économique (la création d'emplois) et monétaire : les observateurs du XIX^e siècle exprimaient bien les choses en parlant d'« argent laissé dans le pays ». Dans les zones où le numéraire circule peu, les salaires sont très bas, les revenus tirés de la vente des produits agricoles pour l'exportation (cacao, café, thé, arachide...) très aléatoires, ce flux monétaire déversé par les touristes a un « effet multiplicateur » que les économistes cherchent à mesurer ; Clément fut l'initiateur d'une telle recherche aux îles Hawaï, première destination « exotique-balnéaire ». Il faut sans doute multiplier par 2, voire 3, la somme totale des dépenses des touristes pour en savoir l'ampleur... Ces sommes ne sont pas distribuées également dans la population indigène, mais concentrées dans les mains d'une minorité, profitant plus aux femmes qu'aux hommes, circulant dans les zones, en fait périphériques, des pays considérés – les rivages –, et arrivant mal aux anciens centres qui correspondaient à l'économie traditionnelle. L'impact du tourisme, sous cette forme, doit d'abord être étudié d'un point de vue macroéconomique puis microsocial : celui des structures familiales.

Beaucoup de chercheurs sont allés au plus visible : la transformation des rivages. Ce tourisme qui juxtapose les colonies, les aligne en chapelets a, en effet, besoin d'espaces libres au bord de mers accessibles : ce tourisme est *dévoreur d'espaces*. Toute la communication

de J.-P. Lozato-Giotard au colloque de Nice vient souligner que les « enjeux touristiques sont territoriaux », d'autant plus importants que l'espace – le littoral – est par nature limité et que les touristes, pour demeurer entre eux et disposer de vastes terrains de jeux, sont de gros consommateurs d'hectares.

■ Tourisme ethnique ou ethnotourisme

L'un et l'autre de ces noms, récemment apparus, désignent des voyages effectués par des touristes de pays développés dans les pays tropicaux ou équatoriaux, non plus pour la plage et les bains de mer (plus seulement, en tout cas) mais pour le contact avec des groupes humains « sauvages » ou « primitifs » ; les vocables sont sans doute évités mais la démarche est bien de curiosité. Les « ethnotouristes » veulent voir ces peuples dont l'allure, les coutumes, les pratiques sont objet à la fois d'attraction et de répulsion. Quand et comment s'est constitué l'ensemble d'images et de poncifs qui entourent ces « indigènes » ? En formulant ainsi la question, l'historien apporte la réponse : fin XIX^e siècle et première moitié du XX^e, les Empires coloniaux ont ainsi qualifié ces populations ; les ethnologues en ont fait des objets d'étude. Le contexte emblématique est celui de l'Exposition coloniale de Paris, 1931, l'année même où Marcel Griaule découvre les Dogons. La Grande-Bretagne victorienne et la France de la III^e République, fières de leurs Empires, étaient convaincues de leur mission civilisatrice ; elles apportaient les bienfaits du Progrès, voire de la Religion à des peuples dépourvus de tout, mais les objets notamment rituels pouvaient avoir une valeur esthétique. Le colonisateur montrait ses « sauvages » dans les Expositions coloniales ; ainsi des Kanaks en 1931. Les USA, au même moment, invitaient les Indiens des Réserves à « jouer aux Indiens » pour donner de l'intérêt à la visite des touristes.

Ce sont les Européens (et Nord-Américains) qui ont inventé cette catégorie de « peuples à voir ». Un petit livre, récemment paru aux éditions de l'Aube, oppose *Kanibals et Vahinés*. Dans l'océan Pacifique, les mâles sauvages mangent leurs semblables et les filles aux seins nus, si belles, accueillent les visiteurs qu'elles couvrent de colliers de fleurs. Ces images « folkloriques » sont ensuite devenues attrait pour les touristes. Comme par nature, une destination touristique n'est pas indifférenciée, n'en déplaise à Baudelaire et son *N'importe où*, les « peuplades » choisies par les ethnotouristes sont celles-là mêmes dont les ethnologues ont privilégié l'étude. On peut assurer que le choix n'a pas été effectué sur un échantillon aléatoire. Les ethnologues ont privilégié ceux qui correspondaient le plus au schéma des peuples primitifs : des peuplades mélanésiennes, les Dogons du Mali perchés sur leurs falaises, les Touaregs insaisissables dans leurs parcours sahariens, les aborigènes d'Australie (ceux de la

Montagne sacrée d'Ulunu, en particulier), les Indiens cachés de la forêt amazonienne, les Navajos ou les Patagons. Ainsi les ethnologues ont pu s'instituer les inventeurs de ces peuples et s'en autoproclamer les défenseurs. Certains aujourd'hui font une relecture de l'expédition de Marcel Griaule et du culte que lui rendirent les Dogons. On connaît le choc en retour : le pays des Dogons est devenu une grande destination touristique. Cet afflux a causé une certaine inquiétude dans les institutions internationales. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT), réunie en 1999 à Santiago du Chili, a voulu édicter un code moral pour protéger ces peuples premiers dont le patrimoine serait à préserver. On peut être sceptique sur la portée des bonnes intentions alors affichées : « *Le tourisme représente une force vive au service de la paix ainsi qu'un facteur d'amitié et de compréhension entre les peuples. Au prix du respect d'un certain nombre de principes et de l'observance des règles, il est possible dans ce domaine de concilier économie et écologie, environnement et développement.* »

Ces recommandations se traduisent en dix commandements du touriste qui s'engage à respecter l'égalité des hommes et des femmes, les minorités ethniques, à sauvegarder la Nature et les écosystèmes, à participer à l'entretien des sites... Les commandements de Dieu et de l'Église étaient assortis de sanctions sur cette terre et surtout dans l'au-delà. L'OMT, elle, reconnaît qu'elle respecte les compétences souveraines des États et ne donne que des recommandations. Tout au plus, elle mettra en place un Comité de surveillance. On peut douter de l'efficacité de cette démarche... et même de sa pertinence.

Et penser que la dérision et le ridicule atteindraient mieux les touristes des pays développés qui transformeraient ces peuples « primitifs » en *videnda* et seraient tentés de les singer. Patrice Leconte dans *Les bronzés* n'a pas manqué d'exploiter cette veine, au détriment des gentils membres venus passer une semaine dans un club de vacances tropical. Un ethnologue néo-zélandais a tourné un film, *Tourisme-Cannibale*, fortement caricatural : les touristes veulent voir des anthropophages qui sont heureux de leur extorquer de l'argent pour dire qu'ils le sont et se faire photographier. Il y a quelque chose de choquant dans le fait qu'un « grand reporter » ait demandé à des touristes allemands ou italiens et à des aborigènes de Polynésie de se laisser filmer pour que le produit final, qu'ils n'ont pas visionné, soit une série de scènes où les touristes sont totalement ridicules et les indigènes sauvages à souhait. Ce film nous permet de les « mater » comme dans *Loft story*. Mais ici, les acteurs ne sont ni consentants ni rémunérés.

■ Les autres tourisms de dépaysement

Il convient ici de rappeler que cet « ethnotourisme » est très marginal par rapport au tourisme mondial. Dans *Le tourisme de l'an 2000*, je soulignais que les pays

émetteurs qui sont quasi exclusivement les pays développés, Europe, Amérique du Nord, Japon, Australie... pratiquent le tourisme pour l'essentiel à l'intérieur de leur zone ; ainsi les Européens, dont la première migration estivale consiste à aller vers le Sud méditerranéen. Une minorité des migrants du tourisme mondial se dirige vers les *nouvelles colonies de vacances* et pratiquent les trois ou quatre S, plutôt à l'écart de la vie indigène. Une autre minorité, au total non négligeable, part à la découverte des espaces physiques extrêmes comme l'Himalaya et les Andes et/ou à la rencontre de grandes civilisations éprouvées comme très différentes. Dans les deux cas, ces touristes savent qu'ils ont ou auraient besoin d'un véritable apprentissage : bonnes conditions physiques, techniques d'alpinisme, compréhension des religions de l'Asie. Cette démarche de tourisme impose une adaptation aux conditions naturelles difficiles – froid, altitude. Le mobile sportif est souvent dominant – l'alpinisme et le *trekking* dans les Andes et l'Himalaya, les grands raids dans les déserts. Il ne vient pas à l'idée de ces touristes de regarder comme des primitifs les descendants de Tamerlan, les héritiers du bouddhisme tibétain, les peuples qui ont porté les civilisations incas... Si le touriste jette un autre regard, c'est qu'il y a été préparé.

■ Tourisme et patrimoine : un double impact bénéfique

L'UNESCO, classant au Patrimoine mondial de l'Humanité les monuments et sites historiques et naturels les plus remarquables, accompagne et amplifie le processus d'appropriation par les visiteurs des lieux à voir – *videnda* ou *sight-seeing*. C'est parce qu'ils sont exceptionnels et tout à fait dignes d'être vus que les hommes sont invités à les sauvegarder. L'UNESCO donne à ces sites une notoriété ou au moins une consécration. L'organisation internationale, avec menace de sanctions (le déclassement), invite les États qui possèdent ces monuments et sites à leur assurer un entretien de qualité, une surveillance suffisante, à protéger leurs abords ; avant classement, il a fallu souvent faire disparaître des constructions adventices. L'UNESCO, en 2001, vient d'ajouter une nouvelle catégorie de sites classés, le « Patrimoine immatériel » : coutumes, danses, folklore appartiennent à ce groupe. L'UNESCO a ainsi sauvé, en la classant au Patrimoine mondial, la fameuse place Djema-el-Fna de Marrakech et son très folklorique marché (charmeurs de serpents, jongleurs...) qui auraient disparu au nom de l'édilisme sécuritaire du Sultan. Le tourisme ethnique a été, dans ce cas, un précieux appui pour la sauvegarde des Patrimoines.

Ce qui est vrai des Patrimoines mondiaux l'est aussi de sites et monuments moins prestigieux, où le tourisme motive et aide au financement. La France a ainsi lancé

une politique de *grands sites* (cf. colloque d'Arles). Les sites doublés (Lascaux bis et fausse grotte Chauvet) sont des moyens d'attirer plus de touristes tout en assurant une préservation totale. Pour que l'impact du tourisme ne soit que positif, il ne faut pas compter sur l'énoncé de principes, ni sur la réglementation tatillonne, mais sur une bonne gestion et une action éducatrice. Le tourisme, par son origine et son essence, a valeur formatrice. Inculquée à l'école, soutenue par les médias, cette fonction du tourisme est la garantie que les sites et les populations d'accueil ne peuvent qu'être bénéficiaires de la venue de touristes de plus en plus nombreux.

Le retour aux sources, aux traditions, aux métiers anciens dans les pays développés a aussi un double impact : il permet des conservations, il donne aux hommes le goût de retrouver leurs racines, celles de la civilisation rurale traditionnelle, mais aussi celles de la grande industrialisation du XIX^e siècle. Dans la lignée de Georges-Henri Rivière et de la création de l'Écomusée de Marquèze, la France a ouvert une trentaine d'écomusées de l'ancienne vie rurale, puis des écomusées industriels (tel Le Creusot). Dans un esprit semblable, la Suède a réalisé le très beau musée de plein air de Stockholm, le Skansens, où sont reconstitués les anciens habitats de la Suède ; voilà une formule qui a beaucoup de succès dans les pays nordiques. Plusieurs régions italiennes conduisent une semblable politique de tourisme ethnique. La Roumanie a ouvert le musée ethnographique de Transylvanie. Ces initiatives ont réussi à multiplier des musées-laboratoires et ont, en effet, attiré un public de plus en plus large. Les Parcs naturels régionaux français, qui occupent maintenant le dixième du territoire français, ont construit des maisons à thème où sont représentées ensemble les espèces animales et végétales à conserver et les pratiques humaines anciennes, les Maisons de la Forêt, des Marais, de la Mine... participent efficacement au travail de mémoire collective et au développement touristique des pays où ils ont été créés.

■ Impact du tourisme sur le long terme

Les autres disciplines peuvent préférer le flash contemporain ; l'historien privilégie le long terme, la démarche longue, et suggère d'observer l'impact du tourisme dans des entités qui ont reçu des touristes depuis longtemps, certaines depuis le XVIII^e siècle.

Dans le dernier tiers du XVIII^e siècle, Nice et Chamonix, toutes deux découvertes par de riches Anglais, s'ouvrent au tourisme. Saison d'hiver d'une part, alpinisme et glaciers de l'autre. Elles appartiennent toutes deux à la Maison de Savoie qui ne songe guère à leur développement. Les premiers hivernants – une centaine de familles à la veille de la Révolution – et les quelques centaines d'étrangers – surtout Britanniques – qui, chaque été, viennent à Chamonix pour monter au glacier

des Bois (mer de Glace) sont d'une grande richesse. L'écart socioculturel avec la population indigène – Niçois et Savoyards – est au moins aussi grand que celui qui peut exister aujourd'hui entre les touristes de classe moyenne et les pays tropicaux où ils viennent en séjours de vacances. À lire la *Relation* de Windham [inventeur, en 1741, des Glacières] ou les *Letters* du Dr Smolett à Nice [1763-1765], on perçoit leurs frayeurs ; les premiers étaient venus armés à Chamonix et campèrent, ne sachant où loger ; Smolett et les autres hivernants prennent d'innombrables précautions pour se loger, embaucher des domestiques et acheter de quoi manger. Disons-le d'un mot : Nice et la haute vallée de l'Arve sont des pays très pauvres – d'un niveau de vie équivalent à la moitié de celui des Français à la veille de la Révolution ; sous-développement garanti.

Le tourisme et lui seul a transformé ces deux bourgades. À la veille de la Révolution, les hivernants rapportaient au comté de Nice « l'équivalent d'une bonne année d'huile », observe l'abbé Bonifassy qui sait que, dans le Comté, la seule production exportable qui compte est l'huile d'olive. Nice, au XIX^e siècle, connaît une progression de population moyenne supérieure à celle que connaissent les villes de la Révolution industrielle ; à partir du milieu du XIX^e siècle, l'arrière-pays niçois – la Montagne – se vide, parce que ses habitants trouvent du travail à Nice dans les services et le bâtiment. Au recensement de 1881, après la Seine qui n'est qu'une ville, Paris, le département des Alpes-Maritimes est le moins rural de France... à cause de Nice, de Cannes, Antibes, Menton... Alors, il n'y a pas la moindre industrie, le commerce maritime est dérisoire ; et Nice n'est qu'un chef-lieu de département. Ainsi, pendant deux siècles environ (1763-1930), l'histoire de Nice se confond avec celle d'une fonction dominante, l'hiver dans le Midi. Cela s'est compliqué par la suite : le tourisme est devenu majoritairement estival et d'autres fonctions se sont ajoutées. La population qui a explosé est un *melting-pot* de gens originaires du Comté, de toute la France, d'« émigrés » étrangers, avec une forte présence piémontaise.

Jusqu'à une date récente (vers 1960), le tourisme de Chamonix fut essentiellement estival, avec une saison courte – deux à trois mois –, ce qui est la moitié de la durée des hivers niçois. L'impact du tourisme dans la haute vallée de l'Arve n'a pas pu être aussi spectaculaire qu'à Nice ; n'empêche que la population y est vingt fois plus importante qu'au moment de sa découverte, tandis que la plupart des bourgades montagnardes (de moyenne montagne) ont à peine aujourd'hui leur niveau démographique de la fin du XVIII^e siècle. À Chamonix, il n'y a plus d'agriculture, pas d'industrie ; il n'y a que des services. Là encore, l'impact du tourisme a été décisif. Ce progrès a été réalisé jusqu'au milieu du XX^e siècle, sans grand apport de capitaux extérieurs, tout au plus ceux des Suisses voisins qui s'installent dans la vallée en épousant des Chamoniardes pour tenir de bons

hôtels. Il est très facile de constater, à Chamonix, que les noms de ceux qui, depuis deux cents ans, sont maires de la commune, tiennent des positions importantes, sont des patronymes que l'on trouve dans l'impressionnante liste des guides et porteurs que H. B. de Saussure avait mobilisés pour le grimper, en 1787, au sommet du mont Blanc : tous Payot, Ravel, Charlet, Couttet, Devouassoud, Simond...

À ceux qui, le nez sur l'événement contemporain, craignent que le tourisme ne déstructure les sociétés d'accueil et ne fasse perdre aux populations leur identité, il faut montrer l'exemple de Chamonix qui, à la différence des communes peu touchées par le tourisme, a développé un très fort particularisme, pour ne pas dire une autonomie de fait. Les Chamoniards, qui se savent soutenus par les touristes, peuvent parler fort ; on le voit dans l'actuel débat sur la réouverture du tunnel du Mont-Blanc. Dès lors que les précautions ont été prises, il n'y a pas de motif économique ou politique de ne pas le rouvrir : tout au contraire, les autres tunnels ne suffisent pas. Mais il s'agit de Chamonix et du Mont-Blanc, soit de sites d'une notoriété exceptionnelle, acquise grâce aux touristes, depuis plus de deux cents ans.

D'autres cas méritent l'étude : les régions rurales dépeuplées à partir du milieu du XIX^e siècle, devenues zones de résidences secondaires dans la seconde moitié du XX^e siècle. Un très important courant centripète avait vidé une grande partie du Limousin au profit de Paris, les Alpes du Sud au bénéfice de Marseille, Toulon, Nice. La migration des Corses sur le Continent (ou dans les Colonies) est connue, comme leur attachement à leur village où ils reviennent pour voter, pour se retirer. Tous les observateurs – dans lesquels se trouve l'ethnologue de l'université de Nice, J.-P. Jardel – ont souligné que le mouvement centrifuge des « retours au pays » – Niçois revenant dans le Haut-Var, la Tinée ou la Vesubie de leurs ancêtres, maçons de Paris retournant dans leur Creuse, Cévenols de Marseille et Nîmes remontant sur leurs montagnes – renforce les traits identitaires, qu'il s'agisse du Comté de Nice, du Limousin, des Cévennes, *a fortiori* de la Corse.

Enfin dernier exemple, choisi pour sa difficulté : les grandes stations de ski créées de toutes pièces sur les alpages où il n'y avait jadis de vie humaine que l'été. Leur évolution est récente mais rapide. Il suffit de se reporter à l'étude que j'avais consacrée, en 1954, aux Dorons de la Vanoise (Les Trois Vallées, Brides...) pour voir l'importance du changement ; plusieurs d'entre nous, appartenant aux universités de Rhône-Alpes, l'avions d'ailleurs étudié dans une RCP du CNRS. On voyait le vigoureux changement de cap démographique : une activité saisonnière – le tourisme – avait fixé la population permanente qui bénéficiait maintenant de deux soldes positifs : celui de la natalité et celui des migrations. Quasi-disparition de l'agriculture. Sur la commune de Saint-Bon, elle est totale. Les quelques champs sont cultivés comme appoint et loisirs par des

retraités. Le plus frappant est l'arrêt total de l'émigration et la diminution, jusqu'à la disparition totale, des emplois industriels en vallée (à Bozel). Tous les actifs de Saint-Bon-Courchevel travaillent aujourd'hui dans le tourisme, les services, le bâtiment. Aucun n'a acquis une position dominante : propriétaire de grands hôtels ou promoteur immobilier. Les tâches les plus modestes (type gardiens d'immeubles ou cantonniers) sont laissées à des migrants nouveaux, des ascendants venus des plaines, d'un peu partout en Europe. Pour en juger à Saint-Bon, nous disposons d'un document anthropologique exceptionnel : le fichier ouvert en 1950 par les services départementaux de l'Équipement qui, au moment où les travaux de la station de Courchevel allaient commencer, photographièrent les quarante familles qui avaient des propriétés – maisons, terres – sur la partie de la commune qui allait recevoir la station. Depuis, les mêmes services ont suivi l'évolution, pendant un demi-siècle, de ce groupe témoin. Le résultat est net, bien mis en valeur par P. Préau : pas de migrants, une ascension sociale pour tous, mais pas de promotion inouïe. Ces anciens bi-actifs ouvriers-paysans ne sont plus ni l'un ni l'autre ; eux, puis leurs enfants et petits-enfants juxtaposent les fonctions : moniteurs de ski, magasins de sport, petites entreprises du bâtiment et de maintenance, voire emplois publics à la mairie ou à l'Équipement.

Ce développement de la pluriactivité complexe est un trait caractéristique de tout l'arc alpin qui peut être

tenu pour une des conséquences directes du fait touristique.

Nos pays développés ne l'ont pas toujours été : il y avait, chez nous, au XVIII^e et début XIX^e, des régions très défavorisées. Si le tourisme les a touchées, elles ne sont plus aujourd'hui handicapées et ne se sont pas dépeuplées ; la preuve *a contrario* est facile à établir.

De même, il est aisé de montrer l'ampleur du désastre produit par la désindustrialisation – en Lorraine, dans le Nord et dans certaines parties du Massif central – et les grandes difficultés de certaines zones maritimes d'où le grand commerce s'est retiré : Marseille, Sète, quelques ports de l'Atlantique. Bref, au début du XXI^e siècle, les friches de la grande Révolution industrielle et maritime sont très visibles. Il n'y a pas, pour le moment, de friches touristiques. Dans les anciennes villes d'hiver, très atteintes par la crise de 1929, la reconversion des grands hôtels et le changement de saison dominante se sont produits harmonieusement. Mieux vaut ne pas imaginer quel serait l'impact, non pas du tourisme, mais de sa disparition sur les populations locales, avec des scénarios-catastrophes sur la raréfaction de la neige... ou l'élévation du niveau marin, conséquence d'un réchauffement de la planète. Ce ne sont pas les propos incantatoires des écologistes et ethnologues sur « le développement durable du tourisme » qui protégeraient les populations vivant du tourisme aujourd'hui. ■

I Références bibliographiques

* Marc Boyer, président de l'Association méditerranéenne de sociologie du tourisme, a écrit dans des revues de géographie, d'économie et de sociologie, en complément de ses recherches historiques.

Cazes Georges, 1989-1992, *Les nouvelles colonies de vacances*, Paris, L'Harmattan, 2 tomes.

CHESNEAUX Jean, 1999, *L'art du voyage*, Paris, Bayard.

HAULOT Arthur, 1974, *Tourisme et environnement*, Verviers, Marabout.

HERVIEU A. et J. VIARD, 1996, *Au bonheur des campagnes*, La Tour d'Aigües, L'Aube.

KRIPPENDORF Jost, 1987, *Les dévoreurs de paysages*, Lausanne, Éd. 24 heures.

MACCANNELL Dean, 1976, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, New York, Shocken Books.

PREAU P. et Ch. SORREL, 2000, *La Savoie*, Montmélian, La Fontaine de Siloë.

RAUCH A., 2001, *Vacances en France de 1880 à nos jours*, Paris, Hachette.

URBAIN J.-D., 1991, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Plon.

VEYRET-VERNET G., 1954, « Le tourisme au secours de la montagne, l'exemple de Val-d'Isère », *Revue de géographie alpine*.

■ Choix d'ouvrages collectifs et actes de colloques :

[Cités par ordre chronologique. En premier, nom de l'organisateur (ou des...) et quelques participants.]

Le caractère saisonnier du phénomène touristique, 1962, Actes du Colloque international de Nice. M. Boyer, R. Baretge, A. Haulot, W. Hunziker, G. Veyret.

Le tourisme international entre tradition et modernité, 1992, Nice. M. F. Lanfant, et J.-P. Jardel, M. Boyer, U. Bernardi, MacCannell, G. Cazes, K. Przeclawski.

Le patrimoine, atout de développement, 1992, Lyon, PUL. R. Neyret, M. Boyer, M. Colardelle, M. Laplante.

Il turismo mediterraneo come risorsa e come rischio, 1993, Rome. Enzo Nocifiora, M. Boyer, Lozato-Giotard.

L'avènement des loisirs 1850-1960, 1995, Paris, Aubier. A. Corbin, Roy Porter, A. Rauch.

Loisirs et société, 1997, vol. 2. « Épistémologie du loisir et du tourisme » (Université du Québec), G. Pronovost, M. Boyer, Stanford.

Strategie di comunità del turismo mediterraneo, 1999, Franco Angeli, Milano, P. Guidicini, A. Savelli, M. Boyer, J.-P. Jardel.

Accueil, aménagement et gestion des grands sites, 1999, Colloque

Arles. Cahiers de l'ICOMOS, Nancy Bouché, A. Berchaoud, M. Boyer.

Les guides imprimés du XVI^e au XX^e siècle, 2000, Paris, Belin.

G. Chabaud, E. Cohen, N. Coquery, J. Pery *et al.* : M. Agulhon, M. Boyer, A. Rauch, M. Roncayolo.

Mediterranean Tourism. Facets of Socioeconomic Development, 2000, London, Routledge. Y. Apostolopoulos, M. Boyer.

I Bibliographie sélective de l'auteur

Le musée colonial de Marseille, 1954, Arts et livre de Provence.

« La vie touristique des Dorons de la Vanoise et son évolution récente », 1955, *Revue de Géographie de Lyon* : 2-3.

« Propos d'historien sur la diversité des pays sous-développés », *Revue de tourisme*, 1961, AIEST, n° 4.

Le tourisme, 1972, [1^{re} éd.], Paris, Le Seuil.

L'invention du tourisme, 1996, Gallimard-Découvertes.

L'invention du tourisme dans le Sud-Est (XVI^e-XIX^e), thèse Doctorat d'État, 1997, 21 fasc., 2 340 p.

Le tourisme de l'an 2000, Lyon, PUL.

Histoire de l'invention du tourisme dans le Sud-Est de la France XVI^e-XIX^e, 2000, La Tour d'Aigues, L'Aube, 333 p.

L'hiver dans le Midi, 2002, La Tour d'Aigues, L'Aube.

I ABSTRACT

How to study tourism ?

Sociologists, geographers and ethnologists restrict the study of tourism to the negative impact it has or is supposed to have on host societies. But tourism can also have beneficial effects and its absence can be a serious handicap. The author, an historian, shows that in the long run tourism integrates native populations into new human groups. The problematics of tourism cannot therefore be reduced to that of impact.

Keywords : Impact. Host country. Destructuration. Change.

I ZUSAMMENFASSUNG

Wie soll Tourismus studiert werden ?

Soziologen, Geographen und Ethnologen beschränken die Studie des Tourismus auf den negativen Impact, den er auf die Gastgesellschaften hat oder haben sollte. Aber Tourismus kann auch positive Wirkungen haben und die Abwesenheit von Touristen ein Handicap sein. Der Autor, ein Historiker, zeigt, dass Tourismus auf lange Sicht autochthone Bevölkerungen in neuen Menschengruppen integriert. Daher kann die Problematik des Tourismus nicht auf die des Impacts beschränkt werden.

Stichwörter : Impact. Gastland. Destrukturation. Wechsel.