

AGORA

Faut-il en finir avec le tourisme ?

PAR MIKAËL FAUJOUR



RAVAGEUR Le tourisme promettait l'émancipation de l'aliénation par le travail, il a tourné au grand cauchemar. Ici, Lloret de Mar (Espagne), en 1992. - Raphaël Gaillarde / Gamma

Revoilà les cars de Japonais, les avions d'Américains, les appartements Airbnb en location... L'industrie du voyage, malmenée pendant la crise du Covid, reprend des couleurs. Et si, pour cette période estivale, on arrêtait tout ?

L'« L'un des paradoxes du tourisme d'aujourd'hui est de tuer ce dont il vit », écrit Rodolphe Christin dans son Manuel de l'antitourisme. Selon le sociologue, « la libération initiale [qu'ont représentée les congés payés], devenue la norme, se fait oppressante : elle martyrise nature et sociétés humaines, opprime l'esprit des voyages et transforme l'hospitalité en lieux de prestations, les habitants en prestataires, les paysages en décors ». Des coraux détruits de Cancún aux altérations des soubassements archi-tectoniques de Venise, des usages immodérés de l'hôtellerie au détriment des autochtones en passant par la dépendance économique de régions entières à la manne touristique, la promesse d'émancipation de l'aliénation par le travail a tourné au grand cauchemar. Alors que l'été, et ses chassés-croisés routiers ou aériens, pointe le bout de son nez, ne faudrait-il pas en finir avec le tourisme ?

“Occuper le travailleur quand il ne travaille pas”

La généralisation des congés payés par le Front populaire en 1936 est communément tenue pour l'acte de naissance du tourisme moderne, populaire, détaché de ses origines

aristocratiques, puis bourgeoises des XVIIIe et XIXe siècles. Faux, selon Henri Mora, qui explique, dans *Désastres touristiques* : « *Le 21 avril 1927, une Charte du travail, fondée sur la collaboration entre employeurs et travailleurs, est adoptée en Italie par le Grand Conseil du fascisme. [Elle] devait s'opposer aux rapports sociaux de classes au sein de l'entreprise et améliorer ainsi la production dans l'intérêt supérieur déterminé par le Parti national fasciste (PNF). Le fascisme à l'italienne visait à mettre en place une organisation sociale corporatiste qui devait garantir un intérêt commun entre patrons et ouvriers.* » Avant même cette charte, précise l'auteur, le PNF avait créé en 1925 l'Œuvre nationale de l'après-travail, dont « *le but était avant tout idéologique : le temps libre devait être occupé et dirigé par le régime fasciste [...] à travers une programmation centrée autour du sport, de la culture populaire, de l'éducation artistique, de l'hygiène, de la santé, mais aussi à travers des excursions et des séjours* ». L'Allemagne nazie appliqua le même modèle dès 1933.

Anthropologue du tourisme citée par Jean Viard et David Medioni dans *l'An zéro du tourisme*, Saskia Cousin approfondit : « *Le tourisme s'est construit sur une histoire catholique de l'occupation, c'est-à-dire qu'il faut occuper le travailleur quand il ne travaille pas.* » D'où « *l'enjeu et l'objectif de l'industrie du tourisme : la volonté à tout prix d'occuper des gens pendant leur temps libre et leur temps libéré* ». Pourtant, le tourisme n'en est pas moins ancré dans un désir légitime : son « *essence profonde* », estiment Viard et Medioni, serait « *l'envie de rencontrer la différence* », de « *rencontrer l'autre* ».

À la recherche de l'authentique en toc

Oui mais... à ce désir répond une industrie qui représentait, en 2019, autour de 10 % du PIB mondial, 15 % des emplois et environ 1 500 milliards de dollars de chiffre d'affaires. Dans ce cadre, « *rencontrer la différence* » conduit souvent à un authentique... en toc. Au jeu d'attrape-nigaud, ceux qui, sac au dos, se pensent les moins grégaires ne sont pas les moins dupes. Les uns paieront pour dormir dans un foyer indigène de Bolivie ou du Guatemala ; d'autres, croyant s'aventurer hors des sentiers battus, se feront malgré eux complices d'un zoo humain dans tel village de Pygmées du Cameroun, ignorant que les danses traditionnelles auxquelles ils assistent sont monnayées... en bouteilles d'alcool par des locaux sans scrupule. Et tous, ayant « fait » la Bolivie, le Guatemala et le Cameroun, l'auront surtout défait, contribuant au ravage.

En effet, écrit Henri Mora, le tourisme « *doit répondre d'abord au besoin de l'économie marchande en intégrant toujours davantage les lieux, les sensibilités, les comportements, etc., qui lui étaient jusque-là étrangers pour les transformer en substituts consommables [...]. Quiconque désirerait encore la chose sans valeur marchande n'aurait même plus la possibilité d'y accéder. Les rapports marchands transforment également les rapports sociaux.* » Car, pour l'auteur, à mesure que l'avidité à découvrir le monde porte les voyageurs jusque dans les zones les plus reculées, ce sont la transaction marchande et le libéralisme – économique et culturel – qui colonisent le monde. Avec le tourisme, ce qui, hier, procédait de la culture, donc de

motivations internes – cérémonie religieuse, danse rituelle, fête populaire, musique traditionnelle, technique artisanale, cuisine familiale, hospitalité –, relève désormais d'une motivation externe : l'appât du gain. Ce qui était « authentique » devient commerce, la transaction marchande régissant désormais les rapports sociaux partout où d'autres règles – morales, sociales, symboliques, religieuses – prévalaient.

De leur côté, Jean Viard et David Medioni pensent plutôt que le tourisme favorise « *une urbanité planétaire et un commun culturel qui rapprochent tous les hommes* ». Vision trop optimiste répondront certains. Ainsi, un rapport de l'Observatoire des inégalités* nous apprend qu'en 2019, en France, « *seules 37 % des personnes aux revenus inférieurs à 1 200 € mensuels ont quitté leur domicile [...], contre 81 % de celles qui disposent de plus de 2 600 €.* » Si le niveau de revenu joue évidemment, d'autres facteurs entrent en jeu. « *Cela fait partie de leur mode de vie : les plus favorisés ont plus souvent eu l'habitude de voyager avec leurs parents (ils y ont pris goût, se sentent rassurés hors de chez eux), ils parlent plus souvent une langue étrangère (pour les voyages lointains).* » En fait d'« *urbanité planétaire* », le tourisme est principalement l'activité d'une classe moyenne adaptée à la mondialisation. Le touriste fait alors moins l'expérience de l'altérité que du semblable, rehaussé de « couleur locale », « l'autre » étant bien souvent issu, comme lui, des classes supérieures, diplômé, urbain et intégré aux flux internationaux.

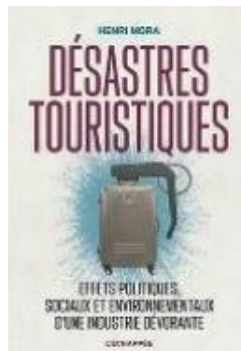
Pas de quoi désespérer Jean Viard et David Medioni, qui voient tout de même dans le tourisme « *un outil puissant de concorde universelle* ». Voilà pourquoi ils prônent un « *nouveau tourisme* », fait de gestion numérique des flux, de « *chartes de bonne conduite* », où la « *question de l'élargissement de la période touristique et de la réappropriation des temps de vacances [...]* est peut-être la dimension capitale ». Des propositions qui donnent néanmoins l'impression que les auteurs se limitent à retoucher un modèle intrinsèquement destructeur. Plus radical, Henri Mora rattache la question touristique à des enjeux systémiques et pointe l'organisation sociale autour du travail salarié et de la marchandisation. Pour lui, il n'est possible de changer le tourisme qu'à condition qu'émerge « *une volonté commune et généralisée de sortir de l'économie marchande qui nous lie à cette société industrielle nuisible et délétère* ». En attendant, il faudra sûrement se contenter de réduire les effets négatifs du tourisme. ■

* « Quatre Français sur dix ne partent pas en vacances », Observatoire des inégalités, 7 juillet 2020.

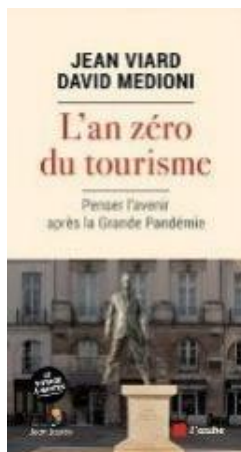
LA TRANSACTION MARCHANDE RÉGIT DÉSORMAIS LES RAPPORTS SOCIAUX PARTOUT OÙ D'AUTRES RÈGLES – MORALES, SOCIALES, SYMBOLIQUES, RELIGIEUSES – PRÉVALAIENT.



Manuel de l'antitourisme, de Rodolphe Christin, Écosociété, 2017, 144 p., 12 €.



Désastres touristiques, d'Henri Mora, l'Échappée, 2022, 208 p., 17 €.



L'An zéro du tourisme. Penser l'avenir après la Grande Pandémie, de Jean Viard et David Medioni, l'Aube, 2022, 168 p., 17 €.