

N°426

# urba

territoires / villes / sociétés / cultures

# nisme

juillet/août 2022

20 €

## **SURFRÉQUENTATION**

*Sites naturels  
au bord de l'asphyxie*

## **QUEL TOURISME APRÈS LE COVID ?**

*Quels profils pour  
quels comportements ?*

## **MUSÉES ET TERRITOIRES**

*Alliances subjectives*

## **SASKIA COUSIN**

*« Le tourisme  
est une crise en soi »*

# TOURISME

*Nouveaux paradi(gme)s*

## **REPORTAGES**

### **VICHY**

*Le réveil de la belle*

### **VERCORS**

*Ses deux visages*



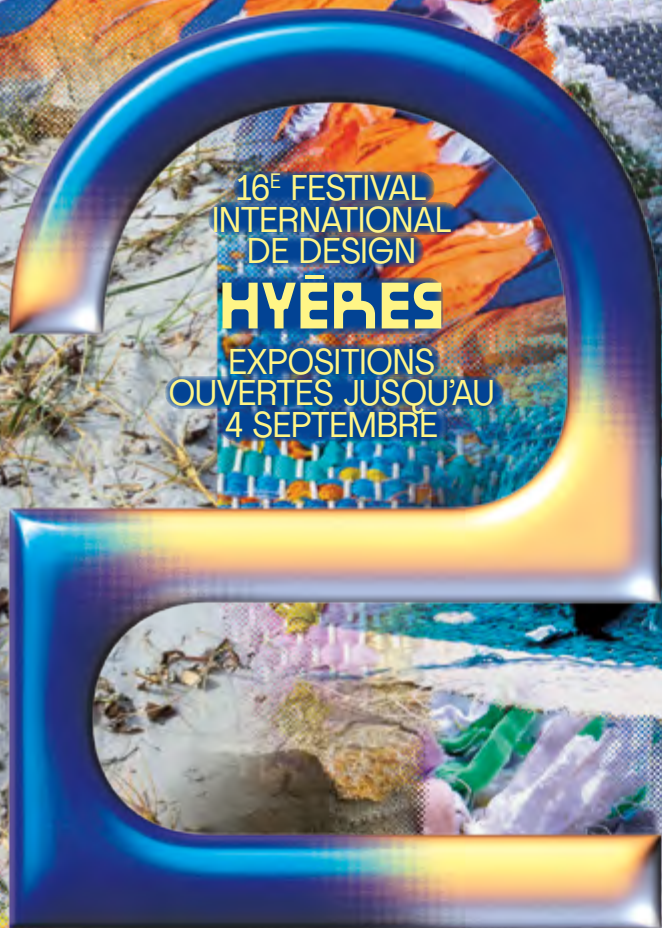
3 663322 11994 1



# villa Noailles



**PROGRAMMATION  
COMPLÈTE  
SUR  
villanoailles.com**



**16<sup>E</sup> FESTIVAL  
INTERNATIONAL  
DE DESIGN  
HYÈRES**  
EXPOSITIONS  
OUVERTES JUSQU'AU  
4 SEPTEMBRE



**6<sup>E</sup> FESTIVAL  
INTERNATIONAL  
D'ARCHITECTURE  
D'INTERIEUR  
TOULON**  
EXPOSITIONS  
OUVERTES JUSQU'AU  
30 OCTOBRE

AD & Design - Marc Armand  
Tapisserie - Delphine Dénereaz, artiste invitée de l'année 2022  
Photo - Temple Office



# édito

Par Julien Meyrignac

---

## *Le charme sincère du petit tour*

Au début des années 1960, alors que le tourisme prenait sa dimension économique de masse, les historiens se sont passionnés pour ce qu'ils ont appelé le « Grand Tour », cette pratique culturelle et sociale de l'aristocratie et de la haute bourgeoisie européenne, qui envoyaient ses jeunes gens en un long voyage continental afin de conclure et parfaire – par l'expérience – leurs humanités. Un usage qui connut son apogée au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle, lorsque la découverte des sites antiques et des œuvres classiques était une composante fondamentale de toute éducation de haut rang. Cette image du voyage initiatique d'une jeunesse dorée, appelée à perpétuer une tradition intellectuelle et artistique – documentée par certains auteurs, dont Chateaubriand –, est relativement structurante d'une conception originelle du tourisme contemporain qui sélectionne les sites et œuvres « à voir » dans une vie.

Pourtant, il est établi aujourd'hui que le « Grand Tour » répondait bien plus à une convention sociale permettant de maintenir et développer des relations de castes qu'à une forme romantique d'ouverture intellectuelle et culturelle. Cet idéal bourgeois de faire partie de ceux qui ont « fait » Rome, Louxor ou Gavarnie s'est diffusé dans toutes les destinations et à toutes les pratiques d'un tourisme de consommateurs : « *Vous avez fait les Seychelles ? Nous, on a fait Cancún.* »

La pandémie de Covid-19 a fait « atterrir » – en référence à Bruno Latour – les touristes compulsifs à la recherche du toujours plus (plus loin, plus d'activités, plus de nourriture et de boissons), en les entravant dans leurs mobilités lointaines et en fermant les lieux de consommation de masse, comme les *resorts*.

En l'espace de presque deux ans, plus de *all inclusive* à Punta Cana, ou de *binge holidays* à Lloret de Mar, mais l'épicerie du village aux horaires d'ouverture variables et étals peu achalandés à Saint-Privat (Corrèze) ; finis les regroupements entre semblables, bonjour les rencontres avec les « autres ». Et pour presque tout le monde, cela a été une forme de révélation.

Évidemment, cette obligation sanitaire est venue conforter dans ses convictions et réorientations une élite éclairée, engagée par la sobriété dans la lutte contre le réchauffement climatique. Mais pour une grande majorité de touristes, elle a permis de découvrir des territoires de proximité, une culture et des traditions, un accueil ; et surtout de sortir du « vertige de la liste » si bien théorisée par Umberto Eco et de la course folle aux impressions sur les lieux et face aux monuments ou œuvres iconiques.

Un nouveau tourisme est, de toute évidence, en train d'émerger, libéré de la pression sociale et des injonctions mercantiles. Un tourisme du temps retrouvé et partagé, renouant avec le concept originel de vacances, c'est-à-dire le temps du repos en dehors de son cadre quotidien, le temps de la reconnexion avec les autres et avec soi-même, au bénéfice d'un petit tour qui se révèle de toute évidence salutaire.

# sommaire

---

- p5 **OPINION**  
*La fiction de la neutralité en urbanisme,*  
*par Cécile Diguet*
- p7 **ESPÈCES URBAINES  
EN VOIE DE DISPARITION**  
*La place de parking, par Marie Baléo*
- p8 **OPINION**  
*Le tourisme, étrange objet dévoreur d'authenticité,*  
*par Jean-Louis Violeau*
- p10 **LE NUMÉRO 426 – TOURISME  
EN CHIFFRES ET EN LETTRES**
- p12 **AGENDA**
- p14 **3 QUESTIONS À**  
*Cécile Helle, maire d'Avignon*
- p16 **QUEL TOURISME DANS  
LA SOCIÉTÉ DE L'APRÈS-COVID ?**  
*Les « quatre France du tourisme » et les profils émergents  
de nouveaux comportements touristiques, par Rémy Oudghiri*
- p20 **DES SITES NATURELS  
AU BORD DE L'ASPHYXIE**  
*Préserver sans interdire, les acteurs locaux inventent de  
nouvelles stratégies de régulation des flux, par Maider Darricau*
- p24 **VICHY, LE RÉVEIL DE LA BELLE**  
*La sous-préfecture de l'Allier porte une grande politique  
de redynamisation touristique, sans faire l'impasse  
de la mémoire, par Tonino Serafini*
- p28 **+ ENTRETIEN AVEC FRÉDÉRIC AGUILERA,**  
*maire de Vichy*
- p31 **COMMENT DÉCARBONER LE TOURISME ?**  
*Entre l'accélération du changement climatique  
et la stratégie nationale bas-carbone à horizon 2050,  
trouver les bons leviers pour agir, par Thomas Lamand*
- p34 **LE « SMART TOURISME »,  
MENACE OU OPPORTUNITÉ NUMÉRIQUE ?**  
*Repenser collectivement l'attractivité territoriale  
et les politiques publiques de soutien au secteur,  
au niveau national et local, par Damien Augias*

Photo : X. Thomas et C. Michaud



Photo : Jeremy Bezanger/Unsplash



# opinion

Par Cécile Diguët

directrice du département urbanisme, aménagements et territoires  
de L'Institut Paris Region

## La fiction de la neutralité en urbanisme

Un flou persiste sur le caractère scientifique et donc supposément objectif et dépolitisé de l'urbanisme. Cette idée sous-tendrait la neutralité des praticiens, êtres qui n'auraient donc ni corps, ni culture, ni inscription sociale dans le monde. Or, la science n'est pas neutre. Ceci a été démontré : depuis les algorithmes biaisés décrits par la mathématicienne Cathy O'Neil<sup>1</sup> aux pratiques des ornithologues expliquées par Vinciane Despret<sup>2</sup>, calquant leur modèle « mâle alpha » sur les sociétés d'oiseaux. Et l'urbanisme n'est pas une science. Si l'urbanisme est davantage un ensemble d'interfaces techniques « *entre société, espace et matière*<sup>3</sup> », comme le propose la chercheuse Sabine Barles, la technique n'est pas neutre non plus. De nombreuses analyses l'expliquent : de Jacques Ellul à Ivan Illich, ou plus récemment Philippe Bihouix. Un choix technique est un choix de société, et donc un choix politique. Reconnaissons donc que l'urbanisme est politique et que les urbanistes sont des humains situés, portant des préjugés<sup>4</sup> qui influent sur leur pratique malgré eux.

De même que le racisme n'est pas une question morale mais culturelle, qu'il est largement intériorisé par les personnes blanches, tout un pan de comportements, stéréotypes, préjugés en lien avec l'inscription sociale, de genre, d'âge, sont répandus dans le monde de l'urbanisme, mais jamais discutés ouvertement et collectivement pour en faire état et avancer. Nous nous devons d'être neutres, sous-entendu non militants, mais jamais nous ne réfléchissons à ce que veut dire cette neutralité, ni à comment la mettre en œuvre. La neutralité est-elle l'inclusion d'une polyphonie constructive ou la non-remise en cause du *statu quo* ?

Mieux connaître nos biais de jugement me paraît indispensable. Nous pourrions d'abord mieux fonder les décisions d'urbanisme, rénovations, démolitions, transformations d'espaces publics ou d'équipements publics, en évitant les erreurs de jugement, les raccourcis ou tout simplement les oublis. Nous pourrions produire des diagnostics plus riches, plus justes, et proposer une meilleure écoute des personnes concernées en étant conscients de la façon biaisée dont nous recevons parfois leur parole. La philosophe Isabelle Stengers soutient que les décisions doivent être prises, d'une manière ou d'une

autre, en présence de celles et ceux qui en porteront les conséquences : c'est ce qu'elle appelle la « *cosmopolitique*<sup>5</sup> ». Pourra-t-on parler bientôt de cosmo-urbanisme ? Une seconde porte pourrait s'ouvrir en améliorant la diversité dans les mondes professionnels de l'urbanisme et de l'aménagement. Comment faire la ville inclusive si nous ne représentons pas davantage son foisonnement ? De nombreux projets peinent à bien saisir les besoins sociaux et spatiaux des populations non représentées dans les métiers de l'urbain, les classes populaires en premier lieu, mais aussi les femmes et les personnes racisées. Une troisième porte concerne l'histoire de l'urbanisme. L'excellente thèse de Lucile Biarrotte, *Déconstruire le genre des pensées, normes et pratiques de l'urbanisme*<sup>6</sup>, souligne l'invisibilisation des travaux, pourtant très nombreux, faisant le lien entre genre et urbanisme depuis les années 1970. À ce jour, le sujet est toujours très peu présent dans les formations en urbanisme. Il y a ici aussi des recherches complémentaires à mener sur ces histoires invisibles, de nouvelles lumières à porter, d'autres récits à écrire pour comprendre les continuums historiques qui ont forgé les villes et territoires d'aujourd'hui, et mieux agir dessus. Une neutralité réflexive et inclusive est à construire collectivement dans les métiers de l'urbain, des lieux de formations aux mondes de la décision, pour éclairer chaque fois d'une lumière plus juste les besoins de toutes et tous.

<sup>1/</sup> Cathy O'Neil, Algorithmes. La bombe à retardement, *Les Arènes*, 2018.

<sup>2/</sup> Vinciane Despret, Habiter en oiseau, *Actes Sud*, 2019.

<sup>3/</sup> Sabine Barles, « L'aménagement et l'urbanisme : disciplines de l'interface, interdisciplines », *Revue européenne des sciences sociales*, n° 56-1, 2018.

<sup>4/</sup> La sociologue Robin DiAngelo définit ainsi les préjugés : « [Ils] sont des idées préconçues au sujet d'une personne, qui se basent sur les groupes sociaux à laquelle elle appartient. Ce sont des pensées et des sentiments, des stéréotypes, des attitudes et des généralisations qui se fondent sur des expériences inexistantes ou rares et que l'on projette sur tous les membres de ce groupe. Nos préjugés sont généralement partagés parce que nous nageons dans les mêmes eaux culturelles et absorbons les mêmes messages. »

<sup>5/</sup> Isabelle Stengers, *Cosmopolitiques*, *La Découverte*, 2003.

<sup>6/</sup> Soutenue en 2021 sous la direction de Claire Hancock, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03621605/>



# sommaire

---

p36 **LES FANTÔMES DE L'OR BLANC**  
*Portfolio*

p43 **LA GRANDE ÉVAPORATION  
DES SAISONNIERS**

p45 **+ SAISONNIER RECHERCHE  
LOGEMENT DÉSESPÉRÉMENT**  
*Manque de logements pour les saisonniers, qui  
manquent à l'appel pour accueillir les touristes.  
Décryptage, par David Attié*

p48 **« NOUS AVONS LE PLUS GRAND  
RÉSEAU DE BALADES DÉCARBONÉES  
AU MONDE »**  
*Entretien avec Vianney Delourme,  
cofondateur du média en ligne Enlarge your Paris*

p53 **QUELLES STRATÉGIES TERRITORIALES  
AUTOUR D'UN MUSÉE ?**  
*Sortir des idées reçues, qui sont autant de pièges  
sur lesquels trébucher, par Hervé Barbaret*

p57 **LES FESTIVALS MUSICAUX,  
NOUVEAUX MARQUEURS  
TERRITORIAUX**  
*Ou comment assurer la promotion de son territoire  
et enclencher de nouvelles dynamiques économiques  
et sociales, par Julien Meyrignac*

p60 **DANS LE VERCORS, UN TOURISME  
AUX DEUX VISAGES**  
*Le développement touristique du Vercors  
peine à s'harmoniser, faute de coordination  
entre territoires, par Marjolaine Koch*

*Photo : Enlarge your Paris*



*Photo : Vincent Mercier*

p66 **VENISE NE VEUT PLUS  
DU MONDE D'AVANT**  
*Entre retour des touristes et recherche  
d'un modèle durable pour la lagune,  
par Ismaël Bouttier et Nicolas Tricaud*

p70 **L'INVITÉE : SASKIA COUSIN**  
*Rencontre avec l'anthropologue et maîtresse  
de conférences à l'université Paris Descartes*

p78 **LIVRES**  
p82 **CINÉMA**  
p84 **EXPOS**  
p86 **ENTRETIEN**  
*avec Bruce Bégout, philosophe et maître  
de conférences à l'université de Bordeaux-III*

p90 **JEUX VIDEO**  
p91 **MUSIQUE**

p92 **VILLE DE FICTION**  
*Le tourisme demain au prisme des imaginaires,  
par Nicolas Minvielle et Olivier Wathelet*

p94 **VOUS ÊTES BIEN URBAINE...  
HÉLÈNE DANG VU**  
*maître de conférences en urbanisme  
à l'université Gustave-Eiffel*



# ESPÈCES URBAINES EN VOIE DE DISPARITION

Marie Baléo

## La place de parking

En 1607, un édit d'Henri IV ordonnait que les rues soient libérées des « *coches, charrettes, chariots, troncs, pièces de bois et autres choses qui peuvent empêcher ou encombrer ledit libre passage* ». Si l'interdiction de stationner n'a rien d'une nouveauté, la place de parking, elle, est un enfant du XX<sup>e</sup> siècle, et le symbole de la civilisation automobile : « *They paved paradise and put up a parking lot* », chantait Joni Mitchell en 1970.

C'est dans l'Ohio qu'apparaît la première loi obligeant à prévoir un nombre minimum de places de parking pour chaque nouveau bâtiment construit. Nous sommes en 1923, et cette mesure de gestion de l'espace urbain essaiera bientôt pour s'imposer partout dans le monde. L'heure de gloire du parking est arrivée : à mesure que la voiture façonne les paysages, l'espace dédié au stationnement croît inexorablement, partant même à la conquête des sous-sols. On estime que les États-Unis comptent aujourd'hui suffisamment de parkings pour recouvrir tout le New Jersey.

Mais l'état de grâce sera de courte durée. En cause, dès l'orée du XXI<sup>e</sup> siècle : le développement des transports en commun dans les centres urbains, l'évolution des usages sous l'effet du numérique, mais aussi la raréfaction du foncier dans les villes denses, métropolisation oblige. Et les collectivités de jeter un regard neuf – et intéressé – sur ces espaces précieux. La maîtrise de l'espace dévolu au stationnement devient alors un levier de souveraineté urbaine. Certaines collectivités abrogent les seuils minimaux de places de parking par projet : Berlin en 1997, São Paulo et Hambourg en 2014... Dans les grands centres urbains, la réduction des espaces de stationnement apparaît comme un moyen de lutter contre la pollution en incitant les habitants

à se tourner vers les modes décarbonés que sont les bus, vélos et autres trottinettes électriques. Certaines villes européennes mettent en place des zones à faibles émissions, piétonnisent des quartiers et suppriment des places de stationnement – c'est le cas à Oslo, qui en a remplacé plusieurs centaines par des infrastructures pour vélos et du mobilier urbain.

À mesure que le parking urbain devient une espèce menacée (au point de constituer un investissement immobilier de plus en plus prisé), la superficie reconquise par les villes croît. Pour valoriser ces espaces, les municipalités ont l'embaras du choix : du logement aux espaces verts en passant par les plateformes logistiques, les possibilités (et les besoins) sont nombreuses. Et stimulent l'imagination : ainsi, un ancien parking souterrain du 18<sup>e</sup> arrondissement de Paris s'est-il récemment mué en ferme urbaine. Les parkings mutualisés se multiplient, et la piste des places réversibles fait son chemin, achevant de transformer le visage du stationnement urbain. Subsiste cependant une variété de parkings promise à un avenir heureux aux abords des grandes villes : le parking relais, qui favorise la multimodalité, encourageant les conducteurs des zones périphériques à emprunter les transports en commun pour désengorger les centres urbains. ■■■

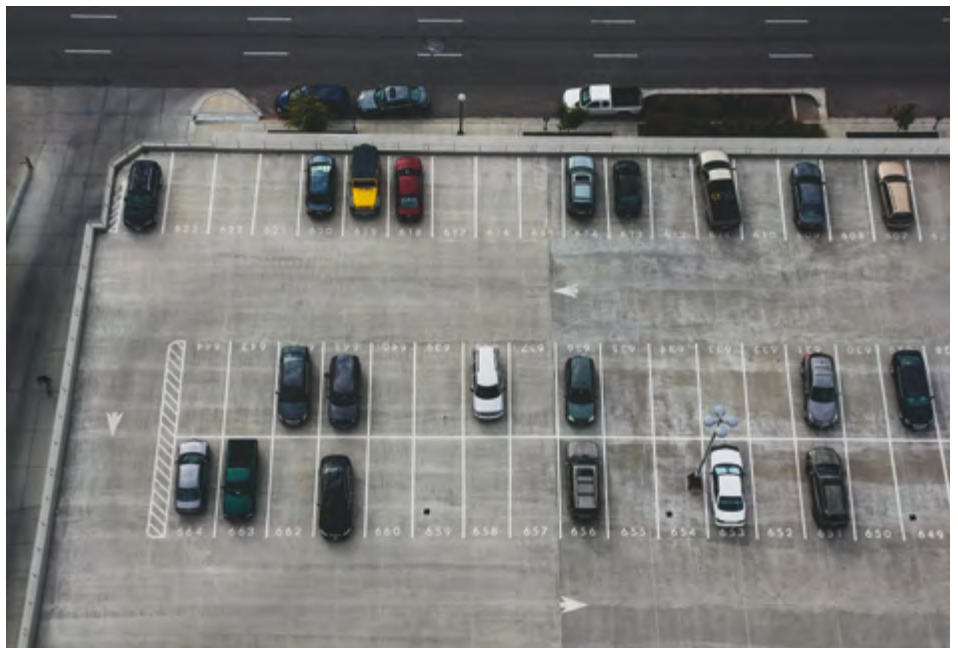


Photo :  
John Matychuk/Unsplash



# opinion

Par Jean-Louis Violeau

## Le tourisme, étrange objet dévoreur d'authenticité



**Jean-Louis Violeau, sociologue, est professeur à l'Ensa de Nantes et enseignant à l'École urbaine de Sciences-Po Paris. Il est chercheur au Centre de recherche nantais architectures urbanités (Crenau), l'équipe nantaise du laboratoire Ambiances, architectures, urbanités (AAU-CNRS).**

**Le tourisme, comment aborder sereinement cette activité économique incongrue qui se nourrit d'une ressource qu'elle s'acharne à consumer presque instantanément, l'authenticité? De contemplatif, élitiste et marginal à ses origines, le tourisme s'est, en effet, mué en un fascinant dévoreur d'espaces dès lors banalisés et de pratiques dès lors folklorisées, en se massifiant tout au long du siècle écoulé pour atteindre une forme de point de non-retour à la veille du grand confinement de 2020.**

Y aura-t-il un « monde d'après » pour le tourisme ? Il est encore un peu tôt pour se prononcer, même si notre intuition nous invite à ne pas rester sourds face à la noirceur divinatoire de Michel Houellebecq, qui fut l'un des premiers à clamer, dès la fin du printemps 2020, que de « monde d'après » il n'y en aurait point. Mais, bien avant le romancier, quelques sociologues de renom avaient déjà tiré de leurs observations une série de constats désabusés qui depuis longtemps nous invitaient à une forme de pessimisme sur la nature de l'activité touristique. Dès 1899, Thorstein Veblen avait ainsi fait de la « consommation ostentatoire » le principe guidant sa *Théorie de la classe de loisir* – dont la réédition de 1970 fut préfacée par Raymond Aron. Un petit siècle plus tard, dans *La Distinction* (Minuit, 1979), Pierre Bourdieu – qui ne cite jamais Veblen tout en s'en inspirant largement – aura posé pour de bon le caractère relationnel de la formulation du jugement de goût. Mais n'est-ce pas l'architecte de la colonnade du Louvre, l'expert Claude Perrault, qui affirmait bien avant Pierre Bourdieu que le bon goût n'est pas autre chose que le goût de la classe dominante – « des personnes de la Cour » ? Toute discussion sur le goût ramènerait donc invariablement ou presque à une recherche

abusives de conversion – et donc de massification ! Doit-on voir dans ce constat les racines intimes de la naissance de notre « tourisme de masse » ? C'est beau parce qu'on me l'a dit, un guide, un lobbyiste, un voyageur, un journaliste, un voisin, un collègue, mes parents, un cousin... En se massifiant, le tourisme naîtrait donc de ce mécanisme paradoxal pour consumer dans l'instant ses effets – de distinction.

Un autre sociologue (certes moins) célèbre, mais « meilleur adversaire » quand même de Pierre Bourdieu (qui fut, avec Roland Barthes, membre de son jury de thèse), aura actualisé le premier les effets de ce mécanisme de « consommation ostentatoire » à travers ses deux ouvrages fondateurs, *Le Système des objets* (1968) et *La Société de consommation* (1970) : Jean Baudrillard. Mais plutôt que la combattre avec acharnement, à sa manière Baudrillard la regrettera cette bonne vieille distinction qui s'effaçait sous ses yeux, quand bien même elle fut porteuse, cette distinction, d'une indéniable violence symbolique. Au fil de la décennie 1980, le sociologue préférera d'ailleurs parler progressivement de « différentiel » plutôt que de « distinction », mais toujours pour regretter sa disparition. Baudrillard, on l'a régulièrement critiqué pour son retrait choisi, son engagement défaillant et son relativisme flottant, mais il aura toujours lutté contre l'équivalence généralisée des objets, des lieux et des paysages, et donc contre les effets du tourisme massifié et mondialisé. Le sacré est miné, et ça le mine.

### La carte précède le territoire

Cette logique relationnelle de la distinction, écrit plus tard Baudrillard dans le dernier volume de ses *Cool memories* en 2005, « est au fond un vestige précieux du temps révolu des signes et de la valeur signe, dont la perte, quoique insensible



dans l'équivalence des images, est plus grave encore que celle du réel». À l'époque, le sociologue a, en effet, accompli depuis une vingtaine d'années le tour de ce qu'il nommera les simulacres, où bien entendu se retrouvent plusieurs hauts lieux du tourisme contemporain. Avec son *Simulacres et simulation*, Baudrillard livre ainsi dès 1981 une radiographie impitoyable de Disneyland et de sa machinerie touristique. Le parc s'y trouve tout entier dépeint comme une «simulation» aveuglante: la simulation produit le simulacre, qui se situe au-delà du faux. La simulation ne se réduit pas à jouer le rôle d'un miroir. Le simulacre – qui a toujours existé – naît de la dissolution du lien entre le signifiant et le signifié. Mais si Disney est indissociable de la Californie, son port d'attache, son lieu d'origine, il «est là pour cacher que c'est le pays "réel" [c'est] toute l'Amérique "réelle" qui est Disneyland [...]. Il ne s'agit plus d'une représentation fausse de la réalité (l'idéologie), il s'agit de cacher que le réel n'est plus le réel, et donc de sauver le principe de réalité». Il s'agit d'une histoire de carte qui précède le territoire, déjà, et de l'histoire toujours recommencée du réel et de sa représentation. Le simulacre, pour reprendre la définition qu'en a donnée en 1980 dans ses *Arts de faire* son ami l'historien jésuite Michel de Certeau, «c'est en somme la localisation dernière du croire dans le voir, c'est le vu identifié à ce qui doit être cru». Fabriquant du réel avec des semblants, le simulacre s'inscrit ainsi dans une longue histoire théorique et politique qui comprend la réalité comme séparée d'elle-même. Et dans quelle autre activité humaine mieux que le loisir, et son petit-cousin dévoyé le tourisme, s'exprime cette forme de séparation, où le faux par excellence est livré à la contemplation d'une foule désœuvrée, délivrée pour un temps du travail (le loisir) et délocalisée par le voyage (le tourisme)?

### Contempler un décor rêvé

Quelques hommes politiques – de gauche ou de droite, là n'est plus la question – auront bien tenté ces dernières années de lutter par le slogan contre cette forme de séparation fatale, en cherchant une nouvelle alliance entre l'étrange et le familier. Jean-Yves Chapuis, lorsqu'il était encore adjoint à l'urbanisme à Rennes, avait ainsi caressé l'idée d'être «touriste dans sa propre ville», et Franck Louvrier, le maire de La Baule, vante régulièrement depuis les confinements successifs la perspective de «vivre et travailler au pays des vacances». Et sans doute l'a-t-on injustement oublié, mais, en 1969, dans le programme du candidat Timothy Leary au poste de gouverneur de Californie (contre Ronald Reagan), il y avait cette idée, certainement loufoque de la part du «pape du LSD», de transformer la Californie entière en parc à thème. La chanson que John Lennon lui avait écrite pour cette campagne demeure d'ailleurs dans toutes les mémoires un demi-siècle plus tard: *Come together, right now, over me*.

Aujourd'hui, au terme de plusieurs décennies de tourisme mondialisé et massifié, combien de Californiens et de Chinois désormais viennent-ils à Paris pour contempler un décor rêvé, une image de ce que l'on n'y verra plus jamais et que l'on n'aura peut-être jamais vu à cet endroit? Mais ce processus n'était-il pas présent dès les origines, dès le XIX<sup>e</sup> siècle et les escapades touristiques des élites lettrées qui «inventèrent» des régions entières comme la Toscane, le Pays basque ou la Côte d'Azur? Lointain disciple de Pierre Bourdieu, le sociologue Luc Boltanski nous a



Photo : Bastien Nvs /Unsplash

récemment livré, avec Arnaud Esquerre, une dissection au scalpel de ce vaste mouvement d'aplanissement de l'authenticité des paysages et des pratiques. Dans son *Enrichissement* (Gallimard, 2017), qui est avant tout une critique de la marchandise, il parle d'abord des objets mais aussi des paysages et des lieux qui les ont vus naître, de Laguiole à Bilbao, du couteau au musée. Il dit ainsi combien le couteau, peut-être contrefait, doit pourtant être absolument acheté à Laguiole même, là où la coutellerie artisanale n'existe que depuis les années 1990, pour acquérir une valeur supplémentaire: un nom, une marque, un village. Qu'importe l'usage, l'efficacité du signe prévaut.

Cette économie de l'enrichissement symbolique est inséparable de celle du tourisme, et elle gouverne nos pratiques depuis plus d'un siècle désormais. Pour combien de temps encore? 1992, au moment même où Euro Disney ouvrait ses portes, Renault-Billancourt fermait les siennes. Mais, en 2020, sous l'empire du Covid, Disneyland les aura bel et bien fermées, ses portes, et pour la première fois de son histoire<sup>1</sup>. Les Californiens eux-mêmes n'y auront pas cru, à la réalité du parc enchanté. «Réversibilité» oblige (autre concept cher à Baudrillard), Disneyland Paris sera même temporairement devenu un «vaccinodrome» en avril 2021! Disney a trahi, son enceinte ne protège plus ses sujets. Le tourisme nous aurait-il trahis depuis ses origines? On nous aurait donc menti? Il est vrai que les discours émanant de cet univers sont généralement teintés d'un tel optimisme, granitique, qu'ils en deviennent très vite raisonnablement suspects. ■

<sup>1</sup>/ Si cette fermeture exceptionnelle liée à la situation sanitaire a duré plusieurs mois, le parc à thème francilien avait déjà connu deux courtes fermetures par le passé, lors de la tempête de 1999 et après les attentats de novembre 2015 (NDLR).



# LE NUMÉRO 426 – TOURISME EN CHIFFRES ET EN LETTRES

45%

Proportion des moins de 30 ans se disant favorables à la reprise du trafic aérien, selon Sociovision.

« Les vallées, la moyenne montagne ou les zones littorales ont fait, ces derniers mois, l'objet d'une attention inédite. »

Rémy Oudghiri,  
directeur de Sociovision  
(groupe Ifop).



Carte touristique de Venise.  
Photo I. Bouttier et N. Tricaud

« On dirait que la ville veut te mettre dehors. »

Marta, professeure à Venise et activiste.

« J'ai l'impression que les promoteurs comme les élus tirent sur la corde du ski tant que c'est rentable. »

Delphine, propriétaire d'un studio à Villard-de-Lans.

« Une ville "marchable" a beaucoup plus de valeur économique. »

Vianney Delourme,  
cofondateur de Enlarge your Paris.



**« Un musée doit s'ancrer dans son territoire pour constituer un réel outil de développement touristique. »**

Hervé Barbaret,  
directeur général de France Muséums.

**118 millions**

Montant en tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> généré par l'activité touristique en France en 2018, selon les études réalisées par la Scet et Carbone 4 pour l'Ademe.

**50 000**

Le nombre d'habitants sur l'île de Venise, qui s'élevait à 150 000 il y a un siècle.

*« À Porquerolles, on peut avoir de deux à quatre écrans de bateaux qui masquent l'horizon, ce qui procure un sentiment d'enfermement lorsqu'on est sur la plage. »*

Marc Duncombe,  
directeur du parc national de Port-Cros.

*« L'offre de visites dites "culturelles" – du temple d'Angkor au "typique village africain" – fait partie du paquet commercial de nombreux resorts, au même titre que la soirée "mousse et T-shirt mouillé" ou le club enfant. »*

Saskia Cousin, anthropologue.

**3/4**

La proportion de Français en âge d'aller au musée mais qui n'y vont pas (hors visite scolaire), selon l'étude décennale du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français.

**168 milliards d'euros**

Montant de la consommation touristique en France en 2018 (7,2 % du PIB), selon le *Memento du tourisme* de la Direction générale des entreprises (DGE).

*« Actuellement, aucune étude, aucun dispositif administratif ou statistique ne permet de connaître au niveau national combien de personnes précisément sont concernées par le travail saisonnier. »*

Selon le rapport de France Stratégie  
L'emploi saisonnier : enjeux et perspectives (2016).



## EN LIEN AVEC CE NUMÉRO

**Le Tour piéton du Grand Paris, 190 km à travers les paysages franciliens**

Le média *Enlarge your Paris*, la Société du Grand Paris et l'Apur proposent un circuit de douze étapes du 17 au 28 août 2022, pour explorer les trésors naturels et culturels le long des futures lignes du Grand Paris Express. Un abonnement aux transports en commun suffit pour ce voyage en compagnie d'urbanistes, géographes et botanistes qui partageront leurs connaissances de la métropole francilienne. Une randonnée de 190 km traversant la vallée de la Mérintaise, la Seine forestière et l'Ile-Saint-Denis, entre autres. Les inscriptions sont ouvertes sur le site d'*Enlarge your Paris* à partir du 24 juin.

*Du 17 au 28 août 2022*

[www.enlargeyourparis.fr/balades/sept-evenements-a-ne-pas-manquer-pour-explorer-le-grand-paris-a-pied-a-velo-ou-sur-leau](http://www.enlargeyourparis.fr/balades/sept-evenements-a-ne-pas-manquer-pour-explorer-le-grand-paris-a-pied-a-velo-ou-sur-leau)

**Communication touristique : 1001 Montréalais filment leur ville au même moment**

Tourisme Montréal donne un nouveau souffle à la communication publique en attribuant à ses résidents la mission de promotion de cette terre québécoise : « C'est à travers les gens que Montréal se vit. C'est pourquoi on a demandé à 1001 Montréalais de filmer leur ville le même jour à 17 h pile. » L'occasion de repenser notre façon d'explorer l'urbain, offrant une vision diversifiée et personnelle de ces lieux vécus. Une immersion réussie d'1 minute 53, en ligne.

*Tourisme Montréal – 1001 Montréalais filment leur ville au même moment*

[www.youtube.com/watch?v=B-bngeAzwKBY](http://www.youtube.com/watch?v=B-bngeAzwKBY)

**Festival Des rails & vous #2**

L'association Once upon a train (Ouat) imagine et construit des séjours sur rail autour du monde pour sensibiliser à l'urgence climatique et promouvoir une manière de voyager durable. Elle organise un festival au cœur du tiers-lieu Ground

Control, à Paris, les 17 et 18 septembre 2022. Au programme, discussions autour du voyage de demain, récits d'épopées ferroviaires, rencontres d'acteurs engagés pour une mobilité douce et inclusive et construction de fresques. L'occasion de repenser du voyage, et du temps que l'on y accorde.

*Les 17 et 18 septembre 2022*

*Ground Control*

*81, rue du Charolais, 75012 Paris*

<https://ouat-train.com/project/festival-des-rails-vous-2/>

## ON Y SERA !

**« Habiter demain, en toute hospitalité » Université d'été des urbanistes**

L'Institut d'urbanisme et de géographie alpine de Grenoble accueille les universités d'été des urbanistes organisées par le Conseil français des urbanistes (CFDU), les 25 et 26 août 2022.

Au programme : conférences et ateliers participatifs autour de la thématique « Habiter demain en toute hospitalité » et une après-midi de visite de Grenoble et ses environs. Les plus enthousiastes pourront également participer à une projection-débat autour du film *Nul homme est une île*, du réalisateur Dominique Marchais, le 24 août, visiter une filière bois en chartreuse ou participer au festival ArchiNature, le samedi 27 août.

*[Les adhérent(e)s au CNJU bénéficient du tarif étudiant quel que soit leur statut.]*

*Du 24 au 27 août 2022*

*Institut d'urbanisme et de géographie alpine*

*14-14 bis, avenue Marie-Reynard*

*38100 Grenoble*

<https://sites.google.com/site/cfduurba/universites-d-ete/2022-grenoble/programme>

**Forum des projets urbains Lyon – Innovapresse**

Dans le prolongement du Forum des projets urbains qui se tient depuis vingt ans dans la capitale française, Innovapresse

vous donne rendez-vous dans la capitale des Gaules. Cette année, le FPU Lyon se tiendra le 22 septembre 2022, au Palais de la Bourse, qui accueillera les professionnels de l'aménagement et les décideurs pour dialoguer autour des projets de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

Vingt ateliers-projets et deux conférences seront proposés aux 300 participants.

*[Les adhérent(e)s au CNJU peuvent profiter d'un tarif exclusif pour les différents Forums projets urbains. Plus d'informations sur notre LinkedIn.]*

*22 septembre 2022*

*Palais de la Bourse*

*Place de la Bourse, 69002 Lyon*

<https://lyon.projetsurbains.com/lyon.html>

## INTERNATIONAL

**« From Wealthy to Healthy Cities » Isocarp World Planning Congress**

La Région de Bruxelles-Capitale accueillera la prochaine édition de l'Isocarp World Planning Congress, consacrée à la thématique « From Wealthy to Healthy Cities » (Des villes riches aux villes saines). Association mondiale des urbanistes, Isocarp compte plus de 700 membres implantés dans 85 pays.

Le congrès, qui se tiendra du 3 au 7 octobre 2022, a pour ambition d'impulser un débat autour de l'évolution des villes et le rôle de la santé dans la planification urbaine à l'aune de l'ensemble des problématiques et questionnements engendrés par la crise sanitaire.

L'occasion d'échanger sur le bien-être des habitants autour de visites guidées, de réunions plénières, de *walkshops* et d'événements de mise en réseau au cœur de la capitale de l'Europe.

*Du 3 au 7 octobre 2022*

*Région de Bruxelles-Capitale*

<https://perspective.brussels/fr/actualites/en-octobre-2022-bruxelles-sera-la-ville-hote-du-congres-mondial-des-urbanistes>

## TRANSITIONS

## « Villes durables en actions »

**France Ville Durable**

La deuxième édition du rendez-vous des acteurs de la ville durable aura lieu le 16 septembre 2022, à Dunkerque.

Consacré à la transformation écologique et la résilience des territoires pour la qualité de vie et la santé, il a pour ambition d'inspirer les décideurs publics et privés dans leurs actions en faveur des territoires résilients.

Cinq tables rondes sont organisées autour des grands défis de notre temps : sobriété, résilience, créativité et inclusion.

16 septembre 2022

Halle aux Sucres

3, route du Quai Freycinet

3 Môle 1

59140 Dunkerque

<https://franceville durable.fr/agenda/>

**Projets #biodiversitéBZH**

L'agence bretonne de la biodiversité organise des ateliers à destination des concepteurs de la ville – publics et privés – qui souhaitent découvrir, échanger, partager ou renforcer leurs connaissances.

Deux journées sont programmées : le 22 septembre 2022, à Rennes, en partenariat avec le Conseil départemental d'Ille-et-Vilaine, qui débutera avec un temps collectif autour du projet recherche-action « Couesnon 2050 », puis le 20 octobre, à Vannes, en partenariat avec le conseil départemental du Morbihan, qui abordera notamment la modélisation comme outil d'aide à la décision, au travers de l'exemple de la Trame verte et bleue du Pays de Rennes.

Ces conférences seront suivies d'ateliers autour de thématiques telles que les outils fonciers de la biodiversité ou les avantages des espèces locales pour la biodiversité.

22 septembre 2022, à Rennes

20 octobre 2022, à Vannes

<https://biodiversite.bzh/nos-actions/ateliers-projets/>

## L'ŒIL DU CNJU

**On vous recommande :****→ Pour s'inspirer****Vivre la ville et la réparer**

L'urbaniste Maxime Génévrier propose depuis le mois d'avril 2022 une série de podcasts, fruit d'une réflexion autour des critiques dont la ville a été l'objet depuis la crise sanitaire.

Partant du constat qu'elle a suscité un questionnement abyssal chez celles et ceux qui la conçoivent, il s'interroge sur ses fantasmes, ses imaginaires et ses failles. Il s'appuie sur une seconde hypothèse : « *L'histoire personnelle influence-t-elle les acteurs de la ville dans leur conception ?* », conférant ainsi toute son originalité à cette œuvre radiophonique. Sous forme d'interview, il propose un dialogue avec les actrices et acteurs de la ville, dont Cécile Diguët, directrice du département urbanisme, aménagements et territoires de L'Institut Paris Region (lire p. 5).

En ligne sur les plateformes de streaming :

<https://shows.acast.com/refaire-la-ville>

**→ Pour se former****Mooc – « Mon village, ma ville en transitions »****Centre ressource du développement durable (Cerdd)**

La deuxième édition de ce Mooc propose d'accompagner les élus afin de concevoir une feuille de route ambitieuse autour des enjeux environnementaux.

Quarante-trois intervenants apporteront leur expertise autour des thématiques suivantes : alimentation durable, déchets et économie circulaire, transition énergétique, mobilités durables, natures et biodiversité, innovations sociales.

Gratuit et ouvert à tous, il se présente sous la forme de cours vidéo d'une durée de trois heures, accompagnés de quiz et de ressources.

En ligne jusqu'au 2 mai 2023

France université numérique

[www.cerdd.org/Parcours-](http://www.cerdd.org/Parcours-thematiques/Territoires-durables/Ressources-territoires-durables/)

[thematiques/Territoires-durables/](http://www.cerdd.org/Parcours-thematiques/Territoires-durables/Ressources-territoires-durables/)

[Ressources-territoires-durables/](http://www.cerdd.org/Parcours-thematiques/Territoires-durables/Ressources-territoires-durables/)

[MOOC-Mon-village-ma-ville-en-transitions](http://www.cerdd.org/Parcours-thematiques/Territoires-durables/Ressources-territoires-durables/)

**→ Pour prendre le temps**

Le label « Lille3000 » – créé par Lille et sa région en 2004, à l'occasion de sa nomination en tant que capitale européenne de la culture – a pour vocation d'explorer les cultures et les problématiques du monde par le biais de la création contemporaine, l'innovation et le futur. Du 14 mai au 2 octobre 2022, elle lance sa 6<sup>e</sup> édition thématique « Utopia ». Néologisme grec créé par l'écrivain anglais Thomas More au XVI<sup>e</sup> siècle, *utopia* désigne un idéal inexistant, inaccessible. Les différentes créations artistiques et scientifiques questionnent la hiérarchie entre les hommes et la nature. Le CNJU vous conseille particulièrement l'exposition « Môm'art » à la gare Saint-Sauveur qui valorise le travail artistique d'élèves de trois communes de la métropole lilloise, mené durant toute l'année scolaire, autour des liens invisibles entre l'humain et le vivant, l'inspiration qu'évoque la nature et nos impacts sur celle-ci.

Utopia

Du 14 mai au 2 octobre 2022

<https://utopia.lille3000.com/?s=mom%27art>

Jusqu'au 3 septembre 2022

Exposition « Môm'art »

Gare Saint-Sauveur

15, bd Jean-Baptiste-Lebas, 59000 Lille

Le Collectif national des jeunes urbanistes (CNJU), association des jeunes urbanistes, conduit depuis 2010 des actions d'appui en faveur de l'insertion professionnelle et de la mise en réseau des diplômés en urbanisme et aménagement. Rassemblant associations étudiantes et d'*alumni*, jeunes urbanistes diplômés et jeunes professionnels en exercice, le CNJU prend part aux débats sur l'organisation de la profession en France. Le collectif y contribue aux côtés des associations professionnelles, des instituts d'urbanisme, des fédérations d'employeurs et des pouvoirs publics nationaux.





# ③ QUESTIONS À

## Cécile Helle, maire d'Avignon



© Ville d'Avignon

**La ville d'Avignon, riche d'une identité et d'une image forte sur le plan patrimonial et culturel, inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco, est une des villes les plus visitées de France.**

### Comment se porte le secteur du tourisme à Avignon ?

Avignon, comme toutes les villes patrimoniales et culturelles qui sont des destinations de tourisme urbain, fait partie des territoires qui ont été les plus impactés par la pandémie.

Nous avons donc dû réagir vigoureusement face à la crise sanitaire et ses effets, tout en engageant une réflexion plus fondamentale sur les nécessaires évolutions du secteur à moyen terme. Je copréside la commission « Tourisme » de l'association France Urbaine, au sein de laquelle nous travaillons à repenser le tourisme urbain de façon plus transversale, sobre et engagée. Cette crise a été un révélateur des dynamiques locales, elle a replacé les habitants au cœur de leur ville qu'ils ont pu se réapproprier ; elle a mis à jour certaines solidarités et de nouveaux communs que se partagent désormais habitants et visiteurs. Ce sont des axes forts de notre nouvelle politique touristique.

### Quelques exemples concrets pour illustrer cette nouvelle politique ?

Chaque ville doit jouer avec sa géographie urbaine et les caractéristiques morphologiques de son territoire. Avignon est une ville à taille humaine, où rien n'est démesuré ni éloigné et où chacune, chacun, est toujours au contact des autres. Cela doit nous guider dans notre manière d'accueillir et d'accompagner les visiteurs dans la découverte de notre ville ; l'expérience que nous leur proposons est avant tout humaine et authentique.

Cette question de l'échelle est par exemple très importante sur le plan des mobilités. Nos réflexions nous conduisent à mieux accueillir les cyclotouristes, les randonneurs, car il n'y a pas de tourisme de niche, mais au contraire des types de visiteurs que nous avons très envie d'accueillir, car ils correspondent à la façon dont nous voulons plus généralement voir pratiquer la ville.

Autre point important, si c'est à l'industrie touristique locale de faire sa révolution et de s'engager, comme nous y invitons tous les acteurs, dans la transition écologique, la ville se fixe comme objectif de donner les bonnes impulsions, par exemple dans l'organisation des événements : à horizon 2025, plus aucune manifestation ne pourra être organisée à Avignon sans adhérer à la charte des éco-festivals qui bannit le plastique et incite à l'utilisation des énergies renouvelables.

### Quel est le rôle fondamental de la ville en la matière ?

Nous devons dépasser la fonction de la ville qui réglemente et qui contrôle, et nous avons de moins en moins de moyens d'être la ville qui dote en distribuant les subventions.

Plus que jamais l'action de la collectivité doit être politique : elle impulse, inspire et elle doit convaincre tous les acteurs du tourisme de s'engager dans cette mue, car elle est profitable à tous.

*Propos recueillis par Julien Meyrignac*

**En 2022**  
**la revue fête**  
**ses 90 ans**  
**et se réinvente !**

---

Une **nouvelle ligne**  
**éditoriale,**  
plus ouverte sur les problématiques  
opérationnelles des acteurs

Une **nouvelle périodicité,**  
6 numéros bimestriels,  
2 hors-séries et des suppléments

Une **nouvelle maquette**

---

**Réservez dès aujourd'hui votre emplacement**  
**publicitaire dans notre prochaine édition**

*Je souhaite recevoir le mediakit*



**VOTRE CONTACT :** Joan Bsiri

developpement@urbanisme.fr • 06 78 64 85 44 • [www.urbanisme.fr](http://www.urbanisme.fr)

BOUCLAGE : mardi 16 août \* n° 427 sept./oct. : **TERRITOIRES D'AVENIR**



# QUEL TOURISME DANS LA SOCIÉTÉ DE L'APRÈS-COVID ?

Rémy Oudghiri

**Le tourisme est-il entré dans le « monde d'après » la pandémie de Covid-19 ? Le sociologue Rémy Oudghiri, directeur de Sociovision (groupe Ifop), dresse un panorama des « quatre France du tourisme », ainsi que les profils émergents de nouveaux comportements touristiques.**

**La France est-elle entrée dans un nouveau cycle touristique ? Première destination mondiale en 2019, l'Hexagone n'a pas échappé à la crise du secteur déclenchée par la pandémie planétaire du Covid-19. Forcés à l'inactivité et à l'immobilité pendant une longue période, les Français ont eu le temps de réfléchir au « monde d'après ».**

Pour beaucoup, cette étrange période a été l'occasion de porter un regard critique sur l'évolution du secteur. Car le tourisme est traversé depuis plus d'une décennie par des tendances qui remettent en cause sa viabilité à long terme, notamment les conséquences négatives du tourisme de masse et les effets de la crise écologique sur l'environnement. Sans parler de la plateformes de son économie (TripAdvisor®, Booking.com®, Airbnb®...) qui fragilise les acteurs historiques.

Ces tendances ont conduit à une crise d'identité du secteur dont la majorité des Français était consciente avant même la crise sanitaire. Interrogés en 2019 dans une enquête de Sociovision, 64 % déclaraient, en effet, qu'ils ne supportaient pas « d'aller dans les sites très fréquentés par les touristes ». Cette opinion s'expliquait par les conséquences de plus en plus visibles du tourisme de masse sur le territoire français. Ainsi, dans la même enquête, 81 % des personnes interrogées affirmaient que « le développement touristique dénature certains sites et certaines villes (hébergements, commerces, prix, etc.) ».

Avec le retour à la vie normale qui se profile désormais, qu'en est-il de ces réflexions ? Les Français vont-ils vraiment changer leurs comportements ? Et l'offre touristique va-t-elle se transformer pour répondre à ces nouveaux défis ? S'il est encore tôt pour dire quelle direction est la plus probable, il est en revanche possible d'étudier le rapport des Français au voyage et aux séjours

touristiques. L'analyse des données disponibles montre que quatre grandes logiques se dégagent aujourd'hui dans la société française.

## LES QUATRE FRANCE DU TOURISME

### Le temps du rattrapage : les impatientes

Nombreux sont ceux qui ont rongé leur frein pendant les confinements et les couvre-feux que la France a connus à partir de mars 2020. Plus les restrictions ont duré et plus leur désir de rattraper le temps perdu s'est affirmé. Ceux-là, ce sont les « Français impatientes ». Aujourd'hui, ils sont animés du désir de voyager à nouveau, un plaisir qu'ils ont longtemps mis entre parenthèses. Parmi eux, deux segments de la population se distinguent : d'abord, une partie des Français disposant de revenus conséquents et d'une épargne qui a augmenté depuis mars 2020, ensuite, une partie de la jeunesse dont l'élan voyageur a été brutalement interrompu par la crise sanitaire.

Les Français aisés (environ 15 % de la population française) sont ceux qui voyagent en dehors des frontières de la France. La plupart apprécie de voyager à l'étranger régulièrement, alors qu'un quart seulement du reste de la population dit aimer le faire. Même s'ils sont conscients de la gravité de la crise écologique, ils ne veulent pas renoncer à une de leurs activités préférées. Dans la dernière vague de l'Observatoire annuel de Sociovision (juillet 2021), un sur deux déclare souhaiter reprendre l'avion comme avant et la même proportion n'envisage pas de changer ses habitudes de voyage.

Une partie de la jeunesse n'a pas non plus renoncé à voyager en avion. Ainsi 45 % des moins de 30 ans se disent favorables à la reprise du trafic aérien. Dans les enquêtes d'opinion, la « génération climat », comme on la baptise parfois, affiche clairement



Photo : Tommy Kwak/Unsplash

ses inquiétudes face aux conséquences de la pollution ou aux risques climatiques, mais elle a toujours soif d'ailleurs et voyager demeure en tête de ses priorités. Pour l'instant, elle se contente de constater cette contradiction sans en tirer de conséquences concrètes sur sa propre mobilité.

Le tourisme aérien a donc un bel avenir devant lui. Le paradoxe est que c'est au sein des populations les plus réceptives aux messages écologiques que le désir est le plus fort. Davantage qu'un changement de comportement, il apparaît évident que seule une évolution de la réglementation pourra limiter de façon significative l'usage de l'avion dans les années qui viennent.

### **Le temps du local : les classes moyennes**

Une autre tendance a récemment séduit un large pan de la population. C'est ce que l'on pourrait appeler le « tourisme de l'hyper-proximité ». Car si les classes moyennes françaises ont toujours plébiscité les vacances à l'intérieur des frontières de l'Hexagone, la période de la pandémie leur a permis de redécouvrir le charme des destinations très locales. Et tout d'abord leur propre territoire. Certains ont, en effet, pris conscience qu'on pouvait être dépaysé et se déconnecter sans avoir besoin de voyager très loin.

Dans le même registre, deux autres évolutions intéressantes sur le plan sociologique sont à souligner. D'un côté, les territoires traditionnellement délaissés par les touristes ont séduit de nombreux nouveaux venus. Les vallées, la moyenne montagne ou les zones rétro-littorales ont ainsi fait, ces derniers mois, l'objet d'une attention inédite. De même, des endroits comme les Vosges, le Jura, le Massif central ou la Bretagne intérieure ont conquis de nouveaux publics. Des pratiques se sont développées, comme le tourisme à vélo, l'agrotourisme, l'œnotourisme ou le *woofing*, contribuant à augmenter l'attractivité de certains territoires. Elles

ont ainsi consacré le principe d'un tourisme de plein air, où gîtes et randonnées rencontrent un franc succès.

## **On l'oublie parfois, mais une partie des milieux populaires ne part jamais en vacances.**

D'un autre côté, au-delà du tourisme, les enquêtes de Sociovision montrent qu'une partie des jeunes actifs envisage de plus en plus sérieusement d'aller s'installer dans des lieux proches de la nature. Ainsi, 24 % des 25-34 ans rêvent de déménager et de changer de vie pour cette raison. Un chiffre qui traduit la désaffection dont les villes sont aujourd'hui l'objet dans une partie de la population. Bien sûr, le passage à l'acte n'est pas toujours évident et la hausse durable des prix des carburants pourrait en décourager certains. Il y a néanmoins fort à parier que ce mouvement, déjà observable sur le territoire, va s'affirmer au cours de la décennie 2022-2030.

### **Le voyage déclassé**

Même si la France accueille chaque année de très nombreux touristes sur son sol, il ne faut pas oublier qu'une partie importante des Français voyage peu. Le fait n'est pas nouveau, mais il a tendance à s'accroître. On l'oublie parfois, mais une partie des milieux populaires ne part jamais en vacances. Le manque de moyens financiers en est la cause principale. Ainsi, 31 % des



Français interrogés par Sociovision en 2021 déclarent « avoir souffert des difficultés pour boucler leurs fins de mois ».

Au-delà des milieux populaires, c'est une partie significative de la classe moyenne qui se voit aujourd'hui dans l'obligation de renoncer au voyage ou d'en limiter la fréquence. Aujourd'hui, 56 % des Français admettent que « leur budget leur permet tout juste de faire face aux dépenses de base (logement, chauffage, alimentation, carburant...) ». Dans ce contexte, partir en vacances apparaît comme une véritable gageure. En 2008, 70 % des Français déclaraient appartenir à la classe moyenne, ils ne sont plus que 61 % aujourd'hui. Dans le même temps, la proportion de ceux qui se définissent comme membres de la « classe modeste » est passée de 23 % à 35 %.

## **La redécouverte des territoires va continuer de s'imposer dans une société où la mondialisation ne fait plus rêver grand monde.**

Il existe ainsi une vraie ligne de clivage entre, d'un côté, les milieux populaires et les classes moyennes basses (environ 54 % des Français), qui, soit ne partent pas en vacances, soit sont obligés de réduire la voilure et, d'un autre côté, les classes moyennes hautes et les classes aisées (46 % de la population française), qui partent régulièrement en vacances en France, et pour les plus aisés, à l'étranger. La période récente a plutôt aggravé cette polarisation : la partie la plus aisée de la France a augmenté ses dépenses et ses réservations touristiques (effet du rattrapage) et la partie la plus fragile les a réduites (effet du déclassement). Une situation qui risque de durer. En effet, les classes moyennes basses sont très dépendantes de l'automobile pour leurs déplacements quotidiens, et ce poste de dépenses a fortement augmenté au cours des six premiers mois de l'année 2022.

### **L'émergence d'un courant écoresponsable et le tourisme durable**

Le panorama de la relation des Français au voyage ne serait pas complet si on ne soulignait pas l'émergence d'un nouveau type de touristes plus sensibles aux thématiques écoresponsables. Plus aisés que la moyenne et souvent plus diplômés, ces Français forment la minorité favorable au concept de tourisme durable. C'est la partie des CSP+ qui considère que si les voyages hors de France sont toujours légitimes, il est impératif de modérer leur fréquence. Ainsi, environ un tiers des classes aisées accepte le principe d'un rythme plus modéré des voyages à l'étranger. Ce sont souvent des urbains critiques du consumérisme et conscients que seuls des efforts significatifs et inscrits dans la durée permettront d'engager une transition sérieuse de nos modes de vie. Ce courant est encore minoritaire, mais il va se développer au cours des prochaines années et contribuera à faire évoluer l'offre touristique vers des standards plus respectueux de l'environnement.

### **LES TYPES ÉMERGENTS DANS LA SOCIÉTÉ DE L'APRÈS-COVID**

Au-delà de ces quatre grandes logiques qui structurent aujourd'hui le rapport des Français au tourisme et au voyage, une observation attentive des évolutions récentes permet de repérer l'émergence de nouveaux profils. Encore minoritaires, ils pourraient se développer au cours des prochaines années et dessiner les voies possibles du tourisme de demain.

#### **Le nomade numérique**

Un des profils appelés à se développer au cours des prochaines années est le « nomade numérique ». Ce type est la conséquence logique de la révolution opérée par l'essor récent du télétravail. Les enquêtes confirment que la plupart de ceux qui y ont goûté souhaitent poursuivre l'aventure. Les jeunes, en particulier, sont séduits par cette nouvelle façon de travailler. Conséquence : de plus en plus de vacances ou de séjours touristiques seront étroitement liés aux possibilités de télétravailler facilement. Prolonger un week-end tout en commençant sa semaine de travail sur place : une tendance déjà observable aujourd'hui. Des perspectives qui obligent à repenser l'offre touristique. Parmi les actifs intéressés par le télétravail, 15 % souhaiteraient pouvoir travailler à distance depuis une résidence secondaire. Ce sont les « navetteurs », un profil qui va faire évoluer l'offre de mobilité dans les années qui viennent.

#### **L'explorateur urbain**

Les Français qui vivent dans les villes ont été contraints de découvrir ou de redécouvrir leur quartier pendant la pandémie. Pour une minorité, cette contrainte a été l'occasion de faire l'expérience du tourisme urbain. Un tourisme atypique qui délaisse les grandes artères du tourisme traditionnel, pour explorer des quartiers négligés par la foule. Souvent munis d'un appareil photo, ces touristes d'un nouveau genre sont à la recherche de « pépites », comme les surréalistes un siècle plus tôt. Ils sont en quête d'insolite, de magie et de dépaysement. L'urbex [*urban exploration*, NDLR] représente la version exacerbée de cette tendance à laquelle elle ajoute une dimension recherchée par certaines personnes : la tentation de l'interdit.

#### **Le voyageur virtuel**

Aura-t-on toujours besoin demain de se déplacer physiquement pour être dépaycé ? Depuis 2007, les adeptes de Google Street View connaissent le charme de la navigation virtuelle. Grâce à ce service de Google®, on peut flâner dans les rues de sa ville ou d'autres villes, et faire le tour du monde. On peut aussi visiter des musées ou des châteaux. Cette tendance a été réactivée par la pandémie. Ne pouvant se déplacer, le tourisme virtuel a fait office de loisir de substitution. Avec les casques de réalité virtuelle, on peut désormais accéder à des expériences magiques, comme participer à un safari en Afrique ou visiter un canyon comme si on y était. On assiste également à l'émergence de plateformes qui proposent des « voyages zoom », animés en visioconférence par un guide touristique à qui on peut poser des questions tout en découvrant les paysages qu'il filme en direct.

#### **Le touriste immersif**

L'immersion n'est pas seulement l'apanage des mondes virtuels. Un tourisme de l'imaginaire se développe, qui propose

des séjours en immersion au sein d'univers de fiction. Dans le sillage des parcs d'attractions, on voit fleurir les offres évoquant *Jurassic Park* ou *Harry Potter*. Il faut dire que, plus d'un an après le début de la pandémie, le plaisir qui rassemble le plus de Français est l'imaginaire. Films et séries n'ont jamais été aussi populaires (Sociovision, 2021). C'est le signe d'une société qui a fortement besoin de fuir le réel. Ainsi la motivation principale de ce nouveau type de tourisme est de se déconnecter de la vie quotidienne, s'exiler dans des univers fictifs, et échapper à la morosité ambiante.

### Le voyageur lent

Les villes, depuis quelques années, incitent leurs habitants à ralentir. En augmentant les voies réservées aux piétons et aux adeptes des mobilités douces (vélos, trottinettes...), elles habituent peu à peu les citadins à jouir de ce dont l'écrivain Hermann Hesse faisait l'éloge dans les années 1920 : le voyage lent. Face à l'accélération des modes de vie, rien de plus agréable que de flâner et de profiter des détails offerts par le panorama urbain. Cet éloge de la lenteur parle à une frange croissante de la population qui est séduite par l'idée d'aller moins vite. Concrètement, ces aspirations favorisent le recours au train et contribuent à détourner certains du TGV pour prendre des trains plus lents, mais plus propices à la jouissance esthétique du paysage.

### Le tourisme face au défi de l'avenir

L'envie de voyager n'a donc pas disparu avec la crise du Covid – loin de là. Le « syndrome de la cabane » (l'envie pathologique de rester chez soi) n'a affecté qu'une infime minorité de la population. Le tourisme, ce fondement de la civilisation des loisirs, est bel et bien un acquis auquel est attachée la majorité de nos contemporains. Mais le secteur est aujourd'hui à l'aube de profondes mutations.

Portée par une minorité, l'émergence d'un tourisme durable verra son développement dicté par les dérèglements climatiques et l'urgence écologique qui en découle. Il exercera une

pression de plus en plus forte sur l'ensemble de la filière pour qu'elle adapte son offre à un nouveau contexte et à de nouvelles réglementations.

Ensuite, la redécouverte des territoires va continuer de s'imposer dans une société où la mondialisation ne fait plus rêver grand monde. La proximité apparaît ainsi comme un horizon désirable non seulement de l'économie, mais également du tourisme de demain. De très nombreuses opportunités de développement découlent de cette tendance : nouveaux concepts de tourisme local, émergence du tourisme solidaire, promotion de nouveaux territoires, développement des activités de plein air, etc.

L'impact du télétravail va, quant à lui, changer peu à peu les habitudes d'une partie de la population active et créer de nouvelles attentes en termes d'installations, de destinations et d'offres de mobilité. Pour certains territoires, cela correspond à de belles opportunités et l'attractivité de certaines régions en sortira renforcée.

Déjà bien amorcée, la crise du tourisme de masse oblige à revoir les offres et à faire évoluer les formules économiques. Si la France demeure attractive demain (la perspective des JO de 2024 étant un atout à court terme), un équilibre devra être trouvé à plus long terme pour préserver la viabilité des sites et du patrimoine naturel et culturel.

Enfin, l'attraction nouvelle pour le virtuel devrait favoriser une offre complémentaire au cours de la prochaine décennie. Les Français voudront toujours très majoritairement se déplacer physiquement, mais une part de virtuel s'invitera dans leurs séjours, et pas seulement pour des raisons pratiques.

Le tourisme est toujours attractif, mais un des grands enjeux de demain sera d'éviter que la polarisation déjà constatée aujourd'hui entre plusieurs France ne s'accroisse. Car, si voyager reste un idéal pour la majorité dans la société post-Covid, l'accès au voyage est depuis toujours une source d'inégalité importante entre les milieux sociaux. Le tourisme de demain saura-t-il réduire les clivages ? ■■■■



Photo :  
Courtesy of Warner Bros.  
Studio Tour London –  
The Making  
of Harry Potter





Parc national des Calanques. Photo : Jeremy Bezanger/Unsplash

# DES SITES NATURELS AU BORD DE L'ASPHYXIE

*Maidier Darricau*

**Dans les Calanques, sur l'île de Porquerolles ou au sommet des falaises normandes, la surfréquentation peut rendre l'expérience touristique invivable. Pour la faune et la flore, qui pâtissent de dégradations lourdes, comme pour le visiteur, qui doit faire face à la saturation des accès, des aménités et de la vue... Pour préserver sans toutefois interdire, les acteurs locaux mettent en place de nouvelles stratégies de régulation des flux.**

En 1995, la Charte de Lanzarote – signée à l'occasion de la Conférence mondiale du tourisme durable – prenait acte du « caractère ambivalent » du tourisme. Si celui-ci a des effets positifs sur le développement socio-économique et culturel d'un territoire, il participe à la « détérioration de l'environnement et la perte de l'identité locale ». Et particulièrement lorsque le nombre de visiteurs surpasse largement la capacité d'accueil d'un lieu. La protection en parcs naturels nationaux pour les Calanques (Bouches-du-Rhône) et Port-Cros (Var) – accordant un budget et

des moyens humains –, ainsi que l'inscription en site classé pour ces deux parcs nationaux et Étretat (Seine-Maritime) provoquent un afflux de visiteurs très difficile à maîtriser. Un tourisme consumériste, consistant à visiter en quelques jours des sites remarquables, se déploie alors via les tour-opérateurs, notamment auprès d'une clientèle étrangère.

Sans oublier la promotion dans les revues touristiques – présentant ces lieux comme idylliques – qui achèvent de faire bondir la fréquentation.

Pour les garants de la préservation de ces sites, la tâche est ardue. Voire paradoxale : « *On a parallèlement à notre mission de préservation des espaces naturels, une mission d'accueil du public, explique Nicolas Chardin, directeur du parc national des Calanques. Toute l'importance de notre mission est de trouver l'équilibre entre ces deux obligations et ces deux missions.* »

## « Depuis vingt ans, on a une augmentation annuelle de 2 % à 3 % du nombre de visiteurs. Il fallait stopper cette équation folle. »

Marc Duncombe,  
directeur du parc national de Port-Cros

L'outil réglementaire apparaît comme la pierre angulaire de la gestion des flux touristiques, indispensable à toute politique publique restrictive. Le parc national de Port-Cros a été l'instigateur d'une loi majeure à ce sujet – la loi Bignon – adoptée dans le cadre d'un amendement de la loi climat et résilience en août 2021 (*lire encadré ci-dessous*). Marc Duncombe, directeur du parc national de Port-Cros, expose son postulat de départ : « *Les différentes autorités n'ont des possibilités de réguler que pour des motifs de sécurité publique.* » À la suite d'une expertise juridique commandée par le parc, la définition d'espaces protégés est revue par la loi. Une législation essentielle pour ce site, puisqu'une partie du village de Porquerolles n'est pas incluse dans le périmètre du parc national de Port-Cros et Porquerolles. Toute réglementation était donc impossible avant l'adoption de ce texte.

Comme dans beaucoup d'autres domaines, le Covid-19 a servi de révélateur. C'était le cas à Étretat, où une végétation luxuriante

s'est vue revivifiée par l'arrêt subit des visites sur les falaises et de leur piétinement répété. « *Après quatre mois sans personne – ce qu'Étretat n'avait jamais connu, hormis pendant la guerre –, on a réellement pris conscience du niveau de dégradation du site,* révèle Estelle Sérafin, adjointe au maire chargée du tourisme.

Dans les Calanques, le piétinement est un problème avec lequel Nicolas Chardin doit également composer : « *On appelle ça l'abrasion des habitats naturels. C'est lié concrètement au piétinement à terre, au piétinement répété sur la flore, sur des habitats et en mer. La plupart des espèces naturelles recherchent la quiétude pour leur cycle de vie, mais quand on accumule de la fréquentation sur un site, que ce soit à terre ou en mer, on crée forcément de la perturbation pour les espèces.* »

À la fin de la saison estivale 2021, la mise en place d'une jauge a fait l'objet de discussions, en raison de la dégradation de la calanque de Sugiton. Un permis de visite sera demandé dès cet été pour accéder à ce lieu prisé du parc, désormais limité à 400 visiteurs par jour, quand il accueillait jusqu'à 2 500 personnes en haute saison. Une mesure à première vue drastique, qui, pourtant, ne l'est pas tellement face à un conseil d'administration qui souhaitait interdire totalement son accès.

À Porquerolles, limiter l'accès est plus aisé, en raison de son caractère insulaire. La mise en place d'une régulation des flux a été menée en coopération avec les compagnies de bateaux. L'urgence était de taille souligne le directeur du parc : « *Depuis vingt ans, on a une augmentation annuelle de 2 % à 3 % du nombre de visiteurs. Il fallait stopper cette équation folle.* » Une jauge est fixée à 6 000 visiteurs chaque jour, quand l'île de 350 habitants accueillait parfois jusqu'à 9 000 touristes sur ses plages.

Face à la difficulté de produire un indicateur corrélant niveau de fréquentation et impacts sur l'environnement, le parc s'est tourné vers les sciences sociales afin de délimiter un seuil de tolérance au-delà duquel la visite était peu supportable, via un questionnaire distribué au long de l'été 2021. « *Au-delà de 6 000 visiteurs par jour, la moitié d'entre eux était insatisfaite.* » Deux motifs se démarquent : l'excès du nombre de vélos et de bateaux présents sur place.

### Lutter contre l'ubérisation de la mer

Dans ces parcs naturels du sud-est français, impossible d'offrir une vue sur mer sans un bateau à l'horizon en période estivale. À Porquerolles, « *on peut avoir de deux à quatre écrans de bateaux qui masquent l'horizon, ce qui procure un sentiment d'enfermement lorsqu'on est sur la plage.* ». De plus, l'île est confrontée au phénomène d'« *ubérisation de la mer* », en raison de la location croissante de bateaux appartenant à des particuliers. Plusieurs mesures ont donc été mises en place afin de lutter contre cette surfréquentation marine qui avoisinait un millier à la journée en haute saison. Le stationnement des embarcations est désormais interdit sur les plages, grâce à un arrêté pris par le maire.

Une collaboration s'est ainsi instaurée entre les acteurs publics et les professionnels de la plaisance, pour lutter contre ces particuliers qui s'affranchissent de la loi. « *Nous travaillons avec eux sur le recensement de toutes les offres de particulier à particulier sur Internet,* explique Marc Duncombe. Ce qui conduira à la transmission d'un courrier pour rappeler l'interdiction de cette pratique.

La protection des espaces maritimes passe également par la sensibilisation des acteurs du tourisme. Le parc national de Port-Cros

### LA LOI BIGNON RENFORCE LE POUVOIR DES MAIRES

Le 21 novembre 2019, la loi présentée par le sénateur de la Somme Jérôme Bignon est adoptée à l'unanimité. L'objectif est de renforcer la capacité juridique d'intervention des maires, via une police spéciale. L'article L. 2213-4 du Code général des collectivités territoriales (CGT) autorise le maire à réglementer l'accès et la circulation des personnes alors qu'il ne pouvait jusqu'alors que l'interdire. Cette réglementation est élargie à l'ensemble des usagers tandis qu'elle ne s'appliquait avant qu'aux véhicules motorisés. Par un arrêté, le maire peut ainsi réguler l'accès pour les motifs suivants : tranquillité publique, qualité de l'air, protection des espèces animales ou végétales, protection des espaces naturels, des paysages ou des sites, mise en valeur à des fins esthétiques, écologiques, agricoles, forestières ou touristiques.

La loi Bignon a fait l'objet d'un amendement dans le cadre de la loi climat et résilience, adoptée le 21 août 2021.



a lancé en 2018 le programme « Bateau bleu », offrant une forme de labélisation aux bateaux de location respectant un cahier des charges de pratique d'éconavigation. « *On a cette longue pratique de travail avec une quarantaine de professionnels de la plaisance, sur la baie d'Hyères, qui nous permet d'avoir ce dialogue régulier avec eux et de bien travailler.* » Pari réussi, puisque ce programme a été élargi sur la façade méditerranéenne. Un second programme est né, « Éconaviguer », qui informe les professionnels de la plaisance des conditions de fréquentation et des gestes écoresponsables, à transmettre ensuite aux voyageurs embarquant sur leurs bateaux.

Du côté des calanques d'En-Vau et Port-Pin, le mouillage des navires est désormais interdit, avec deux objectifs : protéger les herbiers de posidonie qui tapissent les fonds marins et reconquérir le paysage. En parallèle, les loueurs professionnels ont l'interdiction d'accroître leur flotte depuis 2019, à l'exception de bateaux ayant un moindre impact sur l'environnement. Enfin, les loueurs particuliers ont l'obligation de limiter leurs prestations à cinq par an. Les polices maritimes des deux parcs sont ainsi fortement mobilisées, afin de lutter contre l'économie grise qui se déploie autour du tourisme marin. Un travail complexe, concède Nicolas Chardin : « *C'est tout à fait contrôlable et contrôlé, après ce n'est pas simple, il ne faut pas se le cacher. Évidemment, comme avec toute réglementation, on trouve des personnes pour essayer de les contourner.* »

### Limiter la surféquentation coûte cher

À Étretat, l'impossibilité de fixer une jauge d'entrée – puisqu'il s'agit d'un village – a conduit à penser le problème autrement. Sécuriser les visiteurs représente un enjeu central pour la commune : « *C'est une catastrophe, car la surface du village est de 4 km<sup>2</sup> et nous n'avons pas les infrastructures suffisantes pour cumuler ce tourisme-là, tout en permettant aux gens d'être en sécurité* », déplore Estelle Sérafin. L'adjoine au tourisme nouvellement élue en 2020 regrette l'absence de « *projets structurants* » sur la commune lors des précédentes mandatures qui auraient permis d'anticiper le « *point de rupture* » désormais atteint.

Parkings sauvages en zone dangereuse ou en hypercentre seront ainsi supprimés, remplacés par des infrastructures extérieures de qualité – munies de sanitaires, une demande récurrente des visiteurs –, dont le nombre de places permettra de fixer « naturellement » une jauge.

Ces actions sont coûteuses : 50 millions d'euros au total pour « Étretat change the game », le plan pluriannuel piloté par la communauté urbaine du Havre, dont le village est membre depuis

2019. Échelonné sur dix ans, il priorise des actions en fonction de leurs criticités en faveur d'un tourisme durable. « *Au lieu de faire des actions curatives, palliatives, on va travailler en amont et opérer une vraie restructuration organisationnelle* », affirme Estelle Sérafin.

## « Il s'agit plutôt de communiquer sur la réalité du territoire, et non sur une image rêvée. »

Nicolas Chardin,  
directeur du parc national des Calanques

Dans les Calanques, contrôler l'accès du parc national réclame aussi des moyens considérables. L'expérimentation autofinancée menée à l'été 2022 – consistant à limiter l'accès à 400 personnes par jour à Sugiton – implique la mobilisation de moyens humains. En accompagnement des agents saisonniers du parc, une société de sécurité contrôlera l'entrée et des agents commissionnés du parc interviendront en opérations de police de l'environnement aléatoires. Pour fluidifier le système de réservation, le numérique a été choisi par le parc, permettant aux visiteurs de prévoir au minimum 3 jours à l'avance leur excursion à Sugiton. Une opération coûteuse, mais essentielle pour le directeur du parc : « *Il était pour nous naturel d'y mettre les moyens.* »

À Port-Cros, l'interdiction de l'ancrage des bateaux sur les herbiers de posidonie a conduit à l'installation de 68 bouées avec un ancrage écologique. Un succès double pour le parc, puisque cette mesure a permis d'étaler les pics de fréquentation grâce à des installations plus sécurisantes, tout en permettant de s'y retrouver financièrement : « *Les redevances économiques de nuit [l'ancrage n'est gratuit qu'en journée, le paiement pour une nuitée est effectué grâce à une application numérique, NDLR] nous permettent de payer l'entretien du système et sa maintenance.* »

Si les acteurs publics sont dépositaires de la légalité, la coopération avec les acteurs vivant de cette attraction touristique est essentielle. À Porquerolles, alors que la mairie craignait la réticence des commerçants face à la mise en place de mesures restrictives, ceux-ci s'y sont montrés en réalité tout à fait favorables, avançant qu'au-delà de 4 000 personnes (la jauge est fixée à 6 000 visiteurs par jour sur l'île), leurs capacités d'accueil étaient de toute façon à saturation. En contrepartie,

Porquerolles.  
Photo: Lens68/Shutterstock





*Étretat veut protéger le site et allonger la durée du séjour dans le village.*

*Photo: Bruno Lévy/Divergence*

ceux-ci deviennent des partenaires officiels du parc via une charte, signée entre les compagnies maritimes, la métropole et le parc national. Un gage de qualité et une collaboration à double sens qui fonctionne. La saison estivale 2021 a également démontré l'utilité du numérique dans ce système. Deux outils ont été mis en place : un système de réservation en ligne dissuadant les visiteurs de se présenter sur le port en cas d'affichage complet, ainsi qu'une application développée en partenariat avec le comité régional du tourisme et la Région Sud prévenant du trafic routier dans les parkings aux abords des ports, et proposant un trajet alternatif, grâce à une ligne de bus gratuite pour les détenteurs d'un ticket de bateau. Ce panel d'outils démontre les effets positifs de la collaboration, comme le souligne Marc Duncombe : « *C'est un système intégré : il faut travailler dans la concertation avec l'ensemble des actions impliquées dans le système.* »

### **Communiquer autrement**

Mais lutter contre la surfréquentation implique aussi une nouvelle manière de communiquer auprès du public. De là à parler ouvertement de « démarketing » – un terme régulièrement employé dans les médias sur les questions de surfréquentation –, il y a un pas que beaucoup n'osent pas franchir : « *Il s'agit plutôt de communiquer sur la réalité du territoire, et non sur une image rêvée, nuance Nicolas Chardin. On n'a jamais fait de promotion du territoire, ce n'est pas vraiment notre rôle, il y a d'autres acteurs qui sont là pour ça.* »

De son côté, l'office de tourisme du Havre-Étretat a entamé un dialogue avec les tour-opérateurs proposant des arrêts de quelques heures sur les falaises. « *Aujourd'hui, on va chercher à protéger le site et donc à allonger la durée du séjour sur le village* », explique Estelle Sérafin. Une tâche plutôt complexe comme le souligne Nicolas Chardin : « *Ce n'est pas forcément naturel pour des opérateurs touristiques de se réfréner sur la promotion du territoire.* » Dans le parc national de Port-Cros, une stratégie de communication est mise en place depuis une dizaine d'années, incitant les visiteurs à découvrir le parc hors saison, justifiée pour son directeur : « *Nous n'avons absolument pas voulu aller vers cette notion de "démarketing", même si, pendant les périodes estivales, nous n'autorisons pas les reportages photos et les publiereportages qui sont généralement très nombreux dans les médias. On leur demande plutôt de faire leur storytelling hors saison.* » Ces territoires parient ainsi sur la « redécouverte ». À Étretat, priorité est donnée à la revalorisation du berceau culturel normand,

dont le succès de la série Netflix® *Lupin*, avec Omar Sy, a eu un effet d'entraînement, qui n'est pas pour déplaire à la municipalité. La venue de touristes jeunes, attirés par la littérature classique de Maurice Leblanc (dont le héros Arsène Lupin a fait de l'emblématique Aiguille creuse son repaire), participe à l'impulsion de la stratégie communale.

**« L'hyperfréquentation s'est beaucoup développée entre 1970 et 1990. On en a vu très rapidement les limites. »**

*Estelle Sérafin,  
adjointe au tourisme de la mairie d'Étretat*

Le plan « Étretat change the game » prévoit ainsi la rénovation de la demeure de Maurice Leblanc, ainsi que la création d'un lieu culturel qui a l'ambition de promouvoir la peinture étretataise autour d'artistes ayant immortalisé le village, tels que Gustave Courbet ou Claude Monet ainsi que des artistes actuels. Si Étretat est historiquement un village de pêcheurs, il est aussi – et surtout – un lieu prisé des peintres et écrivains. Quant au célèbre golf de la ville – qui représente 2 km<sup>2</sup> des 4 km<sup>2</sup> du territoire –, la ville entend encore renforcer sa notoriété. Le troisième golf maritime de France, seul à offrir 18 trous vue sur mer, sera ainsi rénové.

L'objectif autour de ce plan décennal est clair : inciter les visiteurs à allonger leur séjour et découvrir Étretat au-delà des falaises, qui en font son prestige, avec un contre-exemple en tête : le Mont-Saint-Michel, entièrement aménagé pour les touristes. La ville veut à tout prix éviter la sanctuarisation et replacer au centre du voyage l'authenticité recherchée par le visiteur. « *Je pense qu'il y a une époque pour tout, analyse Estelle Sérafin. L'hyperfréquentation est un tourisme qui avait été beaucoup travaillé entre les années 1970 et 1990, on en a vu très rapidement les limites : avec les sites abîmés, la désertification des habitants...* » Les Français l'ont bien compris : 64 % d'entre eux affirment ainsi ne plus apprécier ces lieux surfréquentés (« *Quel tourisme dans la société de l'après-Covid* », lire p. 16). Et, après tout, comme l'explicite avec bon sens Marc Duncombe : « *Si la plus belle plage d'Europe est la plus fréquentée, ça devient rapidement le pire endroit où aller !* » ■



# VICHY, LE RÉVEIL DE LA BELLE

*Tonino Serafini*

**À la faveur de son inscription au patrimoine mondial de l'Unesco et du rachat à l'État de son domaine thermal, la sous-préfecture de l'Allier porte une grande politique de redynamisation touristique axée sur le sport, la nature, la culture et le patrimoine, résolument orientée vers l'avenir, et sans faire l'impasse de la mémoire.**

Vichy se visite la tête en l'air. « *C'est un musée à ciel ouvert* », commente Adrien Southon, directeur adjoint de Vichy Destinations, l'office de tourisme. Allusion au parc des Sources qui concentre des joyaux tels que le grand établissement thermal avec son dôme à l'architecture mauresque, la galerie promenoir Art nouveau, le hall des Sources et sa verrière Art déco, le Palais des congrès de style Second Empire, l'Opéra avec sa salle couleurs or et ivoire, ou le kiosque à musique. Et dans les rues alentour, la liste des constructions remarquables est longue comme le bras. À commencer par les « chalets », ces demeures de style suisse où logeaient Napoléon III, l'impératrice Eugénie et les dignitaires du régime, durant leurs séjours à Vichy. Ou encore les maisons en enfilade à l'architecture *so british* de la rue Alquié, construites pour les officiers de la Garde impériale. Ailleurs, des demeures d'inspiration vénitienne, flamande, tunisienne, marocaine captent le regard.

**Dans leur déclinaison urbaine, les villes d'eaux laissent deviner la recherche d'un cadre de vie idéal.**

Dans le périmètre du domaine thermal, Vichy concentre aussi une somme impressionnante d'anciens palaces : le Carlton, le Majestic, les Ambassadeurs, l'Astoria, le Rhul, l'International, ou encore l'Hôtel du Parc avec son histoire chargée puisqu'il abritait les bureaux de Pétain et de Laval (*lire encadré p. 29*). Après-guerre, les palaces ont perdu leur fonction hôtelière avec la raréfaction de la clientèle richissime de jadis, et le long déclin du thermalisme à partir des années 1960. Ils ont été transformés en logements et sont devenus des copropriétés. Mais leurs noms subsistent sur leurs belles façades dont certaines sont Art déco (l'ancien Piazza ou l'ancien Hôtel Célestins). À l'intérieur,

nombre de ces bâtiments comportent des escaliers monumentaux, des verrières, des jardins d'hiver, des patios et de grands salons, où l'on dansait, lisait, conversait, se restaurait entre clients fortunés. Pour réaliser ce qu'était leur splendeur, on peut se rendre à l'Aletti Palace, construit en 1905 et encore en fonctionnement aujourd'hui. L'hôtel est dans son jus, le cadre est un peu suranné, il aurait besoin d'être remis aux goûts du moment, mais c'est un fleuron de l'architecture de la Belle Époque. Ses immenses salons du rez-de-chaussée, avec une hauteur sous plafond permettant à un orchestre de se loger sur une mezzanine, donnent à imaginer le mode de vie somptueux de la haute société qui venait faire ses cures, mais aussi se divertir et se montrer.

À Vichy, comme ailleurs en Europe, le thermalisme a été source de créativité architecturale tant pour les bâtiments dédiés aux cures que pour les édifices consacrés aux loisirs et à l'agrément : théâtres, opéras, kiosques à musique... Dans leur déclinaison urbaine, les villes d'eaux laissent deviner la recherche d'un cadre de vie idéal, avec des aménagements paysagers, des promenades, des parcs, des jardins... Leur valeur universelle exceptionnelle n'a pas échappé à l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco), qui, en juillet 2021, a inscrit Vichy et dix autres villes thermales européennes à la liste de son patrimoine mondial (*lire encadré p. 26*).

## **Une reconnaissance qui oblige**

Vichy compte évidemment capitaliser sur cette reconnaissance pour attirer des visiteurs. L'un des axes stratégiques du Schéma de développement touristique 2021-2025 vise à faire de la ville une « *destination de courts séjours à dominante culture et patrimoine* ». Mais c'est une reconnaissance qui oblige. La ville va devoir ouvrir davantage les portes de ses bâtiments remarquables. Aujourd'hui, le grand établissement thermal, avec sa grandiose coupole de style mauresque achevée en 1903, classé monument historique, n'est qu'en partie accessible. L'Opéra, l'un des plus beaux de France, commence à être ouvert aux visites, mais seulement pendant les vacances scolaires, et certains week-ends en hiver. Insuffisant. Ce que reconnaît, en creux, la Ville,

puisque son schéma 2021-2025 préconise de « faciliter l'accès aux bâtiments emblématiques ». Il prône notamment « l'ouverture de sites jusqu'alors inaccessibles à la visite : les Grands Thermes, la Galerie Napoléon III, les chalets napoléoniens ».

Mais la situation commence à évoluer. Déjà, des visites guidées organisées par l'office de tourisme permettent de pénétrer dans quelques endroits autrefois inaccessibles, comme les magnifiques cabines réservées à l'usage exclusif des têtes couronnées qui venaient faire leur cure aux Thermes Dômes. « La décision de l'Unesco a pour conséquence un intérêt renouvelé pour notre ville, pointe Bernard Kajdan, adjoint au maire délégué au Tourisme. On a déjà progressé pour permettre les visites dans certains bâtiments. On va d'ailleurs bientôt commencer à demander aux personnes qui fréquentent l'office de tourisme si l'inscription par l'Unesco a été le déclencheur de leur venue à Vichy. »

Dans le Hall des Sources, où les visiteurs peuvent remplir au robinet leur gobelet ou leur petite bouteille d'eau Célestins (les autres eaux – Chomel, Grande-Grille, Hôpital et Lucas – ne sont accessibles que sur prescription médicale), les touristes de passage sont effectivement nombreux à évoquer ce motif. « On en a entendu parler, affirme un couple originaire de l'Essonne. Et il y a quelques années, on avait déjà vu à la télé dans l'émission Des racines et des ailes un reportage très axé sur l'architecture Art déco de Vichy. Comme on allait à Clermont-Ferrand, on a décidé de venir voir. » Démarche analogue de deux sexagénaires corréziens : « Nous, on va dans le Jura. On a fait une étape d'une demi-journée ici. La beauté de ce que l'on voit nous a surpris. Pas étonnant que Vichy soit retenue par l'Unesco. »

## Le classement par l'Unesco a engagé une nouvelle dynamique.

Cette inscription au patrimoine de l'Unesco a évidemment donné un coup de projecteur positif sur la ville, dont l'image a été, et est encore parfois associée à la politique de collaboration de l'État français et aux déportations, faute d'un travail mémoriel de la part des autorités locales qui ont longtemps mis un couvercle sur cette période. Travail qui a été entrepris depuis quelques années. Faire la transparence sur ce qu'il s'est passé chez elle entre 1940 et 1944 est une condition incontournable pour que la ville puisse faire des projets d'avenir.

« Pendant longtemps, à Vichy, on a eu beaucoup de mal à trouver les mots pour parler du régime de Pétain sans donner l'impression de cultiver sa mémoire », reconnaît Alla Pikozyh, chargée des projets touristiques à Vichy Destinations. Mais les choses ont évolué, en 2021, grâce à un parcours conçu par l'office de tourisme avec l'aide d'Audrey Mallet, autrice du livre *Vichy contre Vichy – une capitale sans mémoire* (Belin, 2019), qui conduit sur 23 sites marqués par les années du régime de Pétain dans la ville (lire encadré p. 29). La municipalité a aussi pour projet de créer dans l'ancien bâtiment des Thermes Dômes, un « espace muséal » qui va raconter les 2000 ans d'histoire de Vichy, y compris la période de la Seconde Guerre mondiale.



*Hall des Sources.*

© X. Thomas et C. Michaud

### Attirer des touristes plus jeunes

Le classement par l'Unesco a engagé une nouvelle dynamique. La Ville compte s'en prévaloir pour développer un tourisme patrimonial, mais aussi donner une nouvelle impulsion à son activité thermale en développant – au-delà des cures – une villégiature autour du bien-être et des soins du corps. Toute une gamme de séjours (détox, antistress, future maman, bien-être au féminin, remise en forme, soin du visage...) est proposée pour une durée de 4 à 5 jours. L'idée est d'attirer des touristes plus jeunes que les curistes qui viennent sur prescription médicale. Vichy compte aussi rajeunir le profil de ses visiteurs par le biais d'activités sportives et des loisirs, en lien avec son lac et le val d'Allier, où l'on peut pratiquer l'aviron, le canoë, le ski nautique, la planche à



## LES VILLES THERMALES AU PATRIMOINE DE L'UNESCO

Les villes thermales et ce qu'elles ont généré en termes d'architecture, d'organisation urbaine, d'échange d'idées et de développement de la médecine appartiennent au patrimoine mondial, a considéré l'Unesco lors d'une réunion annuelle de son Comité, le 24 juillet 2021. Onze villes d'Europe, fleurons du thermalisme sur le Vieux Continent, dont Vichy, ont intégré sa liste : Bad Ems, Baden-Baden et Bad Kissingen (Allemagne); Bath (Royaume-Uni), Baden bei Wien (Autriche); Spa (Belgique); Montecatini (Italie); Karlovy Vary, Mariánské Lázně et Františkovy Lázně (République tchèque).

Selon l'Unesco, ces villes « témoignent de la culture thermique européenne internationale qui s'est développée du début du XVIII<sup>e</sup> siècle aux années 1930 ». Ces grandes stations thermales « ont influencé la typologie urbaine autour d'ensemble de bâtiments [...] tels que les bains, des Kurhaus et des Kursaal (bâtiments et salles dédiés à la cure) [...] des halls de sources, des colonnades et des galeries ».

Concernant les onze villes retenues, l'Unesco évoque aussi « des jardins, des salons de réunion, des casinos, des théâtres, des hôtels et villas [...] Ces ensembles sont tous intégrés dans un contexte urbain global caractérisé par un environnement thérapeutique et récréatif soigneusement géré dans un paysage pittoresque ». Elle ajoute également que « ces sites témoignent collectivement de l'échange d'idées et d'influences dans le cadre du développement de la médecine, des sciences et de la balnéothérapie ». La reconnaissance du thermalisme concerne « un site transnational » au travers des 11 villes inscrites, dit l'Unesco. Tout a commencé en 2012 par une démarche des trois villes d'eau de République tchèque qui souhaitent être inscrites au patrimoine de l'organisation internationale. Spa, en Belgique, avait une ambition analogue. Finalement, sur les conseils de l'Unesco, les fleurons européens du thermalisme se sont accordés sur une candidature commune qui a abouti neuf ans plus tard. L'inscription au patrimoine de l'Unesco désigne un ensemble de biens culturels ou naturels présentant un intérêt exceptionnel pour l'héritage commun de l'Humanité.



voile, le rafting, le golf... Pour faire venir du monde, elle parie aussi sur son cadre de vie. Les berges de l'Allier, avec leur promenade, leur plage et leurs restaurants, sont à deux pas du centre-ville et du domaine thermal. Pour s'y rendre, il suffit de traverser le magnifique parc Napoléon III qui borde la rivière. « La situation est exceptionnelle pour une ville de 25 000 habitants. Vichy est une ville ancienne qui répond totalement aux aspirations de cadre de vie de son époque », estime Adrien Southon.

Le coup de pouce venu de l'Unesco s'est doublé, l'an dernier, d'une autre décision d'importance. En mars 2021, Vichy a récupéré sa « souveraineté » sur son domaine thermal, qui était jusqu'à une propriété de l'État, concédée à un privé : la Compagnie de Vichy. Pour la circonstance, le ministre de l'Économie et des Finances Bruno Le Maire est venu sur place pour signer l'acte de cession du domaine pour une somme de 25 millions d'euros. Une vente qu'il a qualifiée de « tout à fait logique parce que ce n'est pas le rôle de l'État de s'occuper des thermes ». Vichy « maîtrise

ainsi son avenir thermal [et] va pouvoir développer son activité de thermalisme, fondamentale du point de vue touristique et économique [...] La Compagnie de Vichy reste concessionnaire jusqu'en 2030 », avait précisé le ministre. « La commune devient maître de son destin », lui avait alors répondu le maire, Frédéric Aguilera (lire interview p. 28). Sous-entendu : la ville aura enfin toutes les clés en main pour déployer sa politique de développement touristique et d'entretien de son patrimoine.

### L'eau est le socle de tout

Cette cession s'est également traduite par une clarification du rôle et du périmètre d'intervention de la Ville et du concessionnaire. Désormais, le rôle de la Compagnie de Vichy est recentré sur son cœur de métier. « Notre concession concerne tout ce qui regarde l'eau », souligne son directeur général, Jean-Philippe Hubau. L'eau est le socle de tout. Elle englobe donc les thermes Callou et Dômes, ainsi que toutes les activités qui s'y déroulent :





*Les maisons de la rue Alquié ont été construites pour les officiers de la Garde impériale.  
© Cindy Michaud /Vichy Mon Amour*

la médecine thermale avec des curistes qui viennent sur prescription médicale, mais aussi des programmes de prévention santé, de soin du corps et de remise en forme à l'initiative de leurs bénéficiaires. L'eau concédée entre aussi dans la production de produits de beauté fabriqués par l'Oréal, à partir de l'eau fournie par la compagnie. Elle est aussi le fournisseur de l'eau minérale Vichy Célestins.

En revanche, le concessionnaire n'est plus chargé de l'entretien du parc, de ses arbres, de ses allées, ainsi que des bâtiments y figurant (le Hall des Sources, la galerie promenoir, le kiosque à musique...), contrairement à la période antérieure, quand l'État était propriétaire du domaine thermal. Toutes choses qui nécessitent d'être reprises en main, dans le respect de leur valeur patrimoniale, évidemment. Leur état d'entretien par le concessionnaire n'a pas été optimum. Ce dont la ville est consciente. Des travaux vont être engagés. « *Le parc des Sources est l'une des composantes essentielles dans le cadre de l'inscription sur la*

*liste du patrimoine mondial de l'Unesco. [III] va être rénové [pour] apporter à cet espace un renouveau correspondant aux usages et à l'identité de la cité thermale et touristique du XXI<sup>e</sup> siècle »,* affirme une affiche apposée sur la vitrine d'un commerce désaffecté à proximité du parc. Toute idée de relance du tourisme ne peut faire l'économie d'une rénovation du site qui est resté dans son jus des années 1930. « *La décision de l'Unesco accroît notre vigilance sur l'importance de notre patrimoine et la nécessité de le maintenir dans un très bon état de conservation* », souligne Bernard Kajdan. Un programme de réhabilitation et de rénovation du parc et des éléments patrimoniaux qui s'y trouvent a été présenté lors d'une réunion publique début mai à la mairie.

L'un des points centraux de ce projet consiste à élargir considérablement l'allée centrale, de manière à éclaircir l'horizon et créer une perspective de part et d'autre du parc, entre le bâtiment du Hall des Sources et le prestigieux édifice Palais des congrès et de l'Opéra. La Galerie couverte Art nouveau, qui permettait

*(Suite p. 30)*



# Vichy est devenue maîtresse de son destin



© Ville-de-Vichy/L. Plancke

## Frédéric Aguilera, maire de Vichy, expose la stratégie de la Ville pour revenir au premier plan touristique mondial, tout en maîtrisant les enjeux sociaux et urbains locaux.

### Comment initie-t-on un grand projet de réinvention d'une ville touristique ?

Quand je suis devenu maire, la feuille de route, qui n'était pas spécifiquement en rupture avec celle de mon prédécesseur, était que Vichy redevenne la reine des villes d'eau du XXI<sup>e</sup> siècle. Un objectif qui fait référence aux grandes heures de la villégiature, mais sans véritable nostalgie pour cette époque. Notre ville doit redevenir une destination touristique et thermale de référence à l'échelle mondiale, un lieu de culture et d'échanges qui participe de l'identité européenne. Ce dernier point est au cœur de notre dossier pour l'Unesco, qui a sélectionné des villes qui ont contribué à la construction européenne.

### Comment avez-vous construit votre stratégie ?

Nous avons défini quatre piliers. Le premier est la valorisation de notre patrimoine historique et de la grande histoire de Vichy : 2000 ans avec de grandes heures très lumineuses et d'autres très sombres. Nous avons entrepris un travail mémoriel important pour que les Vichysois redeviennent fiers de l'histoire de leur ville et, pour cela, affronté la période de la Seconde Guerre mondiale qui est une chappe de plomb pour les habitants, qui écrase une histoire par ailleurs très riche et glorieuse.

Le deuxième pilier concerne le sport, qui s'est structuré dans les années 1960 autour de grands équipements. Vichy est une ville de l'excellence sportive, comme l'atteste notre désignation comme premier centre de préparation aux Jeux olympiques de 2024.

Le troisième pilier est évidemment le thermalisme. Nous avons obtenu en 2021 de devenir maîtres de notre destin, avec le rachat à l'État du domaine thermal pour devenir propriétaires de nos sources, de nos thermes, de nos eaux et de la place des sources vaste de 7 hectares ; mais aussi de plus de 150 marques autour du nom de Vichy – des pastilles à l'eau minérale en passant par les cosmétiques. Ce faisant, nous sommes redevenus maîtres de notre image. Le quatrième pilier est le développement de la culture au sens large, notamment de l'opéra mais pas seulement, afin de structurer une vie locale enrichissante et festive.

Ces piliers structurent notre stratégie de réappropriation pour engager notre ville touristique, notre station thermale, dans l'avenir. Elle s'enracine bien évidemment dans une vision et une politique d'urbanisme globale fondée sur la qualité de vie, la

transition énergétique et la reconquête du centre-ville par une politique de l'habitat et du commerce très volontariste.

### En quoi consiste le dispositif mémoriel portant sur la Seconde Guerre mondiale ?

Nous avons lancé l'année dernière un parcours avec QR codes sur les bâtiments, et nous travaillons actuellement sur un musée d'histoire de la ville, où une place significative sera accordée à l'Occupation. J'ai aussi signé, il y a deux mois, une convention avec le Mémorial de la Shoah pour organiser des conférences avec les époux Klarsfeld autour de la commémoration des rafles. Mais si Vichy a un rôle à jouer pour porter cette mémoire, elle ne doit pas l'assumer toute seule. C'est à l'État français, responsable de cette période noire, d'apporter son soutien. On veut bien être un contenant, mais pas le contenu.

### Comment liez-vous la valorisation du patrimoine avec la redynamisation du centre-ville ?

Dans le centre-ville, nous affichons zéro vacance commerciale ; la dynamique est bonne pour une ville de 25 000 habitants. C'est lié à notre profil touristique, aux ouvertures le dimanche – où 30 % du chiffre d'affaires est réalisé. Au niveau résidentiel, nous faisons face à un vrai mouvement de réinvestissement du centre : certains immeubles, fermés depuis trente ans, trouvent enfin des investisseurs. L'immobilier a pris 25 % en un an, et les profils d'acquéreurs sont dans toutes les tranches d'âges. La dynamique a été en partie enclenchée par les logements Airbnb® – on en compte environ 600 –, qui ont contribué à la rénovation des logements, puis le marché résidentiel a suivi.

Mais nous avons également lancé l'opération « Vichy Lac » sur la dernière poche urbanisable de la ville, d'une vingtaine d'hectares, sur lesquels vont être réalisés 500 logements, dans le cadre d'une concession élargie au centre-ville, dont le programme intègre la rénovation de 200 logements. Avec un même opérateur, nous pensons éviter qu'un projet dévitalise l'autre.

### Et en matière de développement économique et d'emploi ?

Si le taux de chômage reste élevé, il baisse grâce à des industries porteuses comme la maroquinerie de luxe (près de 2000 emplois). Nous bénéficions de grands espaces disponibles pour le développement industriel, avec la friche Manurhin de 400 hectares, dont 140 peuvent être utilisés comme zone économique. C'est pour desservir ce site que l'on se bat pour le contournement



*Le Grand Casino Théâtre. © X. Thomas et C. Michaud*

routier. Pour le tourisme, nous devons augmenter quantitativement et qualitativement notre offre économique : nous devons créer de nouveaux hôtels, des restaurants, des commerces. De plus en plus d'investisseurs et opérateurs se manifestent.

### **Le parc des Sources, le contournement routier... Comment bouclez-vous les financements ?**

Nous sommes très fortement soutenus par le Département, la Région et l'État. La stratégie sportive est subventionnée à 80 % ; le projet du parc des Sources – qui s'élève à 30 millions d'euros – devrait être aidé à au moins 70 % ; et le contournement routier de la nationale sera porté essentiellement par l'État. Notre stratégie tombe au bon moment pour résonner avec des politiques nationales liées notamment aux JO.

### **Comment comptez-vous gérer la pénurie de main-d'œuvre et de saisonniers ?**

Nous sommes dans les mêmes proportions qu'au niveau national. Les secteurs de l'hôtellerie-restauration sont en tension, mais comme nous avons une politique universitaire assez forte, avec 3000 étudiants à la rentrée de septembre, ce qui est important pour une ville de 25 000 habitants, le secteur mise sur cette population déjà logée sur place pour travailler pendant la saison d'été. Nous engageons aussi beaucoup de discussions sur la formation dans les métiers de l'hôtellerie ; par exemple, pour envisager d'utiliser les logements étudiants comme logements saisonniers.

### **Quels sont les profils de touristes que vous souhaitez attirer et pour quelles durées de séjour ?**

Nous tablons sur des courts séjours urbains de deux ou trois jours, des *city break* pour une population « rajeunie » ; et sur des moyens séjours de quatre à cinq jours, incluant la montagne bourbonnaise. Cette stratégie fonctionne déjà très bien.

*Propos recueillis par Julien Meyrignac*

## **VICHY LÈVE LE COUVERCLE SUR SON PASSÉ**

Pendant longtemps, Vichy a mis un couvercle sur ce qu'il est advenu dans la ville pendant la Seconde Guerre mondiale. Le régime de Pétain s'y est établi, en raison notamment du nombre important d'hôtels (près de 250 à l'époque) qui serviront à loger les ministères et les ambassades. Sa situation géographique à proximité de la frontière entre la zone libre et la zone occupée a aussi joué, de même que le système de télécommunication très performant dont était dotée la ville en raison de la fréquentation des cures par des hautes personnalités. Ce couvercle sur le passé a sans doute longtemps empêché Vichy de se projeter vers l'avenir.

Depuis 2021, la politique municipale a clairement amorcé un virage. Dans le parc des Sources comme à l'office de tourisme, des affiches évoquent la période, avec des photos et des textes. Ce « parcours libre Vichy 1939-1945 » est mené sur 23 sites avec, sur chacun d'eux, un QR code expliquant ce qui s'est déroulé dans le bâtiment sous le régime de Pétain. Figure dans le parcours, évidemment, l'Hôtel du Parc, centre névralgique de l'État Français, puisqu'il abritait les bureaux de Pétain et ceux de Laval. La visite mène aussi à l'Opéra, où le Parlement (qui avait quitté Paris) siégea et vota les pleins pouvoirs au maréchal Pétain (570 votes pour, 80 votes contre). L'Hôtel du Portugal était, lui, devenu le quartier général de la Gestapo, où étaient interrogées et torturées les personnes arrêtées dans la région de Vichy. Le Petit Casino avait été réquisitionné par la sinistre milice à partir de 1943 et deviendra l'antichambre de la mort pour de nombreux résistants arrêtés. À l'Algéria Hôtel étaient dressés, à partir de renseignements fournis par le Commissariat général aux questions juives, des fichiers nominatifs qui serviront aux rafles et aux déportations des Juifs. Le parcours mène évidemment à la synagogue de la ville. À l'intérieur, plusieurs plaques comportant des centaines de noms sont apposées au mur à la mémoire des Juifs déportés dans les camps de la mort.





L'Opéra de Vichy. © X. Thomas et C. Michaud

(Suite de la p. 27)

à la haute société de jadis de vaquer entre le Hall des eaux et l'Opéra sans être mouillée par temps de pluie ni touchée par les rayons de soleil (les dames se devaient d'avoir un teint pâle), va aussi faire l'objet d'une sérieuse restauration, nécessitant un budget de 6 millions d'euros financé par la mission du patrimoine. Les allées vont également être refaites et des arbres malades seront abattus et remplacés. Le chantier a été confié à RL&A Architectes, un atelier lyonnais spécialisé dans la restauration, la réhabilitation et l'aménagement de sites patrimoniaux, en particulier des bâtiments protégés au titre des monuments historiques ou inscrits par l'Unesco. RL&A Architectes a été en charge de la réhabilitation du Colisée à Rome, de l'Arc antique d'Orange, ou encore du fort de Lahore au Pakistan. De son côté, la Compagnie de Vichy va investir 50 millions d'euros pour réhabiliter et rénover son domaine concédé. « On va notamment rénover les Thermes Callou, les Thermes Dômes, ainsi que les hôtels qui leur sont rattachés. On va aussi créer des bassins d'eau chaude thermale ouverts au grand public », explique Jean-Philippe Hubau.

### Le potentiel de la montagne bourbonnaise

Pour Vichy, l'alignement des planètes (Unesco et rachat du domaine thermal) serait incomplet sans la fusion, en 2017, de deux intercommunalités (la communauté de communes de la Montagne bourbonnaise et la communauté d'agglomération Vichy Val d'Allier) pour former Vichy Communauté, une entité forte, en tout, de 39 communes.

## Vichy est un étendard, une marque, la porte d'entrée d'un territoire beaucoup plus vaste.

Cet élargissement territorial permet de diversifier l'offre touristique grâce au potentiel de la montagne, en plus des autres atouts que sont le patrimoine, le thermalisme, le lac et le val d'Allier.

Dans cette stratégie, Vichy est un étendard, une marque, la porte d'entrée d'un territoire beaucoup plus vaste. Il suffit de faire une vingtaine de kilomètres pour atteindre les grands espaces du Bourbonnais, avec leurs reliefs ondulés, des forêts et des horizons immenses. Par beau temps, depuis le plateau de la Verrerie, au niveau de la commune de Saint-Nicolas-des-Biefs, on peut voir le mont Blanc! Dans ces montagnes, les possibilités d'activités sont considérables. « On vise le développement d'un tourisme familial, autour des activités de pleine nature, qui sont en vogue et libres d'accès. Dans la montagne bourbonnaise, on a une soixantaine de circuits de randonnées de toutes distances et de toutes difficultés », explique Jean-Claude Brat, 27 ans, jeune maire de Châtel-Montagne et vice-président de Vichy Communauté.

Outre des randonnées, les familles viennent faire de l'accrobranche, de la planche à voile, du pédalo sur la base nautique de Saint-Clément. Et aussi du vélo tout-terrain. Le territoire donne accès à un espace VTT de 1200 km balisé et labellisé par la Fédération française du cyclisme et Mountain Bike, dont 300 km se trouvent sur le territoire de Vichy Communauté. « Depuis quelques années, on sent un véritable engouement pour le tourisme de plein air », témoigne Brigitte Colombar, qui tient un gîte à Mounier-Haut, un lieu-dit situé à 750 m d'altitude, dans la commune de Ferrières-sur-Sichon. « Et cet engouement s'est encore renforcé avec la pandémie et les confinements », ajoute Brigitte Colombar, dont le gîte affiche déjà complet jusqu'au mois de septembre. « Les gens cherchent des endroits retirés, pour s'isoler, s'aérer, marcher, se ressourcer. »

Dans ces montagnes, de nombreuses personnes viennent pour faire des circuits d'itinérance, à pied ou à vélo, qui durent de 5 à 10 jours. Ils partent d'un point pour arriver à un autre, ou font une longue boucle. Un véritable séjour-retraite dans la nature. « Les villes thermales ont été le laboratoire d'un urbanisme idéal cherchant à combiner les commodités urbaines et les bienfaits de la nature », commente Anke Matthys, coordinateur du projet Unesco à la mairie de Vichy. Aujourd'hui, la recherche de cet idéal s'inscrit dans un périmètre beaucoup plus large : celui de Vichy Communauté, qui englobe notamment 15 communes du Bourbonnais. ■■■

# COMMENT DÉCARBONER LE TOURISME ?

*Thomas Lamand*

**Le secteur du tourisme est à l'origine de 11 % des émissions de gaz à effet de serre en France. Dans le contexte de l'accélération du changement climatique et de la stratégie nationale bas carbone à horizon 2050, le secteur doit trouver les bons leviers pour agir.**

**Si la crise sanitaire a mis entre parenthèses le tourisme international, les signaux de reprise sont désormais là et indiquent un retour progressif des clientèles étrangères. Elle a, de plus, nettement renforcé l'engouement des Français pour (re)découvrir leur pays ; une occasion de repenser le lien entre tourisme et territoire, après des décennies de croissance continue et de développement soutenu des flux et des équipements.**

Par essence, le tourisme implique un déplacement, plutôt lointain que proche du domicile, et il existe donc un lien « mécanique » entre le tourisme et les moyens de transport longue distance qui sont fortement émetteurs (avion, véhicule, maritime). Mais les clientèles sont aussi désormais plus sensibles à l'empreinte environnementale de leurs séjours, et des changements de comportement sont amorcés.

La période qui s'ouvre invite donc à réexaminer le lien entre tourisme, développement local et développement durable, notamment dans le contexte de l'accélération du changement climatique et de la stratégie nationale bas carbone à horizon 2050. Les études réalisées par la Scet et Carbone 4 pour l'Ademe, portant sur les émissions de gaz à effet de serre du tourisme<sup>1</sup> et l'évaluation des externalités générées par les mobilités touristiques<sup>2</sup>, apportent en effet un éclairage qualitatif et quantifié sur ces nouveaux défis, et comment y répondre.

## **Le sujet du carbone et des impacts**

Afin d'évaluer l'impact du tourisme sur l'environnement, une « photographie » des émissions de gaz à effet de serre (GES) générées directement et indirectement par l'activité touristique en France a été réalisée. Elle porte sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie touristique<sup>3</sup> et inclut à la fois le tourisme réceptif (séjours d'étrangers en France), le tourisme interne (séjours de Français en France), ainsi que l'ensemble des motifs de visite (personnels et professionnels), pour des séjours ou des excursions à la journée. Cette étude montre que le tourisme contribue fortement aux émissions de gaz à effet de serre : il a en

effet engendré 118 millions de tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> en 2018, soit l'empreinte carbone annuelle de 11 millions de Français ou les émissions annuelles directes des régions Ile-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Bretagne réunies. Le secteur du tourisme est ainsi à l'origine de 11 % de l'inventaire national d'émissions de GES de la France, tout en représentant 7,4 % du PIB.

Ces émissions proviennent aux trois quarts de la mobilité des touristes, le transport aérien représentant 40 % du total à lui seul. L'hébergement, les achats de biens et la restauration sont, quant à eux, à l'origine de 20 % d'entre elles. Celles-ci ne sont cependant pas les seuls impacts du tourisme sur l'environnement. Il génère aussi des pressions sur les écosystèmes, des menaces sur la biodiversité, des besoins énergétiques accrus, etc. Ainsi, les mobilités touristiques génèrent des externalités environnementales (pollution locale, nuisances sonores) et de santé publique (congestion, accidentologie, santé) délétères. Une des études produites par l'Ademe<sup>4</sup> montre que les externalités environnementales et sociales monétarisées des mobilités touristiques – 29,4 milliards d'euros en 2017 – pourraient représenter 50 milliards en 2030 sous l'effet de la progression exponentielle de la valeur du carbone et de la progression du tourisme international (hypothèses prudentielles prenant en compte l'impact de la crise sanitaire).

Le tourisme est donc un secteur à forts enjeux dans le processus de transition environnementale, disposant d'un potentiel, effet levier positif important. Dans un contexte post-Covid où de nombreuses voix du secteur du tourisme s'élèvent pour changer de modèle, il semble nécessaire de définir un nouveau référentiel durable des destinations.

## **De l'atténuation à l'adaptation**

Transformer les destinations demande en préalable de définir la démarche environnementale poursuivie : s'agit-il d'atténuer l'empreinte carbone et environnementale du tourisme, ou d'adapter celui-ci au changement climatique en cours ?

Sur le volet de l'atténuation, le premier levier le plus massif concerne la décarbonation progressive des déplacements vers





*Panneaux solaires sur les toitures des gares de remontées mécaniques de Serre Chevalier.*

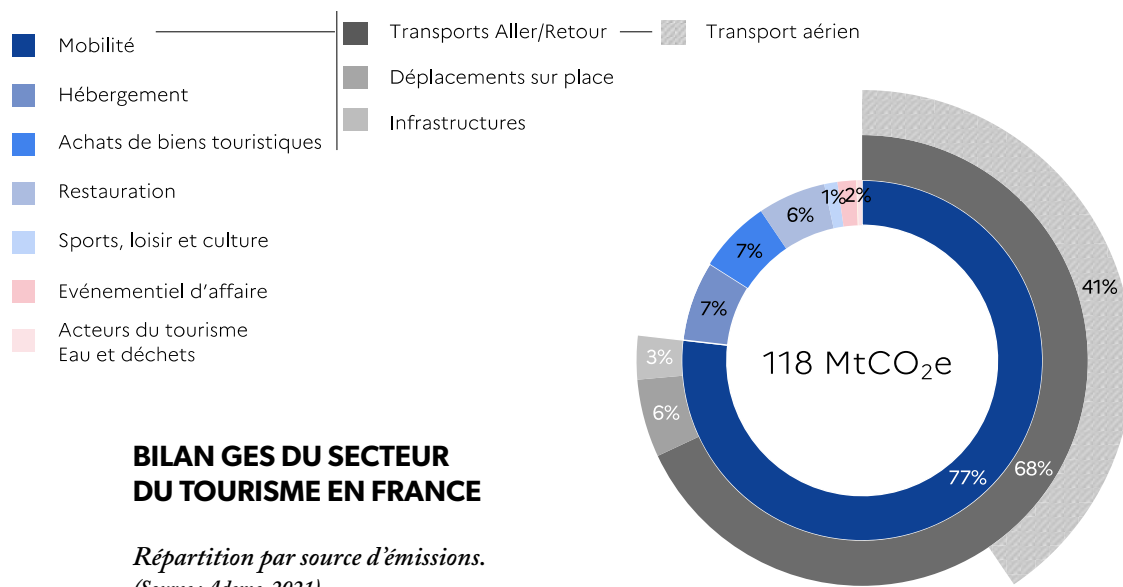
*Photos : © Office de tourisme de Serre Chevalier © Sunwind*

les destinations, avec l'enjeu de développer une part croissante du train vis-à-vis de l'avion et de la voiture. L'allongement des durées de séjour permettrait aussi de réduire l'empreinte par déplacement, de même que l'électrification des véhicules, aujourd'hui pénalisés par leur autonomie et la peur de la panne pour les grandes distances. Des actions sur l'empreinte carbone des activités de la destination, qui peut s'objectiver par le bilan des émissions rapporté à la fréquentation touristique, et les actions et différents labels, peuvent également contribuer à réduire cette empreinte. Tout comme, les mobilités à destination, qui peuvent être plus largement développées pour proposer des alternatives à la voiture le temps des vacances : pistes cyclables et autres modes de déplacements doux, offre de mobilités collectives ou individuelles électriques, développement des voies d'eau.

Mais aussi l'énergie, pour développer la part de renouvelables dans le mix énergétique des destinations et des infrastructures touristiques, à l'image du domaine de Serre Chevalier qui a installé des panneaux solaires sur les toitures des gares de remontées mécaniques. L'empreinte biodiversité, à travers la mise en œuvre d'un plan de gestion de la biodiversité, avec l'intégration

de la trame verte et bleue, voire des actions de limitation des flux ou de sanctuarisation de certains espaces sensibles ; ou encore l'eau, pour limiter la consommation rapportée à la fréquentation touristique et aux besoins du territoire (il s'agit aussi de surveiller la qualité de l'eau potable et de l'eau récréative, et de dimensionner la gestion des eaux usées issues de la fréquentation touristique), les déchets, pour encourager la réduction, le réemploi et le recyclage des déchets touristiques, et les nuisances, avec des règlements pour minimiser la pollution lumineuse et sonore.

En complément de ces indicateurs environnementaux, il est essentiel de mesurer le niveau d'information, de sensibilisation et de formation des acteurs du territoire concernés par la stratégie de développement touristique afin d'anticiper et de faciliter l'adaptation permanente et à long terme du tourisme à un climat changeant. Cette dimension concerne déjà les secteurs littoraux et de montagne, dans une approche spécifique à chaque destination, intégrant des projections à long terme (canicules, approvisionnement en eau, recul du trait de côte sur le littoral, évolution de la limite pluie-neige en montagne). En réalisant ce diagnostic des impacts du changement climatique sur le territoire à adapter, il est possible de mesurer la sensibilité des offres actuelles, leur



exposition progressive à des risques naturels et des épisodes climatiques extrêmes, et préparer leur résilience face à ces impacts à moyen et long terme. Dans le massif des Vosges par exemple, de nombreux leviers ont été identifiés pour engager le territoire dans l'adaptation au changement climatique par le développement d'un tourisme quatre saisons plus diversifié. Sur ce type de réflexions, la démarche Trajectoires d'adaptation au changement climatique des territoires (Taact), initiée par l'Ademe, fournit des outils concrets pour adapter les destinations.

Mais au-delà d'une approche normative, c'est bien la transition vers de nouvelles propositions durables en phase avec les attentes des clientèles qui pourra accélérer ce changement des pratiques.

### De nouvelles expériences de séjour à imaginer

La certification environnementale d'une destination ne suffit pas, car elle ne joue que peu dans les choix des vacanciers. Les études sur l'hôtellerie montrent que c'est toujours la pertinence du produit, sa localisation et son prix qui déclenchent le séjour, loin devant les différents labels mis en avant par les hôteliers. Dit autrement, les touristes changeront leur comportement plus par tentation que par devoir. Il appartient donc aux destinations de repenser de nouvelles expériences de séjour, avec des déplacements ludiques et simplifiés à destination, la possibilité de séjours plus longs, et des activités et des hébergements à faible empreinte, demandant peu d'infrastructures et s'intégrant parfaitement aux paysages. Il s'agit aussi de mettre en avant les valeurs environnementales, de proximité, de circuit court et de lien avec les habitants.

Pour convaincre, ces destinations durables peuvent innover avec des projets petits mais très communicants et qui incarnent le renouveau, à l'image de nouvelles propositions d'hébergement insolites ou de parcours scénographiés dans les grands

paysages. Séduisant ainsi les premiers adeptes, pour se diffuser plus largement ensuite dans la majorité des publics. Il s'agit aussi de transformer les contraintes en opportunité : le développement du *slow tourism* est l'occasion de promouvoir des séjours tout en sobriété, avec des itinéraires doux, des circuits fluviaux, et une meilleure capillarité des flux dans les territoires. En montagne, la fin du tout-ski est l'occasion de développer de nouvelles offres quatre saisons, en résonance avec l'engouement retrouvé pour la randonnée, le trail ou l'escalade.

Car l'objectif est aussi de limiter l'effet néfaste du « surtourisme », et de mieux répartir les flux dans l'espace, à l'image du littoral, qui ne représente que 4 % du territoire, mais concentre 32 % de la fréquentation<sup>5</sup>. La volonté de distinction pousse les touristes à vouloir se démarquer du tourisme ordinaire dans le choix de leur destination et donc à s'orienter vers des territoires jugés moins touristiques. C'est aussi en travaillant sur les ailes de saison qu'il sera possible de mieux lisser dans le temps les fréquentations. Responsables et séduisantes, les nouvelles destinations durables de demain sauront à la fois objectiver leur faible empreinte, et porter leurs valeurs en résonance avec les nouveaux rapports au temps libre des clientèles. ■■■■

<sup>1</sup>/ Camille Diamant, César Dugast, Bao-Tran Nguyen, Juliette Sorret, Simon Tapiero, Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France, 2021.

<sup>2</sup>/ C. Diamant, C. Dugast, B.-T. Nguyen, J. Sorret, Évaluation des externalités générées par les mobilités touristiques en France à l'horizon 2030, 2020.

<sup>3</sup>/ Secteurs pris en compte : transport, hébergement, restauration, sports/loisirs/culture, événementiel d'affaires, achats de biens touristiques, activité des professionnels du tourisme ainsi que la consommation d'eau et la production des déchets.

<sup>4</sup>/ Idem note 2.

<sup>5</sup>/ Memento du tourisme, Direction générale des entreprises (DGE), 2018.



# LE « SMART TOURISME », MENACE OU OPPORTUNITÉ NUMÉRIQUE ?

*Damien Augias*

**Marqué par la crise sanitaire et reconfiguré par l'émergence de nouvelles tendances, le secteur du tourisme doit déployer de nouvelles stratégies, y compris en matière d'innovation numérique. L'occasion de repenser collectivement les visions en termes d'attractivité territoriale et de politiques publiques de soutien au secteur, au niveau national comme local.**

**Du constat post-crise sanitaire se dégagent deux grandes tendances au niveau international en 2022 : un tourisme responsable et durable et un tourisme numérique et digitalisé. Elles touchent plus particulièrement les pays industrialisés et fortement dotés en équipements et infrastructures touristiques, dont la France fait évidemment partie.**

Qu'il soit structurel ou trompe-l'œil, « l'effet Covid » semble avoir eu raison – au moins à court, voire à moyen terme – d'une certaine forme de tourisme de masse, qui paraît avoir brutalement disparu au profit d'un tourisme individuel davantage en quête de sens, de nature, d'authenticité et de qualité. Cela nécessite, pour les acteurs privés et publics du secteur touristique, de repenser à la fois le marketing de l'offre locale autour d'expériences plus exclusives, ainsi que les services dédiés aux visiteurs pour les rendre plus personnalisés et vertueux du point de vue du développement durable. Par ailleurs, la révolution numérique transforme en profondeur le secteur du tourisme, comme bien d'autres domaines, en reconfigurant notamment la relation et « l'expérience client » avant, pendant et après le séjour. Des grandes plateformes globales bien connues (Airbnb®, TripAdvisor®, Booking.com®, Hotels.com®...) aux nouvelles applications, en passant par les services en ligne, l'intelligence artificielle et les technologies virtuelles, le rythme et l'ampleur des bouleversements s'intensifient avec pour tendances de fond la personnalisation, l'automatisation et la virtualisation des offres de produits et services touristiques.

## **Relancer l'économie locale**

Ce nouvel âge numérique du secteur touristique, en France comme à l'étranger, du niveau le plus local à sa dimension la plus mondialisée, est une tendance de fond qui impulse une

profonde transformation des usages et des offres, et peut avoir pour conséquence de relancer l'économie locale par un réinvestissement dans certaines destinations recherchées pour leur « authenticité ».

Ainsi, pour lier les deux tendances, durable et numérique – que l'on peut définir comme un « smart tourisme » –, le défi consiste aujourd'hui à soutenir la croissance durable, à long terme, des destinations touristiques, en modernisant leurs services et en rendant leur offre plurielle et personnalisée, tout en préservant notre patrimoine culturel et naturel, et en garantissant la qualité de vie des communautés locales. Il revient également aux territoires d'encourager l'innovation, notamment numérique, dans le domaine touristique, à sortir des schémas classiques pour trouver une singularité, voire une originalité.

Et dans ce domaine, le « déterminisme » du lieu, du potentiel, n'est plus un handicap infranchissable. Ce qui compte désormais, c'est aussi l'image originale et singulière renvoyée, par les professionnels autant que par les touristes eux-mêmes. On le sait désormais, le partage de clichés sur les réseaux sociaux peut stimuler la demande d'espaces naturels ou d'originalité du vécu. Par exemple, quelques années avant la crise sanitaire, les parcs nationaux américains avaient enregistré des records de fréquentation dont certains analystes estimaient qu'Instagram® y avait largement contribué. Le portail de partage de photos exerce indéniablement une influence sur le choix des destinations de voyage. Non seulement les touristes s'en inspirent – car, comme les investisseurs en matière d'implantation locale des activités, ils « votent avec leurs pieds » –, mais ils souhaitent aussi publier des photos qui feront l'envie des autres utilisateurs : le partage procure, et c'est un fait de société, autant de plaisir que le vécu...

**« Smart tourisme » et « smart destinations »**

Avec le « smart tourisme », la question de la concurrence entre les plateformes d'accélération à la commercialisation est aujourd'hui au cœur du modèle économique des destinations touristiques, à la fois à l'échelle macro (pays, régions) et micro (villes, hôtels, restaurants, etc.). Ce qui n'est pas sans poser d'épineux problèmes d'externalités négatives – si l'on pense bien entendu à « l'effet Airbnb® » dans les villes touristiques (en termes de prix immobiliers, mais aussi d'animation des quartiers...), quelles que soient leur taille. Cette dépendance actuelle de l'offre touristique à l'outil numérique structure totalement la filière économique et a des effets profonds sur le marketing touristique des territoires, autour des notions de « destinations ».

C'est pourquoi certaines collectivités territoriales ont initié leurs propres plateformes de promotion et de réservation (comme la Région Grand Est avec [www.explore-grandest.com](http://www.explore-grandest.com)), en lien avec les acteurs privés et le tissu associatif, afin de structurer un écosystème numérique représentatif de la diversité de l'offre locale, bien souvent démunie face aux acteurs globaux du secteur touristique. Comme toujours, dans ce domaine comme dans bien d'autres, la « bataille des données » est essentielle et leur « bonne » exploitation à des fins commerciales permet d'orienter et d'influencer les touristes vers certaines offres « algorithmiques ».

**Destruction créatrice**

Car si les usages numériques sont un facteur de dynamisation et de modernisation du secteur touristique, ils exercent également, dans une forme de disruption bien connue, de profonds bouleversements aux effets potentiellement destructeurs, pour reprendre le concept schumpétérien de « destruction créatrice » qui assimile l'innovation à un véritable phénomène économique déstabilisateur. Ainsi, la mondialisation des plateformes globalisées crée-t-elle des polarisations fortes du point de vue socio-économique sur les territoires, à travers le phénomène désormais classique des « perdants » et des « gagnants », ces derniers étant les acteurs touristiques les plus « agiles », qui sont

en capacité de proposer des offres « designées » et « marketées » (voire « packagées » avec plusieurs types de destinations groupées), en répondant aux besoins des touristes connectés lors de la phase décisive de (pré-)réservation de leur séjour.

Face à cette logique numérique de « mise en marché » des offres touristiques – modèle économique des plateformes globales de réservation –, certains acteurs locaux des territoires touristiques en France cherchent aujourd'hui à faire émerger des « smart destinations », ou destinations touristiques intelligentes, qui s'attachent en priorité à répondre à des problématiques en matière de tourisme durable – économiquement, socialement et écologiquement – et digital sur leur territoire grâce à une utilisation efficiente des nouvelles technologies et des data. Ainsi a-t-on vu apparaître des « marques territoriales » telles que « I Amsterdam » ou « Only Lyon ».

Aujourd'hui, seule une poignée de villes, régions et pays dans le monde ont décidé d'engager une stratégie dans ce domaine, car les acteurs économiques globaux restent, en matière de données, encore difficiles à contourner. Mais il est patent que ce sujet est désormais à l'agenda des acteurs politiques, locaux comme nationaux, qui cherchent à faire du numérique un facteur de développement touristique local et pluriel et non une forme de standardisation de l'offre selon les préférences des algorithmes... Vaste programme. ■■■

**« I AMSTERDAM », MAIS HORS DU CENTRE-VILLE**

Accusées de promouvoir le tourisme de masse (avec 6 000 selfies par jour), les lettres « I Amsterdam », installées en 2004 près du Rijksmuseum, ont été retirées en 2018. Elles sont désormais visibles temporairement lors de fêtes ou d'évènements, dans des endroits éloignés du centre-ville (selon une recommandation de l'Organisation mondiale du tourisme de l'ONU). Pour les inconditionnels des réseaux sociaux, un logo permanent accueille toujours les visiteurs à l'aéroport de Schiphol.

© Jan-Kees Steenman  
/seeityourselfnl







### Col du Donon

« Ce matériel des années 1970-1980 a été abandonné dans une cabane du col du Donon, dans les Vosges. On y vendait des tickets pour les remontées mécaniques et on y louait aussi des skis. Il y avait encore beaucoup de skis sur place. C'est étonnant que tout ait été laissé comme ça. Assez apocalyptique... »



# les fantômes de l'or blanc

Propos recueillis par

*Rodolphe Casso*

Photos de

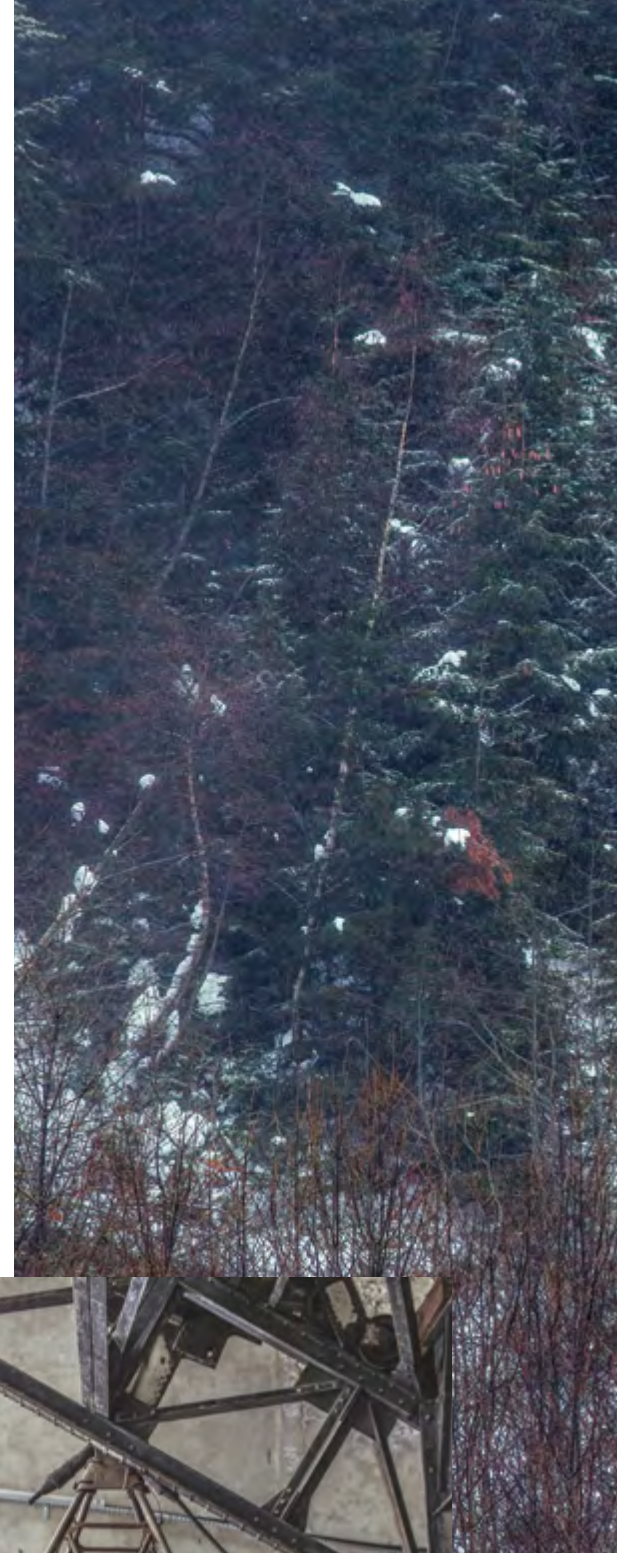
*Vincent Mercier*

**Enneigement insuffisant, perte d'attractivité, escroquerie immobilière... Les stations de ski abandonnées jalonnent les territoires des Alpes, des Vosges ou du Vercors. Le photographe Vincent Mercier nous raconte ces lieux qu'il a immortalisés, témoins d'une époque où or blanc rimait avec développement.**

*Portfolio*

---





### Gare de la Para

« Ce téléphérique construit en 1924, qui surplombe la vallée de Chamonix, est le premier de l'histoire. On venait de toute l'Europe pour monter ici, à 1 700 mètres. Le prix du billet représentait environ un mois du salaire d'un ouvrier. Un tronçon supérieur devait emmener la cabine jusqu'à l'Aiguille du Midi, à 3 800 mètres, mais le projet a été abandonné. En revanche, il a servi à l'acheminement de matériel pour ériger un autre téléphérique qui, lui, monte bel et bien à l'Aiguille du Midi. »





### **Saint-Nizier-du-Moucherotte**

*« C'est l'un des sites des Jeux olympiques de Grenoble de 1968. Reste le panneau des scores du saut à ski, les gradins, mais aussi le bâtiment pour la télévision et la presse construit en parallèle du tremplin pour réaliser des travellings. C'est brutaliste, futuriste, soviétique... Le grand tag "SCH" est en fait le nom d'un rappeur marseillais réputé ; à cause de ces trois lettres, la photo a fait le tour des réseaux sociaux. »*



## **La Chaud – Saint-Honoré 1 500**

*« La station de La Chaud – Saint-Honoré (Isère) était une commande ambitieuse de la commune pour se doter d'une station moderne. Mais le chantier s'arrête net en 1993 à cause d'une escroquerie [la SCIC responsable de la construction est placée en redressement judiciaire en 1995, puis en liquidation. Le promoteur sera emprisonné pour escroquerie, abus de biens sociaux, abus de confiance et détournement de fonds, NDLR]. C'est du gâchis pur. Finalement, le lieu est devenu un terrain de jeu pour le street art. »*











### L'Arzelier

« La station du Col de l'Arzelier se situe au sud de Grenoble, dans le massif du Vercors (Isère). Trop basse en altitude – environ 1 000 mètres –, elle n'était pas rentable. Cette station familiale typique a été fermée définitivement en 2018. Une casse automobile sauvage s'est installée sur place. Comme il s'agit de véhicules des années 1970, on pourrait croire que la station est à l'abandon depuis très longtemps, ce qui ajoute à l'étrangeté du lieu. »

### Céüse 2000

« Pour certains, Céüse 2000, dans les Alpes du Sud, aurait souffert du manque d'enneigement. Pour d'autres, la construction d'une plus grosse station à 100 km au nord, mieux équipée, aurait emporté la préférence des jeunes, population qui représente le gros de la clientèle. Céüse 2000 a cependant été réinvestie par les amateurs de ski de randonnée. Elle est donc fréquentée, mais comme tout est fermé, les gens viennent avec leur sandwich. »



# LA GRANDE ÉVAPORATION DES SAISONNIERS

David Attié

**La pénurie de travailleurs saisonniers est un problème chronique pour l'industrie touristique. Mais, en 2022, la saison prend une tournure particulièrement inquiétante : alors que l'afflux de touristes retrouve les niveaux d'avant Covid, la main-d'œuvre pour les accueillir est aux abonnés absents. Décryptage.**

Parmi les rendez-vous médiatiques les plus courus de la presse régionale française, le sujet de la pénurie de travailleurs saisonniers occupe toujours une place de choix. Et pour cause : la pénurie est structurelle dans le secteur de l'hôtellerie-restauration où près de 100 000 emplois ne sont pas pourvus chaque année. Des employeurs se retrouvent à aller à l'étranger pour trouver du personnel, ou à brider leur chiffre en fermant leur affaire certains jours.

Cette année pourtant, le marronnier s'est transformé en crise. On entend parler d'une « pénurie historique », d'une « catastrophe ». D'après l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih), entre 200 000 et 300 000 postes pourraient ne pas être pourvus cette saison. Quand on sait que la haute saison représente parfois 70 % du chiffre annuel des entreprises concernées, la perspective est particulièrement préoccupante. D'autant plus que les touristes, eux, sont bien là. Après deux ans de paralysie liée au Covid, les prévisions du ministère du Tourisme sont « radieuses » et l'on annonce que la fréquentation pourrait enfin retrouver le niveau de 2019. Reste à répondre à une question qui brûle toutes les lèvres des professionnels : où sont passés les saisonniers ?

## **Le métier de recruteur se transforme en chasse au trésor.**

Adèle Tajan-Février est directrice des ressources humaines chez KAA Hôtels, groupe d'hôtels de luxe implanté à la fois sur le littoral breton et dans la montagne savoyarde. À la recherche de collaborateurs qualifiés, elle confirme que le passage du Covid a laissé des traces : « Avant, on postait une annonce sur un site spécialisé pour les saisonniers dans l'hôtellerie-restauration, on avait

entre 600 et 800 candidatures. Maintenant, on en reçoit 150 à tout casser. » Le métier de recruteur se transforme en chasse au trésor : « Il n'y a plus cette masse qui attend qu'on ouvre les portes des annonces pour pouvoir postuler. Il faut aller les chercher chez eux », ajoute-t-elle. Le président de l'Umih Saisonniers Thierry Grégoire ajoute : « Il y a de grosses difficultés de recrutement, mais ce n'est pas propre à la France. C'est le cas dans un certain nombre de pays européens avec une grosse activité touristique, comme l'Espagne. »

### **« The Big Quit »**

Depuis un an, on parle de *Big Quit* ou de *Great Resignation* aux États-Unis pour désigner les démissions en masse qui ont suivi la pandémie. Plus de 24 millions de travailleurs américains ont quitté leur emploi dans le courant de l'année 2021, dont un pic à 4,4 millions, rien qu'en septembre. Dans une note sur le phénomène, le cabinet de conseil McKinsey analyse que la tendance devrait durer, voire peut-être s'amplifier. Dans l'hôtellerie-restauration, ce sont 47 % des travailleurs américains qui pourraient démissionner dans les 3 à 6 mois à venir.

« Je pense que les gens arrivent dans l'hôtellerie-restauration soit par passion, soit parce qu'ils sont jeunes et qu'ils se rendent compte qu'ils peuvent se faire de l'argent, explique Adèle Tajan-Février. Et en fait, c'est un peu comme une machine à laver. Les saisons s'enchaînent sans qu'ils puissent relever la tête et se demander ce qu'ils font de leur vie. Avec le Covid, c'est la première fois qu'ils passaient juillet-août ou Noël avec leurs proches et qu'ils avaient l'opportunité de prendre du recul. » La DRH cite plusieurs départs pour des projets de reconversion en paysage, en immobilier ou en décoration d'intérieur.

La pandémie a été beaucoup présentée comme un moment de prise de conscience. Elle aurait provoqué des révélations, des départs et des réorientations. De loin, le *Big Quit* peut être compris de cette manière, comme une quête de sens quasi





© Fred Tanneau/AFP

existentielle. Mais à y regarder de plus près, la vérité pourrait être bien plus terre à terre.

« *Le Covid a été une épreuve difficile pour tout le monde, reprend Thierry Grégoire. Notre secteur est celui qui est resté le plus longtemps fermé sans perspective de réouverture. De 10 mois pour les restaurants et cafés jusqu'à 18 mois pour les discothèques. C'est une période qui a accéléré le processus d'évaporation d'un certain nombre de salariés.* » Peut-être plus que d'autres, les saisonniers ont souffert de l'incertitude liée au Covid. À quand la réouverture ? Quel chômage partiel ? À cela s'est ajoutée la réforme de l'assurance chômage, dont le calcul fait baisser le montant des allocations. Plutôt que d'une « grande démission », McKinsey parle désormais de « grande usure »...

C'est le paradoxe des saisonniers, qui constituent une main-d'œuvre vitale pour leurs employeurs, mais sont considérés comme une variable d'ajustement. La plupart n'ont aucune visibilité à l'année, des difficultés d'emprunt et passent leurs journées près du téléphone à attendre des appels d'employeurs pour ne pas rater une opportunité. Par ailleurs, ils ne bénéficient pas de la prime de précarité en principe accordée aux CDD.

### Renverser la vapeur

Le profil des saisonniers est particulièrement difficile à appréhender ; ils forment un groupe hétérogène et atomisé, soumis à différents types de contrats dans différents corps de métiers, avec une activité en pointillé – et parfois non déclarée. Sans représentation syndicale transversale, ils sont peu visibles et peu audibles. « *Actuellement, aucune étude, aucun dispositif administratif ou statistique ne permet de connaître au niveau national combien de personnes précisément sont concernées par le travail saisonnier* », constate un rapport de France Stratégie paru en 2016, *L'emploi saisonnier : enjeux et perspectives*.

On sait cependant qu'il s'agit d'un milieu plutôt jeune. La moitié d'entre eux a moins de 36 ans, des étudiants qui prennent des jobs d'été et « *ne font que passer* », assure Thierry Grégoire. Ce qui ajoute probablement à la difficulté. À ce premier profil majoritaire s'ajoutent des locaux sédentaires, qui jonglent entre plusieurs branches d'activités sur l'année, et des salariés qualifiés,

qui ont fait le choix de vivre en mobilité en alternant une saison d'hiver et une saison d'été.

Force est de constater que l'évaporation de l'offre a contraint la demande à s'adapter. Depuis un an, les employeurs essaient d'améliorer les conditions de travail pour faire revenir la main-d'œuvre. Ils parlent hausse de salaire, de repenser la coupure entre deux services qui allonge l'amplitude horaire, d'améliorer les conditions d'hébergement... « *De toute façon, la pénurie est telle que les chefs d'entreprise sont obligés de se poser ces questions, admet Thierry Grégoire. Aujourd'hui, les gens ne sont plus prêts à travailler n'importe comment et à n'importe quelles conditions. Quelque part, c'est un mal pour un bien.* »

## Les employeurs essaient d'améliorer les conditions de travail pour faire revenir la main-d'œuvre.

À ce titre, l'étude McKinsey et une autre de la Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques (Dares, qui dépend du ministère du Travail) partagent un même constat : l'apparition de ces tensions sur le marché du travail est en partie liée à un problème d'attractivité. Les employés regardent de plus en plus si leur entreprise les écoute, les considère et les valorise. Des attentes qui s'alignent assez mal avec le monde saisonnier...

Adèle Tajan-Février le reconnaît, la disparition des saisonniers a changé le paradigme : « *On est passé par des phases assez complexes de changement du rapport de force, ce qui, à mon avis, a généré de bonnes choses.* » Thierry Grégoire ne dit pas le contraire : « *Je pense que c'est quelque chose qui va durer. Il faut qu'on apprenne à accepter le partage de la valeur : on prend soin de nos clients, on doit aussi prendre soin de nos salariés.* » ■

# SAISONNIER RECHERCHE LOGEMENT DÉSESPÉRÉMENT

David Attié

**Pourtant pierre angulaire du travail saisonnier, la question du logement en est aussi l'angle mort. Le développement du tourisme en montagne et en bord de mer ne s'est pas accompagné de politiques d'hébergement à loyer modéré pour la main-d'œuvre saisonnière. Dans de nombreuses communes, trouver un toit pour la saison est trop cher, sinon impossible.**

Des dortoirs en sous-sol pour 15 personnes, des studios au loyer prohibitif, des mobile homes sans eau courante ni électricité, le canapé d'un ami... L'hébergement des travailleurs saisonniers est, de longue date, un angle mort dans les secteurs liés au tourisme. Aucune obligation légale n'imposant de loger le salarié, les conditions restent assez aléatoires selon les territoires et les employeurs. Si certains hôtels ou auberges de jeunesse ont pris l'habitude de mettre leurs chambres à disposition, tout le monde n'en a pas la capacité et les plus petites structures peinent à trouver des solutions dans des zones touristiques où le foncier est tendu.

## **Les communes classées « touristiques » ont l'obligation d'établir une convention avec l'État pour l'hébergement des saisonniers.**

Début 2019, le débat était relancé par l'incendie d'un hôtel à Courchevel qui avait provoqué deux morts et 24 blessés. Le bâtiment n'hébergeait que des saisonniers – une soixantaine – et n'était manifestement plus aux normes. Si l'origine du feu semble criminelle, le propriétaire a été mis en examen fin 2021, pour violation des obligations de sécurité et « hébergement de travailleurs dans un local non conforme ». Près de 5 000 saisonniers travaillent dans cette station de ski chaque année, et rares sont

ceux qui prennent le risque de perdre leur contrat en signalant leur logement à l'inspection.

Personne n'ignore cette situation qui, au-delà des risques pour les travailleurs, pénalise également les employeurs. Ne pas pouvoir fournir de logement ferme la porte à une manne de saisonniers en mobilité, tout comme aux saisonniers qualifiés qui prétendent à de meilleures conditions d'accueil. « C'est le frein numéro un à la mobilité professionnelle, ce n'est pas nouveau », affirme Thierry Grégoire, président de l'Umih Saisonniers (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie).

### **Un bon élan**

Conscient du problème, l'État a modifié en 2016 la loi montagne de 1985, pour l'adapter aux enjeux actuels. La loi ELAN (évolution du logement, de l'aménagement et du numérique) est venue compléter le dispositif. Désormais, les communes classées « touristiques » – ce qui excède donc le seul contexte de la montagne – ont l'obligation d'établir une convention avec l'État concernant l'hébergement des saisonniers. Elle consiste en un diagnostic précis du parc disponible et des besoins, puis d'un plan d'action sur trois ans. Elle est élaborée en association avec l'établissement public de coopération intercommunale de la commune, le département et Action Logement Services, qui est l'organisme qui collecte le 1% logement, la cotisation des entreprises en faveur du logement.

Depuis, plusieurs territoires ont signé des conventions en Loire-Atlantique, sur la Côte d'Azur ou dans les Hautes-Alpes. Si les projets ne sont pas encore sortis de terre, le dispositif semble avoir poussé les collectivités à s'emparer du sujet. « Ce sont des premiers pas, ce sont de bonnes avancées », observe Inès Minin, secrétaire nationale CFDT, chargée de la campagne annuelle auprès des saisonniers. *La France est la première destination touristique au monde. La question est de le valoriser et de prendre en compte les besoins en main-d'œuvre des territoires.* » Pour autant,



admet-elle, « les investissements ne sont pas à la hauteur des besoins. Action Logement pourrait faire plus d'efforts sur l'accès des travailleurs les plus précaires à l'emploi via le logement ». La représentante syndicale prend l'exemple de l'agriculture : « Le secteur cotise au 1% logement, mais n'en profite pas du tout. Le logement des saisonniers agricoles n'est pas du tout pris en charge et personne n'en parle. On voit des travailleurs détachés logés dans des conditions catastrophiques, il y a eu plusieurs condamnations par la justice sur ce sujet. »

### Loger à tout prix

De son côté, Thierry Grégoire met les pieds dans le plat : « Les sources de financement collectées dans les entreprises – je pense au 1% logement – doivent servir exclusivement à financer des logements pour les salariés, qu'ils soient en mobilité, alternants ou saisonniers... et non pas servir à financer la rénovation urbaine, qui doit rester à la main de l'État et des collectivités. Je jette volontairement un pavé dans la mare. Il faut réorienter à 100% le flux financier d'Action Logement. »

Le président de l'Umih Saisonniers a été président d'Action Logement Services à l'échelle nationale. Il témoigne de la construction à Juan-les-Pins d'une résidence dédiée aux saisonniers, alternants et apprentis. Financée par la Région, Action Logement et l'Umih, elle est construite sur un terrain appartenant au département, loué par bail emphytéotique. Grâce à ce montage, le loyer est conditionné, il ne peut pas être supérieur à 20% du salaire net. « La collectivité ne cède pas son patrimoine, mais le met au service d'un projet d'intérêt général. Quand vous n'avez pas le coût du foncier sur une opération, vous n'avez que le coût de construction et le loyer reste raisonnable. »

Des résidences comparables sortent de terre en France, mais les municipalités redoublent d'inventivité pour mettre en place des projets plus faciles à mettre en œuvre. À Quiberon ou à Vieux-Boucau-les-Bains, dans les Landes, la mairie met à disposition des parcelles de camping pour loger des saisonniers à des prix avantageux. Ailleurs, elles tentent de réorienter des logements privés au profit des saisonniers. Il peut s'agir d'identifier des « lits froids », qui ne sont pas occupés et qui nécessitent réhabilitation, ou alors de sensibiliser des propriétaires aux aides

et avantages qui existent, pour la mise en place de telles locations. Il existe, par exemple, des systèmes de garantie locative ou d'intermédiation qui permettent d'assurer un certain niveau de revenu au bailleur.

### Innovations locales

C'est plus ou moins la démarche testée par Airbnb® dans le Pays basque cet été. L'entreprise vient de lancer une campagne pour convaincre des particuliers inscrits sur son réseau de consentir à des prix cassés en faveur des saisonniers. Souvent accusée de réduire le parc de logements et de faire monter les prix au détriment des locaux et des saisonniers, l'entreprise tente ainsi de faire face à une grosse offensive locale. En effet, la communauté d'agglomération du Pays basque a voté, le 5 mars dernier, un principe de compensation des meublés touristiques qui entrave les affaires d'Airbnb®. Le principe : pour tout logement qui changera d'usage pour de la location de courte durée, le propriétaire devra louer en parallèle un autre meublé de même surface à l'année.

C'est aussi au Pays basque, particulièrement touché par la crise du logement, que s'est lancé cet été un projet de village itinérant au profit des saisonniers. Baptisé Mugi [prononcer « mougui », qui signifie « bouge ! » en basque, NDLR], il est composé de 12 modules privatifs et de 3 modules communs, permettant d'accueillir 15 à 20 saisonniers. Il pourra être déplacé en fonction des besoins en hébergement du territoire. Porté par l'association Soliha et inspiré par l'urbanisme transitoire, le village plantera ses piquets sur des terrains en attente de projets, mis à disposition par les collectivités sur une période donnée.

Et dans la famille urbanisme circulaire, Inès Minin explique que la CFDT a négocié plusieurs fois avec des établissements scolaires pour ouvrir des locaux pendant les grandes vacances. « C'est rare pour les universités, mais on a parfois des logements étudiants, des internats ou des écoles. Avec, à chaque fois, un loyer adapté aux saisonniers. »

Cette intensification des usages n'est pas toujours aisée à mettre en place, mais reste possible dans certains territoires. À Noirmoutier, les parents d'élèves de l'école privée Saint-Philbert se sont d'ailleurs spontanément organisés pour louer des salles de classe l'été. ■■■



« Mugi », le village d'habitat déplaçable pour les saisonniers, est en cours de construction.  
© Inaki Noblia





BANQUE des  
**TERRITOIRES**



**Un patrimoine  
touristique  
à valoriser.  
On est là  
pour vous aider.**

**#AvosCôtés**

Nous apportons des prêts, des garanties bancaires et des fonds propres aux collectivités locales, aux foncières et aux sociétés d'économie mixte afin de soutenir le développement du tourisme en France. Contactez-nous.

**L'intérêt général a choisi sa banque**

**banquedesterritoires.fr**

   | @BanqueDesTerr



# « NOUS AVONS LE PLUS GRAND RÉSEAU DE BALADES DÉCARBONÉES AU MONDE »

Propos recueillis par *Rodolphe Casso*



Photo : Twitter

**Cofondateur du média en ligne *Enlarge your Paris*, Vianney Delourme œuvre depuis 2013 à faire découvrir au public les richesses paysagères et les trésors architecturaux du Grand Paris par la promenade urbaine. Il retrace pour nous l'histoire de cette pratique et évoque l'avenir prometteur d'un tourisme de proximité qui, depuis le Covid, répond aux aspirations de nombreux urbains, toutes catégories sociales confondues.**

## **Comment est née l'idée des promenades urbaines dans le Grand Paris ?**

Si le média *Enlarge your Paris* a été créé en 2013, c'était pour raconter le Grand Paris en tant que ville émergente au début de la métropolisation. On ne connaissait ni sa couleur, ni son identité, ni ses paysages. La création du passe Navigo, titre de transport unique, qui marque la fin des péages de zone à zone, et le projet du Grand Paris Express ont immédiatement imposé la marche urbaine dans notre projet éditorial. Nous avons commencé nos explorations dans le Grand Paris après avoir rencontré le grand reporter Guy-Pierre Chomette, qui a publié *Le Piéton du Grand Paris* en 2014 [éditions Parigramme, NDLR], au moment où le tracé du Grand Paris Express était rendu public. Rappelons qu'on parle ici de la création de 68 gares pour 200 km de lignes automatiques implantées à 100 % en banlieue, après cent cinquante ans d'organisation des transports en étoile. Guy-Pierre Chomette a donc repris le principe des urbanistes du transect, suivant la ligne imposée par la réalité de l'aménagement, pour voir ce qu'il y avait à voir. C'était exactement ce que nous voulons faire pour découvrir notre territoire : marcher le long du Grand Paris Express, et de manière collective en conviant des artistes, des habitants, des géographes, des urbanistes, des photographes, des forestiers, des écologues, des ethnologues, des botanistes, etc., pour qu'ils nous racontent leur façon de regarder la ville. Très vite, nous avons vécu un dépaysement complet dans ce voyage de proximité – qui n'est pas un slogan !

Une autre influence est le livre de François Maspero, *Les Passagers du Roissy-Express*, de 1990 [éd. du Seuil]. Ce voyage

au long cours, en banlieue, s'est fait au moment où l'on préparait le bicentenaire de la Révolution française et où la culture « officielle » portait un œil sur la culture populaire.

C'est aussi à ce moment que l'architecte Yves Clerget a créé les promenades urbaines qui partaient du Centre Pompidou. Le principe était de sortir du Paris patrimonial d'André Malraux pour aller visiter les arrondissements à deux chiffres, avec leur patrimoine urbain issu de la seconde partie du XX<sup>e</sup> siècle. C'est lui qui lance le principe de la promenade collective avec un regard de valorisation de cette partie de la ville, pour montrer ce qu'elle a de beau et d'honorable.

## **À quand remonte cette notion de promenades urbaines ?**

Ce sont les dadaïstes et les situationnistes qui ont développé l'art de la promenade urbaine. Pour les premiers, l'idée était de visiter les lieux banals afin de se démarquer, là encore, du regard patrimonial. Pour les seconds, il s'agissait d'opérer des dérives pour protester contre la transformation de la ville au service de la vitesse automobile, de la marchandisation et du fonctionnalisme exacerbé. Ils vont donc un peu au hasard, comme on serait rejeté par l'aménagement au service de la vitesse et de la consommation. Nous avons repris à Guy Debord, dans ses textes sur la marche, le principe de se calquer sur le temps biologique pour organiser une balade : on part le matin, on rentre le soir. On sort donc du temps de la consommation de la culture, du loisir et du tourisme pour vivre un dépaysement le temps d'une journée. On se met à disposition de l'expérience.





*Pique-nique dans l'enceinte du Fort d'Aubervilliers, 2020.*

*Photo : Enlarge your Paris*

### **Comment la notion a-t-elle évolué ?**

Plus tard, dans les années 1990, des architectes italiens, bordelais ou versaillais vont avancer le principe de la marche aux marges des grandes villes pour développer une esthétique périurbaine. Je pense notamment au laboratoire d'art urbain Stalker, à Rome, qui existe toujours aujourd'hui, et a été très inspiré par les artistes du land art comme Robert Smithson et Tony Smith. Ce dernier a écrit en 1966 sur un voyage le long d'une autoroute en construction. C'est ce type d'attitude qui va inspirer certains architectes cherchant alors à repenser leur métier. Selon ce principe, les Stalker vont faire le tour de la Rome mussolinienne, ignorant ainsi le cœur patrimonial de la ville, pour opérer un land art urbain, ponctué de gestes artistiques, qui brouille les catégories. Depuis, les initiatives se sont multipliées. Je pense, par exemple, à Alexis Pernet, professeur à l'École nationale supérieure de paysage (ENSP) de Versailles, qui a imaginé une subversion de sentier de grande randonnée (GR) dans le Massif central en détournant le balisage, imposant ainsi des détours par un stade, une ZAC, etc. Pour son mémoire de fin d'études à l'ENSP, intitulé *L'Idée du bord : promenades autour de Paris*, soutenu au début des années 2000, il a fait le tour de la grande banlieue parisienne pour identifier des éléments paysagers du banal et de la marge, considérant que la périphérie est le lieu où ça s'effrite, ça se dégrade et ça

se reconstruit en permanence, avec des luttes d'appropriations du territoire. C'est l'endroit du flou, du non-exprimé, du non-programmé, des usages vernaculaires. Alexis Pernet a même fait la liste du mobilier urbain qui caractérise ces endroits indécis : plots anti-voiture, grillages, etc.

### **« Nos territoires sont des manteaux d'Arlequin. »**

Ce travail a été réalisé au moment où les Stalker sortaient du bois, mais aussi le collectif bordelais Bruit du Frigo, fondé en 1997. L'idée était ici de créer un sentier périurbain dans la banlieue de Bordeaux pour créer un lien entre les paysages ruraux, périurbains et urbains. Par exemple, un plan d'eau près d'une ZAC ou une forêt à côté d'un échangeur... L'objectif est de nous confronter à ce que nous produisons comme paysages : on fait des miettes partout. Dès que l'on sort des parcours dessinés par les routes et les fonctions, nos territoires sont des manteaux d'Arlequin. Un manteau que l'on peut retisser par la marche.



### À quel stade en est cette pratique aujourd'hui ?

Le philosophe Frédéric Gros, auteur de *Marcher, une philosophie* [Flammarion, 2019], s'est penché sur ce que nous faisons et nous a qualifiés d'« arpenteurs du Grand Paris », par contraste avec le piéton, ou le flâneur de l'époque de Baudelaire, qui va rechercher les trépidations de la ville, avec l'arrivée des vitrines, des éclairages, des transports en commun... Pour Frédéric Gros, cette tradition charmante devient, un siècle plus tard, obsolète avec les arpenteurs dans notre genre qui explorent des territoires pas prévus pour la marche. L'arpenteur prend la mesure de territoires dont il faut se ressaisir. Aujourd'hui, cela a d'autant plus de sens que le fait périphérique est majoritaire, que l'on doit décarboner nos modes de transport et nos loisirs, que l'on veut retrouver du sol et du paysage. L'arpentage permet de sortir de nos parcours cadencés. Ces sujets sont caractéristiques de l'époque actuelle. Et ce qui nous a époustouffés dans le Grand Paris, c'est de retrouver, par notre pratique, les paysages des régions naturelles franciliennes qui avaient été fragmentées par l'urbanisme du XX<sup>e</sup> siècle : forêts, collines, plaines, plateaux... Cela fait maintenant sept ans que je fais au moins un repérage par semaine et je continue d'être surpris.

### Quelle est la prochaine étape pour vous ?

Nous lançons dans le cadre de l'Olympiade culturelle, programmation artistique qui se déploie dans le contexte des Jeux olympiques 2024, un programme dénommé le Randopolitain. Avec les 300 gares d'Ile-de-France accessibles grâce au passe Navigo – ce qui est complètement fou quand on y pense –, et les milliers de kilomètres de sentiers accessibles par ce réseau, nous avons créé avec la SNCF et la Fédération française de randonnée pédestre, ainsi que des partenaires tels que L'Institut Paris Region, l'ENSP, La Maison de l'architecture, des parcours de 25 km, de gare à gare.

## « Il faut marcher tous les jours, et si possible au vert. »

L'idée est d'affirmer que nous avons le plus grand réseau de balades décarbonées au monde. Dans ce cadre-là, nous avons donc lancé, le 25 juin dernier, un programme de 100 randonnées – jusqu'en octobre 2024 –, un dimanche sur deux, mais aussi un mercredi par mois pour les scolaires. Avec ces derniers, nous abordons d'ailleurs les enjeux de lutte contre la sédentarité, avec le développement des micromobilités. On constate en effet l'effondrement hallucinant des capacités musculaires des jeunes générations, mais aussi de leur territorialisation, puisque la vie tient dans un smartphone et que la trottinette permet de s'épargner le dernier kilomètre pour aller à l'école. C'est une épidémie qui ne dit pas son nom. Reste qu'avec nos partenaires, nous entendons créer un réseau de découverte de notre patrimoine naturel et culturel qui n'a pas d'équivalent. On va retrouver des sentiers, des berges, des forêts, des zones humides, des espaces protégés... Et à la fin, tous ces tracés seront visibles dans les gares SNCF, avec de la signalétique, des

QR codes, etc. À cela viendra s'ajouter le travail des forestiers de l'ONF et de l'Agence des espaces verts. On crée donc un réseau pérenne, car le Randopolitain a pour objectif d'exister au-delà des Jeux olympiques.

### Vous rappelez finalement à quel point marcher est vital...

Nous voulons mettre en place un programme de pédagogie et d'éducation à la marche, qui répond aux attentes post-Covid du retour à la nature – mais pas au détriment de celle-ci. Pendant le Covid, des neurologues ont étudié le phénomène de « fuite vers le vert » qui a démontré que nos cerveaux se sont développés lorsque, chasseurs-cueilleurs, nous vivions dans des environnements aux couleurs à dominante de vert et aux formes arrondies. C'est dans ce cadre que nos cerveaux se régénèrent. Plus que dans le contexte d'un sur-stress en milieu urbain, avec une dominante de gris et des formes carrées. Il faut donc marcher tous les jours, et si possible au vert pour éviter les sursollicitations des formes et des messages de l'espace urbain.

### En boostant le tourisme de proximité, le Covid a favorisé la promenade urbaine. Surtout lorsque nous étions tenus de rester à moins de 100 kilomètres de chez nous, voire un kilomètre au début du premier confinement...

La fréquentation de notre site a triplé depuis le Covid. Certains articles sont même devenus des *best-sellers*, comme la liste des forêts accessibles en transports en commun. De son côté, la Fédération française de randonnée n'a jamais autant vendu de topoguides que depuis deux ans. Les sentiers sont pleins à craquer. Autre exemple, l'agence Les Others a créé la « Trans-Bleausarde », un parcours pour découvrir la forêt de Fontainebleau, qui fait un tabac. Au-delà de cet élan, dont on va voir s'il est durable ou non, je fais l'hypothèse que notre rapport à l'espace sera durablement impacté. Une fois que l'on a traversé l'espace pour trouver de la nourriture ou aller au travail pour se la payer, on cherche du sens à ce que l'on traverse, ce que l'on regarde. Ça peut être aussi bien les alignements de Carnac que les tours de La Défense ou l'axe royal.

C'est toute la question du paysage et de la façon dont on se projette idéologiquement dans notre environnement. Je pense que l'on est en train de construire un nouveau rapport à notre environnement et que la marche est l'un des outils les plus pertinents pour se réapproprier son territoire, après un moment de compétition métropolitaine. Dans son livre *La Promenadologie, se promener pour mieux voir* (Flammarion, 2022), le sociologue et économiste suisse Lucius Burckhardt considère que l'on invente le paysage au moment où l'on arrête de vivre de la terre pour travailler en ville. On va alors mettre en scène son pouvoir économique avec des maisons de plaisance, valoriser une expérience romantique de la campagne, comme les Anglais et leurs paysages arcadiens. En France, au XIX<sup>e</sup> siècle, on quittait Paris pour aller voir la mer déchaînée à Dieppe, on se confrontait à une nature plus grande que soi, à l'immense, pour y trouver une forme d'énergie. Puis on invente l'alpinisme, la randonnée... Pour ce promeneur suisse, le paysage est un objet idéologique que l'on réinvente en permanence en fonction de nos nécessités et nos enjeux économiques.

**Les phénomènes de pression immobilière et de gentrification, qui ont obligé une grande partie de la population parisienne à se tourner vers la banlieue, lui ont aussi permis de découvrir de nouveaux lieux et de nouveaux paysages au-delà du périphérique...**

Tous les étés, lors de la dernière quinzaine d'août, nous organisons le Tour piéton du Grand Paris pendant douze jours, chaque jour à partir d'une nouvelle gare RER, avec des groupes de 70 à 100 personnes, pour marcher une vingtaine de kilomètres et aller à la rencontre d'artistes, d'apiculteurs, de cuisiniers, d'artisans, d'architectes, d'historiens, etc., dans tous les territoires de banlieue possibles. Participent à ces balades des personnes de toutes les catégories sociales d'Ile-de-France. Là où je veux en venir, c'est que – anciens Parisiens ou pas, pression immobilière ou pas – cette envie de s'approprier son territoire et cette curiosité pour les activités ou les paysages sont présentes dans tous les milieux. On aurait pu croire que la promenade urbaine, outil des sociologues depuis la « sarcellite » et la crise des grands ensembles, serait l'apanage des professionnels de l'urbanisme et de tous ceux dont l'activité consiste à prendre la mesure des territoires à accompagner dans leur renouvellement urbain. Mais elles attirent également beaucoup de personnes des catégories populaires. Et quand on part une journée, tout le monde échange avec tout le monde. Ce collectif d'une journée nous ancre dans une certaine réalité.

**La promenade urbaine pourrait-elle devenir une nouvelle branche économique du tourisme ou restera-t-elle à la marge de cette industrie ?**

C'est une bonne question... La référence des mobilités actives dans le tourisme reste plutôt le vélo. Des études affirment que le cyclotouriste dépense plus d'argent que le touriste lambda. Mais la randonnée – et, à travers elle, d'un autre rapport au territoire – est appelée à de bonnes perspectives de développement. Avant le Covid, l'hypercentre parisien était saturé par le tourisme international longue distance, avec la présence massive de Chinois, de Coréens, d'Américains... Mais la grande masse du tourisme, c'est aussi les *repeaters* français et européens – Belges, Allemands, Italiens, Espagnols – qui ont déjà vu la tour Eiffel et un certain nombre de salles du Louvre et sont à la recherche d'autres expériences. C'est là que la posture, la place et l'expérience du piéton sont importantes. On est moins dans la consommation des grandes icônes pour vivre d'autres paysages dans d'autres territoires. On prend un vélo ou un RER pour aller voir la vallée de la Méranaise, passer en bord de Marne au bout des îles de Créteil ou Saint-Maur-des-Fossés, faire un segment du GR 11 pour terminer à Fontainebleau... Ces expériences-là ne sont pas encore racontées, et n'ont pas le récit qu'elles méritent. Mais puisque nous sommes désormais pas mal d'acteurs à porter ce récit et à en faire valoir les atouts, ça va se développer. Surtout que cette pratique va dans le sens des aspirations d'une partie croissante de la population : entre loisir et tourisme, moins axée sur la consommation.

**Une pratique à la portée de n'importe quelle bourse, qui plus est...**

Absolument, puisque la marche est universelle et gratuite. Pour nous, c'est même l'indicateur de la qualité d'une ville. Quand on marche en grande couronne, on fait l'expérience des coupures

urbaines, on traverse ce que des géographes de l'Atelier international du Grand Paris avaient appelé « les propriétés de Lucifer » : cet ensemble de zones logistiques, ferroviaires, aéroportuaires ou autoroutières qui coupent le passage et la vue et rendent l'expérience piétonne désastreuse. Le piéton est l'indicateur de cette réalité. L'économiste suisse spécialiste de la marche, Sonia Lavadinho, rappelle que les décideurs auraient intérêt à écouter les piétons, car une ville « marchable » a beaucoup plus de valeur économique, y compris son foncier.

**« Entre les gares des RER C et D, on trouve des chemins ruraux qui vont dans tous les sens. »**

Autre indicateur : le Grand Paris est un îlot de chaleur à près de 90 %. Je me souviens de l'une de nos premières randonnées le long du tracé du Grand Paris Express, entre Noisy-Champs et Saint-Maur-Créteil : 27 km parcourus un jour de canicule... Il y avait des endroits terrifiants ! On se demandait comment on avait pu faire une ville pareille... Pas un arbre, tout organisé pour les baignoires... Sans oublier la privatisation et la disparition des sentes et de tout ce qui reste des voiries vernaculaires.

**Peut-on imaginer que ces chemins soient un jour défendus ou préservés, à la manière des sentiers douaniers du littoral ?**

Je commence à travailler sur les chemins ruraux en Ile-de-France ; un trésor que l'on n'a absolument pas appris à considérer comme tel, et un formidable levier de développement aussi bien pour le tourisme que pour notre qualité de vie. Il n'existe pas de carte d'indexation des chemins ruraux. En soixante ans, 30 % d'entre eux ont disparu. Or, ils racontent le parcours de plusieurs générations, qui les ont adoptés par simple souci de logique, d'économie ou de sécurité. Et ils reliaient des villages entre eux avant l'âge du pétrole et de la voiture : c'est un trésor pour la décarbonation de nos mobilités. Dans le sud de l'Essonne, entre les gares des RER C et D, on trouve des chemins ruraux qui vont dans tous les sens. C'est formidable ! Face à la densité qui a explosé depuis trente ans avec l'étalement urbain sur les terres agricoles, heureusement que ces chemins existent encore pour sortir avec ses enfants, faire du vélo, promener son chien, aller à la boulangerie du village voisin... C'est de l'espace public ouvert. Et nous devons d'ailleurs à la Fédération française de randonnée de garder le paysage ouvert grâce au travail des baliseurs bénévoles. Ce travail énorme est assuré par la fédération et des associations. C'est un élément essentiel pour notre vie et pour le tourisme. Et, toujours dans la perspective du Randopolitain, nous travaillons à un *slow tourism* qui valorise les chemins ruraux.

**Les Franciliens connaissent-ils leur région ?**

Bien sûr que non ! Depuis le premier confinement, je reçois des appels de gens issus des métiers de l'urbanisme et de



l'architecture qui me demandent comment aller dans une forêt avec un passe Navigo, et que faire une fois là-bas ! Par ailleurs, on connaît mal le patrimoine historique, industriel et architectural de cette région. Pendant très longtemps, sur les cartes de la RATP autour de Paris, on ne trouvait que Versailles et Disneyland. Non seulement les lieux n'étaient ni fléchés, ni racontés, mais on ne savait pas quoi en faire.

### Quel type de lieux rencontre le plus de succès auprès des promeneurs ?

Nous venons justement de publier la carte « Les coups de cœur des piétons du Grand Paris », et ce qui sidère les gens, c'est de voir des lieux naturels préservés dont ils n'avaient pas connaissance. Ou des lieux de vie dans des endroits insoupçonnables. La pépinière urbaine de Nanterre, La Ferme du Bonheur implantée sur un délaissé autoroutier, les agriculteurs du Mont Guichet au-dessus de Chelles, la ferme urbaine dans un ancien réservoir du château de Versailles... Tous ces lieux cassent les codes et les représentations, avec des gens qui y font des trucs de dingue.

Un exemple marquant : l'été dernier, nous avons déjeuné au Moulin Fayvon, qui est le dernier d'une ancienne plaine maraîchère, la plaine des Vertus, dans le secteur actuel de Saint-Denis et La Courneuve. Ce moulin n'a pas été détruit au moment de la construction de la Cité des 4000 et se trouve sur un site que l'État s'était réservé pour une autoroute qui devait entrer dans Paris par la porte de Clignancourt. Cette autoroute n'a jamais existé, mais le bâtiment est resté. Dans les années 1990, un artiste texan du nom de Monte Laster y a créé une fondation culturelle pour faire venir des artistes américains en résidence. Puis, grâce à ses liens avec le potager du Roi à Versailles, il a créé un jardin de la Reine que les enfants des écoles du quartier

viennent entretenir... Des enfants qui ignorent souvent que La Courneuve fut autrefois le cœur nourricier de Paris. Le jour de notre visite, une cuisinière palestinienne nous a préparé le repas, puis un saxophoniste texan s'est mis à jouer... Et tout d'un coup, une harmonie et une beauté se sont emparées du lieu... Ce n'était pas La Courneuve telle que les gens peuvent se la représenter. Cela a un impact très important.

### Vous a-t-on déjà accusé d'adopter par cette pratique une posture gentrificatrice ?

Nous avons eu ce débat avec un artiste aux Ateliers Médicis de Clichy-sous-Bois, qui nous interrogeait sur ce risque. C'est alors qu'une habitante de la ville qui était avec nous a affirmé qu'elle n'avait jamais traversé les quartiers visités ce jour-là, qu'elle ne connaissait pas la forêt de Bondy, qu'elle ne savait pas que Victor Hugo avait écrit *Les Misérables* tout près d'ici, et que, en définitive, cette expérience lui avait fait du bien.

### Ces promenades contribuent-elles à forger une identité « grand parisienne » ?

Pour moi, ça ne fait aucun doute. Le Grand Paris Express va y contribuer de façon manifeste en créant un nouveau rapport au territoire. C'est un événement politique majeur qui relie des villes de banlieue qui n'étaient pas en rapport les unes avec les autres. Cela va créer une autre expérience d'être banlieusard et grand parisien. Un sentiment renforcé par le fait de confier chaque gare à un architecte ou un artiste, dans l'idée d'apporter autant de soin que si l'on construisait à Paris. Et ce nouveau métro nous pousse à redécouvrir la grande échelle paysagère francilienne. Les forêts de l'ouest, le plateau de Romainville, les pays anciens dont on a perdu le sens..., tout cela est constitutif de notre identité. Ce patrimoine va rencontrer notre besoin de nous reterritorialiser. ■■■

*Un radar dans le bois de Bernouille, 2020.*

*Photo : Enlarge your Paris*



# QUELLES STRATÉGIES TERRITORIALES AUTOUR D'UN MUSÉE ?

*Hervé Barbaret*

**La création d'un équipement muséal est souvent fondée sur des idées reçues qui sont autant de pièges sur lesquels il est facile de trébucher. Rencontre avec les œuvres, expérience de visite complète, implication des habitants, scénarisation audacieuse ou mise en réseau avec d'autres musées..., les clés de la réussite sont nombreuses et diverses.**

Il n'est pas de stratégie de développement territorial qui n'intègre une ambition de mise en tourisme. Qui dit tourisme dit culture, qui dit culture dit musée. Les poupées de la matriochka sont sur la table : quoi de mieux qu'un musée pour couronner les efforts réalisés pour développer une région, un département, une ville ? Nos amis basques de Bilbao n'en ont-ils pas fait brillamment la démonstration ?

France Muséums, qui a pour mission de promouvoir l'excellence muséale française, ne peut que s'enthousiasmer de cette perspective. Pourtant, comme l'enfer est pavé de bonnes intentions, les ambitions muséales sont pleines de fausses bonnes idées. D'abord, penser qu'il est facile de parachuter un musée dans un lieu donné. Ensuite, imaginer qu'un musée peut, à lui seul, être le moteur de transformation d'un territoire. Troisièmement, espérer qu'un musée s'autofinance. Quatrièmement, croire que le musée est une institution spontanément populaire. Enfin, vouloir mettre en équation le succès d'un équipement culturel. Une seule de ces pathologies peut conduire à l'échec. Beaucoup de projets les additionnent.

Un musée pourrait, comme au poncif, être recopié d'un endroit à un autre. Il suffirait de construire un beau bâtiment et d'y installer une collection pour réunir les conditions du succès. Non, un musée doit s'ancrer dans son territoire pour constituer un réel outil de développement touristique. Peut-être qu'un parc d'attractions soutenu par une marque mondiale comme Disney® peut s'abstraire de cette contextualisation (rien n'est moins sûr, au demeurant), mais un musée n'est pas un parc d'attractions. Il doit s'inscrire dans une démarche locale d'appropriation culturelle, sociale et éducative. Les musées purement touristiques existent, mais ils sont rares et tristes.

## **Dialoguer avec les habitants**

Le Louvre-Lens, extraordinaire à tous égards, a toujours eu dans son ADN l'ambition d'attirer le plus large public touristique national et international, tout en veillant à dialoguer en profondeur avec les habitants de son environnement immédiat. Une maison du projet lors de la phase de construction, des relations nouées avec le tissu associatif et un travail étroit avec les écoles ont permis de s'assurer que ce musée d'exception n'était pas hors-sol. Cette insertion est également reflétée par l'architecture du bâtiment de plain-pied, s'inscrivant dans un parc librement accessible. Il en va de même, et sans doute de manière moins intuitive, pour le Louvre Abu Dhabi (premier musée universel du XXI<sup>e</sup> siècle dans le monde arabe et projet multifacette radicalement innovant) : les autorités émiriennes en font un facteur d'attractivité internationale de leur territoire, mais, concomitamment, elles mettent tout en œuvre pour en assurer l'appropriation par la population locale grâce à des actions volontaires sur le plan culturel, éducatif et social.

***Il serait périlleux d'investir massivement dans la cerise en oubliant le gâteau.***

Qu'en est-il du musée Guggenheim de Bilbao ? Est-ce le même facteur de succès ? Cet équipement d'exception est souvent considéré comme moteur essentiel de la politique de rénovation





*Galerie du temps, Louvre-Lens.*

© Louvre-Lens/Frederic Iovino © Sanaa/K. Sejima et R. Nishizawa – Imrey Culbert – Mosbach Paysagiste – Studio Gardère

urbaine de la ville. Sachons raison garder. C'est un élément d'une politique jouant sur l'ensemble du clavier du développement territorial : modes de transport, rénovation urbaine, lien ville-mer, promotion économique... Le bâtiment de Frank Gehry couronne ces efforts comme une cerise sur le gâteau. Il serait hasardeux d'imaginer que la cerise a engendré le gâteau. Il serait périlleux d'investir massivement dans la cerise en oubliant le gâteau.

Autre idée scabreuse : attendre d'un musée son autofinancement. Posons un problème d'arithmétique simple, pur cas d'école. Sachant que pour 1 m<sup>2</sup> de galerie, un musée doit disposer de 3 m<sup>2</sup> (afin d'intégrer les surfaces d'accueil, vestiaires, toilettes, billetterie, restaurants, boutiques, bureaux); qu'une surface modeste mais raisonnable de galerie est de 2 000 m<sup>2</sup> (1 500 m<sup>2</sup> de galeries permanentes, 500 m<sup>2</sup> d'expositions temporaires); que le coût du m<sup>2</sup> toutes dépenses confondues, en postulant que le foncier et la collection sont déjà disponibles, est *a minima* de 5 000 euros; que les charges de fonctionnement représentent environ 10 % de l'investissement initial... Il en ressort un investissement de 30 millions d'euros et un budget annuel de 3 millions d'euros. Les recettes de mécénat et de gestion du domaine (redevances des restaurants et boutiques) peuvent engendrer 20 % de ce montant. Il reste 2,4 millions d'euros à financer. Cela suppose 240 000 visiteurs payant un billet à 10 euros. Une certaine proportion du public entre gratuitement (de l'ordre de 40 %) : la fréquentation devra donc être de 400 000 visiteurs pour aboutir au Graal de l'autofinancement. Son impact économique indirect sera puissant pour le territoire, en particulier en termes d'attractivité touristique, mais, sauf à entrer dans la liste des douze musées les plus visités de France (dont les moyens sont tout autres), le musée ne s'autofinancera pas.

### **Le défi de donner envie**

Quatrième idée communément admise : le musée est une institution spontanément populaire. Le volontarisme des acteurs – équipes des musées, partenaires de l'Éducation nationale, des

collectivités territoriales... – est partout à saluer. La fréquentation des musées s'est fortement accrue en trente ans (près de 45 millions de visiteurs en 2019). Et pourtant ! l'étude décennale du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français pose la question depuis cinquante ans : êtes-vous allé au musée ou voir une exposition dans les douze derniers mois ? 28 % répondaient « oui », en 1973 ; 29 % répondaient « oui », en 2018. Près des trois quarts des Français en âge d'aller par un acte positif (et non dans le cadre d'une visite scolaire) dans un musée n'y vont pas. Donner envie de musée reste un défi ardent.

## **Le visiteur doit être au cœur du projet muséal.**

Autre idée reçue : le succès d'un musée peut se mettre en équation. Une zone de chalandise importante, un architecte de talent, une muséographie renouvelée et des outils multimédia dernier cri : la recette de la réussite. Erreur grave. Il ne serait guère courtois d'évoquer nommément les échecs, mais les données que le ministère de la Culture met en ligne concernant la fréquentation des musées permettent d'identifier les attentes déçues.

Regardons *a contrario* : projets atypiques, implantations improbables et gestion associative *a priori* fragile devraient conduire à la sortie de route. Rien n'est moins vrai, sous certaines conditions naturellement. Le château de Guédelon, dans l'Yonne, semble cumuler tous ces obstacles. Il est le monument (ou plus exactement le concept particulier de présentation de savoir-faire au service de la construction d'un monument en devenir) le plus visité de Bourgogne. Le Puy-du-Fou est également un concept singulier de spectacle de bénévoles et de parc d'attractions, loin des grandes métropoles, qui rencontre le succès. Guédelon comme le

Puy-du-Fou s'ancrent puissamment dans leur contexte local. Ils renversent la table : ils jouent un rôle moteur pour le développement du territoire qui les accueille ; ils s'autofinancent ; ils sont fondamentalement populaires... , mais ce ne sont pas des musées. Il y a des leçons à en tirer, la première étant de se méfier des leçons.

Le tour des fausses bonnes idées ne doit pas faire baisser les bras. Le musée s'inscrit au cœur de toute stratégie de développement territorial et de mise en tourisme. Il s'agit d'éviter la déception que peut engendrer un projet mal né. Comme pour tout projet structurant, l'investissement conceptuel initial est le moins valorisable. Il s'agit de réflexions, de production de rapports : phase chronophage peu photogénique. Comme le cœur de la mission de France Muséums est d'accompagner cette phase conceptuelle, il n'est pas simple de convaincre les donneurs d'ordre que plus cet effort initial sera mené dans la profondeur, plus les décisions prises seront pertinentes.

Même si le succès ne se met pas en équation, quelques règles de base sont à retenir. Un musée est un lieu de rencontre entre visiteurs et œuvres. Corollairement, le cœur nucléaire du musée, qu'il soit des beaux-arts, de sciences ou de société, est sa collection. Un musée est un lieu de savoir : la présentation des œuvres relève d'un discours de rigueur, reflet d'une éthique particulière. Il est possible de déroger à ces règles à des fins ludiques ou commerciales, mais alors le lieu n'est plus un musée. L'application trop stricte de ces règles rend souvent le musée excessivement didactique, donc ennuyeux. D'où une deuxième règle essentielle : le visiteur doit être au cœur du projet muséal. Toute visite au musée doit être une expérience exceptionnelle, moment d'émotion esthétique, d'enrichissement personnel et de joie d'être là. Wilhelm von Humboldt affirmait : « *Le musée est là pour le visiteur, le musée est conçu d'abord pour le plaisir et seulement ensuite pour apprendre...* » L'enjeu est de permettre que ces deux règles, loin de s'opposer, se complètent.

Le musée doit raconter une histoire. Une approche scientifique cherche à être exhaustive. Dans une thèse, le chercheur montre qu'il a couvert l'ensemble du sujet qu'il traite. Il y a plus de lecteurs de romans que de lecteurs de thèses. Il y aura plus de visiteurs de musées organisant la visite autour d'une narration claire qui, sans abdiquer la rigueur, ne cherche pas l'exhaustivité. Le Louvre qui expose à Paris 40 000 œuvres a réussi l'exploit de construire à Lens un discours fondé sur 200 de ses chefs-d'œuvre.

### Moins de dix secondes accordées à chaque œuvre

Autre règle : le nombre d'œuvres ne fait rien à l'affaire. Une durée de visite dans un musée dépasse rarement l'heure et demie. Si l'on considère qu'une vraie rencontre avec une œuvre nécessite au moins trois minutes (déjà bien peu), un visiteur attentif profitera de trente œuvres. Dans *À la recherche du temps perdu*, chez la duchesse de Guermantes, le narrateur fait attendre trois quarts d'heure ses hôtes pour admirer des peintures : « *Une fois en tête à tête avec les Elstir, j'oubliai tout à fait l'heure du dîner.* » [Elstir est un peintre fictif imaginé par Marcel Proust, NDLR.]

Cette intimité avec les œuvres, l'émotion esthétique qui en ressort devraient être consubstantielles à l'expérience muséale. Certaines études montrent qu'en fait un visiteur va regarder des dizaines d'œuvres durant sa visite en consacrant moins de dix

### FRANCE MUSÉUMS, AGENCE DE CONSEIL ET D'INGÉNIERIE CULTURELLE

Concepteur-réalisateur de projets muséaux, France Muséums accompagne les musées et sites patrimoniaux dans leur transformation en mobilisant, en France et à l'international, un savoir-faire et un réseau uniques au monde. Son histoire débute en 2007 par une aventure collective hors du commun : la naissance du premier musée universel du XXI<sup>e</sup> siècle dans le monde arabe, le Louvre Abu Dhabi. Forte de cette expérience, l'agence met sa méthodologie et son réseau de musées français et de partenaires internationaux au service de tous types de projets culturels, que ce soit pour la création de nouveaux lieux culturels ou la transformation de musées existants, avec le public pour préoccupation prioritaire. Dotée d'une équipe d'une quarantaine de collaborateurs, l'agence propose pour chacun de ses projets une narration captivante, alliée à une expérience visiteur de haut niveau, dans le respect de l'intention scientifique. La prise en compte et l'intégration des enjeux environnementaux dans sa stratégie entendent ainsi accompagner et guider les musées dans leur mutation. France Muséums a publié un livre blanc consultable ici : [www.francemuseums.fr/tourisme-culturel-nouveaux-usages-et-opportunités](http://www.francemuseums.fr/tourisme-culturel-nouveaux-usages-et-opportunités)

secondes à chacune. France Muséums et le Palais des beaux-arts de Lille ont imaginé une exposition limitée à une œuvre : *Le Parlement de Londres*, de Monet. Cette preuve de concept visait à démontrer qu'un visiteur pouvait pénétrer une œuvre en associant moment d'intimité et dispositif de médiation afin de lui ouvrir toutes les portes d'accès. Penser au visiteur impose au professionnel de musée de réfléchir une construction narrative qui suppose des choix, des moments forts, des moments de calme... David Lodge dit qu'un roman est une longue réponse à cette interrogation : de quoi s'agit-il ? Cette humilité existentielle doit inspirer le parcours muséal pour intéresser le visiteur, pour « retenir l'attention », priorité des musées, selon Nelson Goodman. À l'ère des réseaux sociaux, de la multiplicité des écrans et du zapping permanent, le musée doit veiller à garantir ces moments d'attention soutenue. La grande richesse d'une collection entièrement exposée comme les outils de médiation foisonnants peuvent se révéler contre-productifs.

Scénariser le parcours muséal avec audace est essentiel. Cette scénarisation peut inviter d'autres formes d'art. Faire dialoguer art contemporain avec des collections classiques ou programmer au sein d'un auditorium des concerts sont des voies explorées de longue date. Il ne s'agit que des prémices de ce que devrait être une hybridation des propositions artistiques des musées. Le lien entre spectacle vivant proposé dans un musée et collection doit être clair (ne serait-ce qu'en s'assurant que les galeries sont ouvertes au public avant et après le concert ou la représentation théâtrale...). Les concerts de slam dans les galeries du Louvre ou le clip de Jay-Z et Beyoncé [pour la chanson *Apeshit*] ont permis d'accueillir un public plus jeune et plus diversifié au cœur du musée.



Le recours à des moyens technologiques à fort impact, comme les dispositifs immersifs, peut contribuer à un effet « waouh » s'ils sont mis au service de la relation à l'œuvre (sans la cannibaliser). L'expérience de visite s'entend de l'entrée du musée à la sortie. Contrôle de sécurité, billetterie, vestiaire, sanitaires... autant de moments préalables à l'accès aux galeries qui rendent le musée intimidant. La fluidité de ce parcours d'obstacles est clé. Les événements sportifs comme les parcs d'attractions le font parfaitement : pourquoi est-ce si compliqué dans les musées ? Boutiques et restaurants sont des éléments d'une expérience complète. Il ne faut pas sacraliser le musée au point de vouloir chasser les marchands du temple : il faut veiller à ce que leurs offres s'intègrent dans l'expérience globale de visite.

Mise en gloire d'un nombre d'œuvres restreint, scénarisation, hybridation..., cette vision rénovée du musée possède un avantage pratique : construire *ex nihilo* un musée iconique n'est pas indispensable. Capitaliser sur l'existant et imaginer des rapprochements entre musées et autres lieux culturels (médiathèques, théâtres, tiers-lieux...) peuvent suffire à créer une dynamique.

### La richesse d'un réseau muséal régional

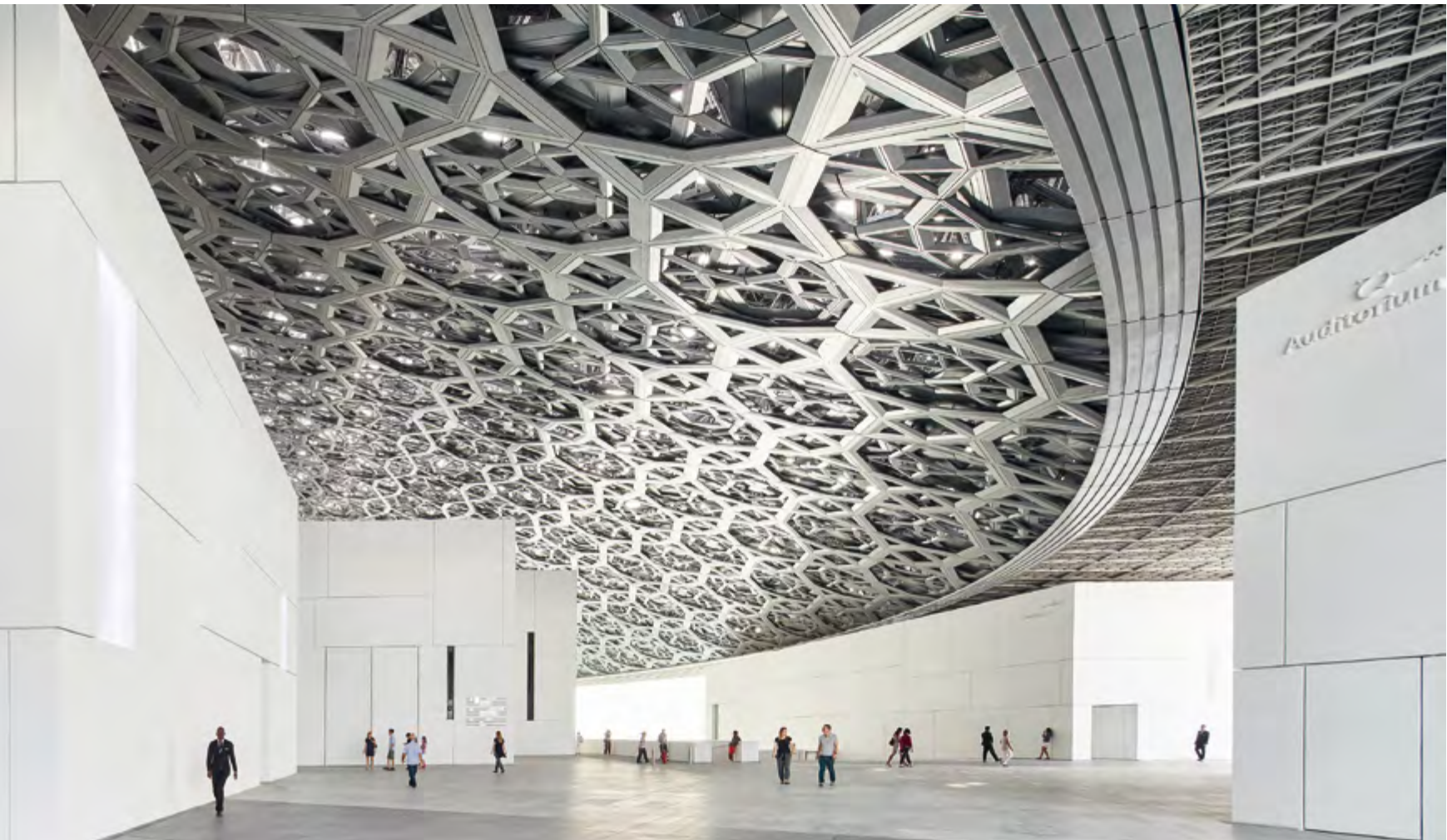
Une politique de développement territorial a tout intérêt à d'abord considérer le réseau muséal existant. En France, il s'agit de plus de 1000 institutions labellisées « Musée de France ». Chacun d'entre eux dispose d'atouts qui seraient d'autant mieux mis en valeur que ces stratégies de territoire les pensent en réseau. Les châteaux de la Loire se distinguent d'autres châteaux surtout par le maillage qu'ils proposent au visiteur. Un maillage

muséal (s'inscrivant lui-même dans un maillage culturel plus large) peut se construire partout en France, dès lors que les musées savent se distinguer (par une scénarisation et une offre culturelle hybride originales), et s'inscrire dans une ligne éditoriale de territoire. C'était un pari de la Région Hauts-de-France en finançant le Louvre-Lens : loin de fragiliser les autres musées, il permet au visiteur de construire un parcours de musées remarquables (Palais des beaux-arts de Lille ; La Piscine, à Roubaix ; LAM, à Villeneuve-d'Ascq ; musée de la Mine de Lewarde...). Le Louvre-Lens a joué un rôle de révélateur de la richesse de ce réseau muséal régional. Révéler partout ce réseau revient aux acteurs locaux en rénovant, parfois radicalement, la manière dont ses maillons s'organisent et dialoguent.

Scénarisation, hybridation, maillage territorial : la mise en tourisme d'un territoire doit inscrire l'offre muséale comme un élément majeur d'attractivité. La construction d'un projet iconique est toujours une aventure formidable, et France Muséums ne saurait trop inviter les décideurs à s'y engager. Un tel vaisseau amiral constitue un atout, mais pas une condition *sine qua non* : un état des lieux des musées existants, un diagnostic de leurs faiblesses (trop souvent leur pauvreté budgétaire) et de leurs forces (professionnalisme des équipes et richesse des collections), un plan d'action de modernisation, une gestion en réseau... Cela nécessite un schéma directeur cohérent et ambitieux mobilisant un collectif d'acteurs publics et privés autour d'une vision claire. Et pourquoi pas, un opérateur spécialisé comme France Muséums pour accompagner la démarche. ■

### Louvre Abu Dhabi.

© Department of Culture and Tourism – Abu Dhabi/Photo Hufton+Crow



# LES FESTIVALS MUSICAUX, NOUVEAUX MARQUEURS TERRITORIAUX

*Julien Meyrignac*

**Évènements rares à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, les festivals musicaux ont déferlé sur la France et le monde au bénéfice des nouvelles logiques économiques de l'industrie musicale. Certains territoires et acteurs ont sauté sur cette opportunité pour assurer leur promotion et enclencher de nouvelles dynamiques économiques et sociales.**

Il y a un demi-siècle, la contre-culture mondialisée organisait dans des lieux aussi inspirants qu'éloignés des grandes villes (on ne parlait pas encore vraiment de métropoles) réactionnaires, de grands rassemblements qui réunissaient bien au-delà des artistes et groupes musicaux de la « pop culture », toutes les expressions des revendications sociales et politiques de l'époque. À Monterey, Wight, Woodstock..., mais aussi au circuit du Castellet ou sur le plateau du Larzac, une jeunesse qualifiée alors de « hippie » convergeait pour assister aux concerts de Jimi Hendrix, Janis Joplin ou Magma, entre lesquels écrivains et poètes – comme Burroughs ou Ginsberg –, activistes révolutionnaires et représentants des religions extrême-orientales, prenaient la parole en faveur d'un monde meilleur.

La dimension pluridisciplinaire et engagée de ces premiers grands rassemblements demeure dans l'ADN des grands festivals actuels. Parfois comme simple élément de langage marketing pour les festivals ouvertement mercantiles, comme Coachella (« Valley Music and Arts Festival », une promesse balayée par une organisation très dépendante des majors de l'industrie musicale). Ou, de toute évidence, de manière bien plus sincère, pour de grands festivals français. On pense évidemment aux Solidays, organisés par l'association Solidarité Sida depuis 1999, dont les bénéfices permettent de financer des programmes de prévention et d'aide aux malades du Sida dans 21 pays, et qui propose, en plus des concerts, de nombreuses conférences et rencontres militantes. Ou bien encore à We Love Green, qui, depuis une dizaine d'années, propose des espaces d'expression et de rencontre à des associations engagées dans la protection de l'environnement. Deux grands festivals « parisiens » organisés à l'hippodrome de Longchamp et au bois de Vincennes.

Pour ce qui concerne les lieux d'organisation, la tradition « territoire du lointain » – des grands espaces de campagne – est entretenue par les fameux méga festivals britanniques (Reading, Glastonbury...) et par d'autres, alors même qu'ils sont devenus extrêmement connus, comme les Vieilles Charrues à Carhaix, par exemple. Mais la plupart des festivals ont lieu à l'intérieur ou à la périphérie immédiate des villes : en plein centre-ville, pour le festival de Nîmes (dans les arènes), le Nice Jazz Festival (place Massena), ou le Main Square à Arras (citadelle) ; dans de grands parcs périurbains, pour Rock en Seine (domaine de Saint-Cloud) ou les Eurockéennes (presqu'île du Malsaucy) et dans des friches urbaines pour Marsatoc (Belle de Mai) ou la Fête de l'Huma (base aérienne 217).

Mais si, pendant les premières décennies, les festivals étaient avant tout une question de demande locale (avec des initiatives le plus souvent portées par des passionnés) et de capacité territoriale (lieux appropriés), une tout autre dynamique est à l'œuvre depuis le milieu des années 2000.

## **Les concerts et festivals : une dynamique de l'offre**

La révolution digitale de l'industrie musicale, brutalement engagée par la généralisation du *peer-to-peer* (téléchargement illégal), a entraîné la quasi-disparition des supports (CD) au bénéfice du streaming et des plateformes (Spotify®, Deezer®, etc.). Cette révolution a imposé de nouveaux modèles économiques pour rémunérer les artistes au nombre d'écoutes ; mais comme les plateformes édictent les tarifs et qu'elles proposent une offre immense, cela a porté globalement préjudice aux revenus des artistes et des maisons des disques.



L'industrie musicale a alors réagi en enfourchant l'autre source de revenus à sa disposition : les concerts.

Ainsi s'explique pourquoi la plupart des artistes sont désormais « condamnés » à assurer de grandes tournées (dont certaines semblent sans fin, cumulant des centaines de dates). Mais si cette dynamique de l'offre a rencontré l'appétit du public pour les concerts, il a fallu multiplier les lieux de représentation au plus près du public, sur l'ensemble du territoire national.

De fait, le nombre de salles de spectacles de toutes dimensions, publiques ou privées, a sensiblement augmenté, tout particulièrement dans les métropoles et grandes agglomérations (Arena, Scènes de musiques actuelles – Smac). Mais très rapidement le marché des festivals s'est développé pour permettre, de juin à septembre, d'accueillir de grandes audiences en plein air : pour l'été 2022, on ne dénombre pas moins de 700 festivals organisés partout en France, dont une très grande majorité dans des villes moyennes et petites.

Certains territoires sont même devenus, avec l'appui de politiques régionales très dynamiques et pourvoyeuses en subventions, des eldorados festivaliers ; tels les Pays de la Loire, qui accueillent entre Nantes et Angers une densité et diversité d'événements assez exceptionnelles : à Clisson (Hellfest), Nort-sur-Erdre (Nuit de l'Erdre), Trélazé, Saint-Herblain, Saint-Nazaire...

### **Animer et faire découvrir des territoires en dehors des sentiers battus**

Les collectivités locales ont, en effet, compris très tôt le potentiel d'image et de rayonnement que représente l'organisation d'un grand festival. Le pionnier en la matière étant les Eurockéennes, organisées depuis 1989, à l'initiative et avec le soutien massif du département du Territoire de Belfort. Ce festival est un modèle solide d'ancrage économique territorial, car les collectivités ont également su fédérer un club des partenaires réunissant les entreprises les plus dynamiques du territoire. Le sérieux de son assise et de son organisation lui a valu de figurer dans les palmarès des meilleurs festivals européens et mondiaux..., et au territoire départemental de bénéficier d'une exposition très large et porteuse.

Mais en raison du développement de l'offre en festivals et du fait du tarissement des financements publics à la culture, un grand nombre de festivals ne sont désormais organisés qu'avec un soutien limité des collectivités, souvent « en nature » avec la mise en disposition du lieu, ou de certains services. Leur modèle économique repose désormais quasi exclusivement sur les revenus directs de la manifestation (billetterie, restauration, etc.) et sur le sponsoring d'entreprises partenaires locales, régionales,



nationales ou internationales, dans tous les domaines : automobile, prêt-à-porter, banque, assurance, etc.

Cette logique de financement aboutit même au point qu'un festival peut être organisé par une grande entreprise. Les premiers à s'être lancés dans l'aventure étaient très directement liés à l'industrie musicale : chaîne de magasin (Fnac) ou presse spécialisée (*Les Inrockuptibles*). Mais, depuis 2019, le groupe VYV, premier acteur mutualiste de santé et de protection sociale en France (MGEN, Harmonie Mutuelle, etc.), organise au mois de juin à Dijon, dans le parc de la Combe à la Serpent, un festival des « beaux jours solidaires » qui réunit de nombreuses têtes d'affiche internationales. Et qui propose aussi tout un programme d'échanges autour de l'innovation sociale et environnementale ; un peu comme si l'économie de marché s'était emparée des idéaux originels...

En apparence du moins, car le format festival lui-même, la programmation artistique qui n'accorde que très peu de place aux genres musicaux mineurs et aux artistes émergents, mais surtout les prix souvent élevés des billets d'entrée, auxquels il convient d'ajouter des frais d'hébergement et de restauration, font des festivals des événements de représentation de classe, très peu ouverts à la mixité sociale et à la diversité.

Pour revenir aux lieux d'organisation, de nombreux festivals, petits et grands, ont été créés pour animer et faire découvrir des





*Primavera Sound Festival, à Barcelone.*

*Photo : Christian Bertrand/Shutterstock*

territoires en dehors des sentiers battus. Comme le Cabaret Vert à Charleville-Mézières, créé en 2005, pour « *promouvoir une image dynamique, écologique, novatrice du territoire ardennais et de la Région Champagne-Ardenne* ». Et aujourd'hui, il n'existe aucun territoire, même le plus reculé, qui ne dispose de son festival, faisant émerger une forme de nouvelle géographie : car oui, cet été, vous pourrez voir et écouter Alice Cooper et Simple Minds au festival Retro C Trop à Tilloloy, dans la Somme (349 habitants), et Stromae ou Angèle au festival Aluna à Ruoms, en Ardèche (2 258 habitants). Si les retombées directes sont de toute évidence énormes pour ces territoires, le fait d'être situé sur une carte n'est pas le moindre bénéfice.

### **La création de destinations festives au service d'ambitions nationales**

À l'étranger, certaines métropoles ont, de longue date, soutenu les créations de festivals pour composer un agenda festif recherché par des populations jeunes, étudiantes et actives de tous les pays, mais globalement issues des catégories sociales les plus favorisées, et capables de s'offrir un *city break* lors d'un grand événement musical. C'est notamment le cas de Barcelone, qui « ouvre » sa saison estivale avec deux immenses festivals : Primavera Sound (depuis 2001) et Sonar (depuis 1994). Un exemple suivi par d'autres villes espagnoles, mais surtout

portugaises : Porto et plus encore Lisbonne proposent des agendas presque ininterrompus de festivals et grands shows sur une bonne partie de l'été. Des manifestations qui sont au service d'une politique culturelle, elle-même fer de lance d'un marketing territorial régional et national très actif.

Ainsi Lisbonne veut-elle se positionner comme une ville et une destination cosmopolite, dynamique et festive, ouverte aux populations métropolitaines supérieures qui pourraient bien, après un séjour, avoir le projet de s'y installer. Une stratégie à replacer dans un contexte économique difficile et face à la double nécessité pour la capitale lusitanienne de conserver une jeunesse qui est naturellement candidate à l'expatriation, et d'attirer non pas seulement des retraités européens aisés, mais aussi une classe créative comportant entrepreneurs et investisseurs du monde entier. NOS et Super Bock, les deux méga festivals, avec leurs têtes d'affiche (The Strokes, Metallica, A\$ap Rocky, Stromae, Imagine Dragons...), jouent pleinement ce rôle de situer la métropole sur la carte de la *hype* mondiale. D'autant que le site littoral du Passeio Marítimo de Algés constitue un écrin magnifique pour ces manifestations et l'agrément des visiteurs.

### **Sur le chemin d'une déterritorialisation**

Si la pandémie a clairement impacté le modèle « festival » lui-même, la casse se révèle extrêmement limitée : deux années de report ne semblent avoir eu que des effets très limités sur les organisations, qui, toutes, sont sur le pont pour cette saison 2022, où elles ont été rejointes par de nombreuses nouvelles affiches.

Concernant les très grands festivals qui fonctionnent depuis un certain nombre d'années comme des franchises itinérantes, suivant le modèle du précurseur Lollapalooza, on assiste à un renforcement de cette tendance.

Ces festivals sont sur le chemin d'une déterritorialisation, pour devenir une sorte de cirque Barnum des temps modernes. Ainsi le barcelonnais Primavera, après quelques années de dédoublement à Porto, annonce-t-il pour 2022/2023 une itinérance à Los Angeles en septembre, puis Santiago, Buenos Aires et Sao Paulo pendant l'automne et l'hiver. L'objectif à peine voilé de ce saut continental est simple : embarquer les jeunes populations métropolitaines européennes et nord-américaines dans un *winter tour* austral.

Et ainsi, au fond, accéder au nirvana des hippies surfers des années 1960, en proposant un *endless summer*. ■■■

*✓ Le terme de festival semble excessif au regard de leurs conditions de création et d'organisation.*



# DANS LE VERCORS, UN TOURISME AUX DEUX VISAGES

*Marjolaine Koch*

**Pile : le tourisme familial, les stations de ski en hiver, les activités de canyoning, VTT électrique et accrobranche en été. Face : les grands espaces, une nature préservée, la randonnée et des musées dédiés à la Résistance et la Préhistoire. Côté Drôme ou côté Isère, le développement touristique du Vercors peine à s'harmoniser, faute de coordination entre territoires. Reportage.**

D'un côté, l'opulence, de l'autre, la sobriété. Les trajectoires prises par les deux principaux territoires du massif du Vercors sont aux antipodes. Une vieille rivalité s'est même installée entre le Vercors drômois et le Vercors isérois, dit « des Quatre Montagnes » et composé de Villard-de-Lans, Autrans-Méaudre et Lans-en-Vercors. Certains crient à la « disneylandisation » des Quatre Montagnes quand l'autre partie du massif, menée par Vassieux, La Chapelle, Saint-Martin et Saint-Julien-en-Vercors, est versée sur un tourisme mémoriel lié au passé résistant des habitants. Deux stratégies, l'une volontariste côté isérois, l'autre plus subie. Mais côté Drôme, les paysages préservés semblent aujourd'hui devenir un atout, par le hasard de l'évolution des attentes en matière de tourisme et d'une crise sanitaire qui a changé la donne.

La rivalité entre les deux sites est vieille comme le nom « Vercors », ou presque. Elle est en tout cas en partie liée à la récupération du nom par la partie iséroise. C'est d'abord un géographe, Henri Ferrand<sup>1</sup>, qui pour la première fois, en 1904, attribue le nom « Vercors » au massif. Il sera ensuite repris et précisé dans ses contours par Raoul Blanchard, dans sa description des Alpes. Au départ, pourtant, le Vercors était une toute petite parcelle drômoise, composée de La Chapelle, Saint-Martin, Saint-Julien et Saint-Agnan-en-Vercors, à laquelle s'est ajouté Vassieux, au hasard d'un redécoupage de canton en 1911. À cette époque, le massif n'est pas encore vu comme une entité : les habitants de Rencurel, à 8 kilomètres de là, disent : « Je vais dans le Vercors », lorsqu'ils rejoignent Saint-Julien.

## **La bataille du nom « Vercors »**

C'est à cette même période que débarquent les premiers touristes venus profiter du grand air. Le climatisme fait son apparition : on « monte » chercher l'air pur, 1 000 mètres étant l'altitude considérée comme idéale pour se rétablir de la tuberculose. La route de

Sassenage, qui relie Grenoble au massif, favorise l'implantation de sanatoriums du côté isérois. Ces cures d'air pur, de repos et de bons repas se déploient d'abord à Villard, puis sont rapidement suivies d'autres maisons dites de prévention, qui muent en colonies de vacances et essaient sur le plateau, à Lans et Autrans.

***Le Vercors est un bloc qui, en réalité, n'en a jamais été un pour ses propres habitants.***

La Seconde Guerre mondiale va bouleverser la donne. Les maquisards se cachent dans les villages du Vercors drômois. Les massacres, les pillages et les villages détruits font parler du « maquis du Vercors » bien au-delà du massif. « *Le nom Vercors acquiert une forte notoriété après-guerre*, explique Pierre-Louis Fillet, directeur du musée départemental de la Résistance à Vassieux et maire de Saint-Julien-en-Vercors. *Et comme la partie nord du massif est en plein développement touristique, les élus des Quatre Montagnes voient rapidement l'intérêt de faire fructifier l'appellation Vercors à des fins de développement économique et touristique.* » Une attitude vue comme une récupération par les Drômois. « *Les élus vont aller jusqu'à faire une relecture historique des événements en estimant que l'appellation Vercors, sa notoriété, provient des combats sanglants de l'été 1944* », analyse Pierre-Louis Fillet. Ils refusent alors catégoriquement l'extension du nom Vercors au-delà des maquis, au point d'aller plaider, en 1947, devant le Conseil d'État le refus d'attribuer à Lans et Corrençon la particule convoitée « en-Vercors ». Peine perdue, le Conseil d'État ne les suivra pas. Le massif



*Vue du parking P1 de la station de Villard-Corrençon depuis les pistes.*

*Photo: M. K.*

deviendra alors, aux yeux des autres, « Le Vercors », un bloc qui, en réalité, n'en a jamais été un pour ses propres habitants.

### **Les JO de 1968, un déclencheur**

La période d'après-guerre pose les bases d'un nouveau tourisme. Station climatique, Villard a aménagé son premier télésiège en 1936. Mais, c'est après la guerre, avec les frères Huillier, que naîtra la première véritable station de ski alpin du Vercors en 1950. Un contrat de concession d'une durée de 75 ans est signé entre la SEVL, la société des deux frères, et la commune de Villard : à l'origine, il devait expirer en 2025. Dès 1951, la première télécabine débrayable de France, « Cote 2000 », transporte des skieurs. L'initiative privée jouera un rôle prépondérant dans le développement touristique du plateau : Lans-en-Vercors ouvre à son tour sa station en 1953, et les Jeux olympiques viendront parachever cette dynamique en ajoutant Autrans dans la boucle. La commune est désignée pour accueillir les épreuves de ski de fond, biathlon et combiné nordique, et les images transmises à la télévision provoquent un véritable engouement. Le ski de fond se développe, attirant de nombreux habitants des environs directs, mais aussi de Grenoble. « Dans le prolongement de la dynamique touristique impulsée par les JO, les tables d'hôtes sont imaginées pour qu'une partie des revenus générés revienne aussi aux populations rurales », détaille Hugues François, chercheur à l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (Inrae) et spécialiste de l'économie des stations de sports d'hiver. Cet épisode lance une dynamique favorable au territoire, qui devient alors la locomotive du massif en termes de développement touristique et économique.

En 1970, la création du parc naturel régional du Vercors établit les contours du massif en intégrant les 83 communes : il est encore, à ce jour, la seule entité administrative qui chapeaute intégralement cet immense territoire, des plateaux jusqu'au Trièves et au Diois. Mais, pour Pierre-Louis Fillet, « il y a des raisons presque géologiques à l'absence d'unité du massif, avec cette fracture physique que représentent les gorges de la Bourne ». Cette entaille qui traverse le massif et offre des perspectives vertigineuses laisse à la traîne la partie historique du Vercors, loin de l'essor touristique que connaissent les Quatre Montagnes. Il y aura néanmoins quelques sites de colonies de vacances comme à La Matrassière (Saint-Julien-en-Vercors), où viendront séjourner en classe verte les enfants des écoles environnantes. Dans les années 1980, un musée de la Préhistoire ouvre ses portes à Vassieux, sur le site d'un atelier de taille de silex abandonné il y a 4500 ans et étonnamment bien préservé. Quant à la commémoration de la Résistance, qui a pourtant marqué les habitants, elle reste longtemps absente. C'est un particulier, l'ancien maquisard Joseph La Picirella, qui ouvre un musée de la Résistance du Vercors en 1973, pour exposer les quelque 900 objets collectés à l'époque des combats. Cette initiative privée retarde un peu l'initiative publique, qui émerge finalement en juillet 1994 avec l'inauguration d'un mémorial sur les hauteurs de la commune. Complémentaire, il propose une scénographie faite de témoignages d'habitants et de résistants. Enfin, en 2010, le musée de Joseph La Picirella est repris en main par le département de la Drôme, qui refond totalement sa muséographie. C'est donc assez tardivement que s'est organisé le tourisme mémoriel sur ce versant du plateau. D'ailleurs, les premières commémorations n'ont eu lieu qu'en 2014...



### Une difficile mutualisation des moyens

Pendant ce temps, côté isérois, les citoyens de Grenoble, Valence ou encore Lyon, prennent l'habitude de rejoindre les stations en hiver pour quelques heures de ski, générant une forte économie de loisirs complémentaire au tourisme, au point, selon le chercheur Hugues François, d'arriver à représenter plus des trois quarts de cette économie. Le reste est constitué de longs séjours de deux à trois semaines en été, dans les années 1980 et 1990, et de séjours d'une semaine en hiver pour le ski.

Mais cette habitude des longs séjours va s'étioler au fil des années. Les professionnels comme les élus du territoire mettent un moment à prendre conscience d'une certaine perte de vitesse. La variabilité de l'enneigement, qui s'est accrue depuis les années 1980 sur ce massif de moyenne montagne, fait hésiter les vacanciers. Ils préfèrent assurer leurs arrières en choisissant des stations aux taux d'enneigement plus fiables. Au début des années 2000, des études réalisées lors de salons de la randonnée à Paris et en Belgique montrent que la marque « Vercors » n'imprime plus vraiment : les gens manifestent peu d'intérêt et savent à peine situer le massif. Un travail est amorcé pour relancer le tourisme à coup de *rebranding* territorial. Mais avec un écueil de taille... Il n'y a jamais eu une mutualisation des moyens pour parler d'une seule voix. « *La décennie 2010 a été marquée par l'évolution des périmètres des intercommunalités, se souvient Pierre-Louis Fillet, maire de Saint-Julien. On aurait bien voulu créer une interco qui s'affranchisse de la limite départementale et lie les Vercors Drôme et Isère. Cela n'a pas été possible pour des raisons uniquement politiques selon moi, du fait des Quatre Montagnes.* » Plus prosaïquement, des acteurs locaux glissent anonymement que « *les Quatre Montagnes ont dit clairement qu'ils refusaient de payer pour les pauvres.* » La partie Drôme, vexée, s'est alors associée au Royans. Les tensions sont restées vives et quelques couacs n'ont pas aidé à apaiser les esprits, comme lorsque les Quatre Montagnes ont fait poser un panneau, à l'entrée des gorges de la Bourne, marqué : « *À bientôt dans le Vercors !* » Sauf que... le Vercors « originel » commence justement à cet endroit-là ! Le nom même de « communauté de communes du Massif du Vercors », que se sont octroyées les Quatre Montagnes, fait grincer certaines dents, qui estiment assister à un pillage en règle de l'image Vercors.

## Les communes ne sont jamais parvenues à s'accorder autour d'un office de tourisme commun.

Même au sein d'un territoire comme les Quatre Montagnes, les communes ne sont jamais parvenues à s'accorder pour centraliser l'offre touristique autour d'un office de tourisme commun. Aujourd'hui encore, même si la communauté de communes ne chapeaute que six communes, deux offices de tourisme et deux sites internet cohabitent : il est impossible pour un voyageur de disposer de toutes les informations à un seul et même endroit.

Le nouveau maire de Villard, Arnaud Mathieu, reconnaît de trop nombreuses portes d'entrée en matière de communication : « *Nous devons composer avec un héritage historique et culturel, mais les échanges entre élus du plateau sont très réguliers sur le sujet. Nous devons poursuivre nos efforts de mutualisation, d'autant plus que les communes sont complémentaires : Villard est le chef-lieu avec la station et ses équipements, Lans a son stade de neige, les pistes de ski de fond, et Autrans-Méaudre a une notoriété forte sur le ski nordique et un caractère rural plus marqué.* » Reste que, pour l'heure, seul le parc naturel régional du Vercors fait la promotion de l'ensemble du territoire, à travers sa marque de destination « Inspiration Vercors ».

La dynamique repart pourtant bel et bien dans ces années-là, avec l'essor d'un tourisme quatre saisons. Le développement d'une multitude d'activités, comme l'accrobranche, des itinéraires vélo grand public nommés « ViaVercors », du canyoning ou de la spéléo, sont venues renforcer l'offre principale que constitue la randonnée en été. Pour le géographe Hugues François, cet essor a été soutenu par le développement de la marque « Parc naturel régional du Vercors », qui a contribué à rendre à nouveau le territoire attractif pour les habitants de la région, en premier lieu. « *On a à proximité un bassin de chalandise important, composé d'une population d'ingénieurs et de cadres friande de sports de nature et au pouvoir d'achat confortable. Cette clientèle a pris le relais de l'économie touristique et soutient très fortement le développement des activités de loisirs sur le Vercors.* » Ces dernières années, l'arrivée de l'assistance électrique sur les vélos a aussi fortement contribué à démocratiser l'accès à la montagne. Pour la saison 2017-2018, 775 000 nuitées ont été vendues en hiver contre 648 000 en été. Un phénomène qui n'est pas du goût de tous, certains professionnels craignant une dégradation de l'environnement due à une hausse de fréquentation, et à l'arrivée sur le plateau d'une population moins au fait des codes de la montagne.

### Quand la locomotive iséroise s'emballle

La crise sanitaire aura temporairement freiné l'emballlement que connaît le versant Isérois. « *La fermeture des stations et des restaurants a provoqué une chute de 80 millions à 25 millions d'euros de chiffre d'affaires* », estime le maire de Villard, Arnaud Mathieu. Compensé par l'aide de l'État pour les domaines skiables (7 milliards d'euros pour 2020), ce « trou d'air » a pourtant eu des conséquences inattendues pour la suite : un engouement surdéveloppé pour les stations de proximité pour la saison 2021-2022, aussi dû à un excellent enneigement cette année, qui a conduit à une quasi-saturation des routes le week-end et lors des vacances scolaires. « *Nous avons vu revenir en plus exacerbé les conflits d'usage, la saturation des espaces naturels et le problème de certaines infrastructures locales inadaptées, notamment en matière de voirie et de stationnement. Cette surfréquentation provoque des gênes pour les habitants, que nous devons résoudre dans la mesure du possible* », déplore Arnaud Mathieu. Un flot important de véhicules se déverse sur le plateau en week-end, la majorité cherchant à rejoindre le point de départ de Cote 2000 et son parking P1, une immense dalle rapidement saturée. Virginie, habitante des Balcons, la barre d'immeubles de la station, raconte des scènes d'empoignade : « *Les gardiens du parking n'en peuvent*

*plus, ils passent leur temps à régler les conflits. Les gens arrivent ici après avoir patienté deux heures dans les bouchons, là où il faut habituellement 40 minutes depuis Sassenage, et on leur annonce qu'il n'y a aucune place. »*

Le nombre de voies menant aux Quatre Montagnes n'étant pas extensible (depuis Grenoble par la route de Sassenage côté isérois, et depuis le versant drômois en passant par les gorges de la Bourne), les solutions sont limitées. Une réflexion menée sur le renforcement de navettes entre Grenoble et le haut du plateau pour les jours d'affluence a avorté : les navettes ne peuvent disposer d'un site propre et seraient, elles aussi, coincées dans les bouchons. Il existe bien des navettes entre le centre de Villard et la station pour trouver plus facilement une place, mais les habitants des Balcons les trouvent sous-dimensionnées et vétustes. Il faut souvent en laisser passer plusieurs pour arriver à monter à bord. Le maire, Arnaud Mathieu, est conscient de la nécessité de développer une offre de transport collectif plus affirmée et plus propre. Mais, dans l'état actuel, *« les navettes touristiques coûtent déjà 450 000 euros par an, alors que le budget de la commune est de 12 millions d'euros »*. À cela s'ajoutent des frais pour remettre chaque année en état les deux terrains de tennis de la Colline des bains, transformés en parking pour l'hiver.

## **La population augmente très légèrement, des classes ferment, mais le prix du foncier s'envole.**

L'ancienne maire de Villard, Chantal Carlizot, avait étudié la possibilité d'installer une télécabine pour relier le centre de Villard à Cote 2000. Sur le papier, le projet semble intéressant, *« mais on n'a pas un euro pour le lancer »*, coupe Arnaud Mathieu. *« Le chiffre est compris entre 15 et 25 millions d'euros, bien au-delà de nos capacités. »* Une autre piste pourrait consister à délivrer des informations aux automobilistes avant qu'ils ne s'engagent sur la route qui rejoint Villard, à l'aide de panneaux indiquant le temps nécessaire pour monter, placés au niveau du rond-point de Sassenage. Mais, pour le maire, cette idée demande une coordination entre les collectivités, la direction de l'équipement, la gendarmerie et la préfecture, pour parvenir à délivrer un message clair : *« Il faudrait aussi déterminer l'information la plus pertinente : Villard centre ? Le parking de Cote 2000 ? Gève ? Cela me semble compliqué, et je ne suis pas sûr que les automobilistes changeraient leurs comportements »*, estime-t-il.

Outre la question des infrastructures routières, les élus des Quatre Montagnes doivent aussi faire face à une pression foncière de plus en plus forte. L'effet crise sanitaire a, là encore, joué un rôle prédominant. Dans un territoire où la proportion de résidences secondaires est de 41,7 %, quand la moyenne nationale est à 17,9 %, les communes se voient confrontées à une situation paradoxale : la population augmente très légèrement, des classes ferment, mais le prix du foncier s'envole et empêche les jeunes

### **L'ÉCHEC CUISANT DE CENTER PARCS**

Après treize ans de bataille, le groupe Pierre et Vacances jetait l'éponge en juillet 2020 : il n'y aura pas de Center Parcs à Roybon. Cette commune iséroise située entre Valence et Grenoble était mal en point depuis des années. Baisse démographique, fermeture de commerces, budget municipal de plus en plus précaire à cause de travaux inévitables qui ont contraint les élus à emprunter... Quand la possibilité d'accueillir ce complexe touristique se présente (990 cottages pour 5 000 lits), les élus croient trouver une porte de sortie pour redynamiser le territoire.

Un premier accord signé en 2009 engage la commune à réaliser des aménagements de voirie, pour que le groupe Pierre et Vacances puisse entamer des travaux préalables d'aménagement. Mais la commune creuse encore sa dette, alors que la procédure de consultation publique n'est pas terminée... et l'étau se referme sur elle. Roybon se situe sur le plateau de Chambaran, composé d'une vaste forêt qui a justement attiré Center Parcs. Ses nombreux lacs et étangs, les corridors écologiques identifiés constituent un réservoir de biodiversité. Des associations de défense de la nature montent au créneau.

Une ZAD (zone à défendre) s'installe, occupant la zone sur laquelle devait s'installer le complexe touristique. Ces militants rodés à l'exercice viennent surtout combattre une vision du monde capitaliste, reléguant la question environnementale au second plan. Pourtant, c'est bien la combinaison de leur présence indéfectible et des nombreux recours déposés par les associations qui conduira à l'échec du projet. Un autre marqueur de cet échec est sans nul doute l'absence de débat public en amont : plusieurs enquêtes publiques ont bien été menées, mais l'essentiel du débat s'est passé par affichage interposé dans les rues. Pour les chercheurs Lionel Laslaz et Axelle Egon<sup>1</sup>, ce manque de dialogue structuré a conduit à *« l'enfermement et l'induration des postures qui fragilisent l'acceptation sociale, tout comme la judiciarisation du conflit »*.

Aujourd'hui, la commune a racheté les terrains du Center Parcs pour près de 500 000 euros. Elle prévoit de lancer, cette fois-ci, une large concertation sur une année pour réconcilier le territoire, aujourd'hui fracturé par cet épisode, entre les pro et les anti Center Parcs. On parle d'y installer une *« activité touristique écoresponsable et familiale, visant à renforcer l'attractivité du territoire, sans imperméabiliser les sols »*.

<sup>1</sup> *Coauteurs du dossier « Résister face à Center Parcs. Les espaces de la ZAD de Roybon »*. <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/france-espaces-ruraux-periurbains/articles-scientifiques/center-parcs-et-zad-roybon>





*Le projet « Ananda » hiver/été.  
© Holiproject/Ananda Resort  
(Ci-contre.)*

*Place de la Libération  
à Villard-de-Lans.  
Photo: M. K.  
(Page de droite.)*

habitants de s'installer. « L'âge moyen des acquéreurs est supérieur à 60 ans. À 5 000 euros le mètre carré, les locaux ne peuvent plus acheter », regrette Arnaud Mathieu. La population est déjà vieillissante sur le plateau, où 30 % des habitants sont retraités. Ce phénomène a conduit la communauté de communes à lancer une démarche de modification du PLUi-H [plan local d'urbanisme intercommunal et habitat, NDLR], avec l'objectif de réduire les surfaces constructibles et, surtout, de généraliser l'obligation de logements en accession sociale sur les opérations de construction. Une nouvelle règle va fixer l'obligation de création de logement social au-delà des périmètres de mixité sociale identifiés, pour que toute opération de construction importante (surface de plancher de plus de 500 m<sup>2</sup>) intègre la création de logements locatifs sociaux ou en accession sociale.

### Le projet Tony Parker

Dans les communes de Lans, Saint-Nizier ou Villard, où de plus en plus de travailleurs de la région grenobloise se sont installés ces dernières années, les avis sont partagés. D'un côté, les « néo » souhaitent limiter les effets d'un tourisme de masse pour préserver la nature et la tranquillité qu'ils sont venus chercher ; de l'autre, les « historiques », nombreux à vivre des activités touristiques et de loisirs, restent encore attachés au développement de cette économie saisonnière.

Au milieu, les élus tentent de faire le pont. Et quand débarque un projet touristique d'envergure qui vient rebattre les cartes, il faut à nouveau, pour l' élu, se positionner. Ce qu'a dû faire Arnaud Mathieu, en prenant les rênes de Villard : le joueur de basket Tony Parker a acquis la SEVLC en 2019, société d'exploitation des remontées mécaniques des frères Huillier, avec l'ambition de lancer un programme hôtelier au pied de la station. Alors que l'image du Vercors, massif de moyenne montagne, est plutôt familiale, Parker et ses investisseurs débarquent avec un projet haut de gamme positionné sur du tourisme d'affaires et de l'hôtellerie quatre étoiles. De quoi étonner dans le Landerneau. Pour Arnaud Mathieu, c'est au contraire une très belle opportunité : « Je crois dans le tourisme d'affaires. Nous avons la chance d'avoir à notre pied une métropole

économique, les entreprises doivent pouvoir trouver des lieux pour leurs conférences à proximité et il n'y en a aucun sur le massif. » Le maire y voit aussi l'occasion de régler plusieurs problèmes d'un coup. Le projet baptisé « Ananda », qui devait initialement être aménagé sur des terres agricoles, sera finalement bâti sur la dalle du parking P1 : la commune a accepté d'échanger ses terrains, pour ne pas artificialiser une zone supplémentaire. Les promoteurs en sortent gagnants, puisqu'ils peuvent ainsi créer un complexe au pied des pistes, dont ils espèrent l'ouverture en décembre 2025.

La société Infinity Nine Mountain (INM), créée pour ce projet, a imaginé un ensemble de cinq chalets positionnés en contrebas de la barre des Balcons, grand ensemble typique des stations des années 1960. Et à la différence des Balcons, dont le taux d'occupation des logements est de cinq semaines par an pour les 7 300 lits, INM mise sur des « lits chauds » : 132 logements, soit 900 lits, qui seraient occupés 10 mois par an.

Un véritable défi, pour lequel toute une stratégie a été élaborée : en plus des vacances d'hiver, où les logements seraient facilement occupés, le complexe accueillerait du tourisme d'affaires, des événements et des équipes sportives venues se mettre au vert. Dans ce complexe de 21 300 m<sup>2</sup> de plancher se trouveront des commerces en rez-de-chaussée, un centre d'activités indoor (skatepark, mur d'escalade), une salle de basket avec vue panoramique et transformable pour accueillir des séminaires, en plus des logements. Sur le parvis, une piscine intérieure et une piscine extérieure, des bains bouillonnants, un sauna hammam, un centre de soins et de beauté, et des aménagements pour les enfants. Enfin, un parking souterrain payant complète l'ensemble, avec une capacité renforcée par rapport au précédent.

Cette opération permet aussi de régler une situation devenue problématique : les 900 logements des Balcons ne disposaient que de rares places de parking et « squattaient » la dalle. La copropriété va enfin aménager son propre parking sur deux anciens courts de tennis, et ainsi libérer de nombreuses places. Le maire estime y gagner sur tous les plans, y compris paysager : une dalle de parking n'est jamais très valorisante.

Mais comment s'assurer un si bon taux de remplissage pour le nouveau complexe? Pascal Vie, accompagnateur de projet, nommé par INM, se montre confiant: « La vente à la découpe est à l'origine de ces lits froids en station. Nous évitons cet écueil en choisissant de confier l'ensemble du complexe hôtelier à un seul investisseur, en l'occurrence le groupe savoyard CGH immobilier, leader de l'hôtellerie quatre étoiles. INM et CGH ont pris un engagement contractuel de maintenir la résidence dans le secteur locatif quoi qu'il arrive. »

## « Bénéficiaire de cet attrait touristique sans massacrer ni les paysages ni les terres agricoles. »

*Pierre-Louis Fillet, maire de Saint-Julien-en-Vercors*

Pour éviter de saturer les axes de circulation, le groupe disposera de ses propres navettes, pour récupérer sa clientèle dans les gares environnantes, et mise sur une dispersion des réservations: la traditionnelle location du samedi au samedi ne sera pas la norme, de manière à étaler les allées et venues. Enfin, le choix s'est porté sur CGH pour l'image véhiculée par le groupe: « CGH a déjà un taux de remplissage de 80 % sur ses résidences en station, et constate une forte rotation de sa clientèle entre ses résidences. Nous pouvons donc compter sur cette clientèle, estime Pascal Vie. En parallèle, nous irons chercher une clientèle d'affaires à Grenoble, Lyon, Valence, mais aussi plus éloignée, jusqu'au Royaume-Uni ou au Benelux. »

Du côté des propriétaires des Balcons, certains se montrent enthousiastes et espèrent voir enfin vivre la station en dehors des semaines de vacances d'hiver. D'autres, en revanche, sont sceptiques. « J'y vois une course à l'échalote, juge Delphine, Lyonnaise

qui a hérité du studio familial. J'ai l'impression que les promoteurs comme les élus tirent sur la corde du ski tant que c'est rentable. Et puis, qui nous dit que ce complexe va profiter aux habitants des Balcons? Ils vont faire du pricing et proposer du tout-compris, les vacanciers n'auront même pas besoin de sortir du complexe, ils trouveront tout ce qu'il faut sur place. Les commerçants des alentours ne vont peut-être rien y gagner. »

La fréquentation n'est donc pas près de se tasser du côté des Quatre Montagnes. Dans les conditions actuelles, où les habitudes de travail changent pour les catégories supérieures, plus à même de profiter du télétravail, les résidences secondaires seraient réinvesties depuis le premier confinement. Ce phénomène touche aussi le versant drômois, provoquant de nouvelles questions chez les élus peu habitués à cet engouement. « Aujourd'hui, cette insularité, ce caractère authentique, finalement l'image du Vercors idéalisée que tout le monde envie y compris Villard, c'est nous qui la portons, sourit Pierre-Louis Fillet, maire de Saint-Julien-en-Vercors. Il y a un renversement de balancier qui suit les aspirations sociétales, mais qui nous pose beaucoup de questions sur la manière de préserver ce patrimoine naturel. »

Dans d'autres proportions que leurs confrères des Quatre Montagnes, les élus drômois assistent impuissants à l'envolée du foncier et s'interrogent sur la manière de préserver la qualité de vie des habitants, tout en accueillant ces nouveaux arrivants, de passage ou nouveaux propriétaires. « L'enjeu, complète Pierre-Louis Fillet, c'est de bénéficier de cet attrait touristique sans massacrer ni les paysages ni les terres agricoles, ce qui pourrait nous porter un coup fatal. Nous sommes à un tournant économique, social, sociétal, environnemental, touristique et agricole. Toutes ces questions se télescopent, il faut garder la tête froide. » Certaines voix s'élèvent pour demander un démarketing touristique, au nom de la préservation du massif. Et posent la question: comment trouver la bonne jauge pour bénéficier du tourisme, qui se nourrit de l'authenticité qu'il détruit? ■■■

<sup>1/</sup>Le Vercors, 1904. Ouvrage regroupé avec La Chartreuse (1899), Belledonne et les Sept Laux (1901) et L'Oisans (1903) dans Les Alpes du Dauphiné.





# VENISE NE VEUT PLUS DU MONDE D'AVANT

*Ismaël Bouttier et Nicolas Tricaud*

**En Erasmus à Venise depuis un an, les étudiants Ismaël Bouttier (Institut d'aménagement des territoires, d'environnement et d'urbanisme de Reims – lateur) et Nicolas Tricaud (Ensa Paris-Belleville), membres du Collectif national des jeunes urbanistes (CNJU), racontent leurs échanges dans la cité des Doges avec les habitants, dans un contexte post-Covid, entre retour des touristes et recherche d'un modèle durable pour la lagune.**

**Ville du rêve, de la folie architecturale et de la perte de repères, suivant une configuration qu'on ne retrouve nulle part ailleurs, Venise est unique. Y vivre un an permet d'en découvrir les strates une à une, d'arriver touriste et de repartir en se croyant presque vénitien. Cette évolution nous a permis d'appréhender une ville à l'identité unique, mais dont les pratiques et perceptions sont duales, sinon multiples : nous, habitants de passage, pratiquions déjà une ville différente de celle des masses venues la découvrir pour quelques jours ou quelques heures.**

La dualité nous est d'abord apparue dans l'espace : le touriste suit un parcours balisé, fait pour lui, signalé par la municipalité, mais aussi creusé comme le lit d'une rivière par les 25 millions de visiteurs annuels qui foulent les pavés d'un même parcours. De la gare de Santa Lucia ou la gare routière de Piazzale Roma, suivant la dorsale nord de Strada Nova, traversant le pont du Rialto, s'arrêtant pour y prendre sa photo au sommet, puis se frayant un chemin dans une petite rue surchargée jusqu'à la place Saint Marc, ce parcours a fini par devenir un lieu à part entière. Il est « dangereux » de s'en écarter, car les petites rues labyrinthiques en dehors de ce tracé peuvent vous perdre quelques heures.

Aux yeux des habitants, ce « lieu-parcours » semble presque hors de leur ville. Impraticable, puisque trop surchargé pour être emprunté au quotidien. Inintéressant, puisque les seuls commerces qui l'agrémentent sont des boutiques de souvenirs ou des restaurants hors de prix. Inhabitable, tant les locations touristiques ont modifié l'offre de logement.

Les locaux, dont nous avions la prétention de faire rapidement partie, ont donc trouvé leurs lieux de vie, leurs espaces de sociabilité et leurs parcours à l'abri de ce flux. Nous, étudiants, avons notre « rue de la soif », qui n'est pas une rue mais une place : le campo Santa Margherita, communément dénommé *campo*,

qui accueille la plus grande densité de bars de la ville. Les lieux à l'écart des touristes comptent aussi les équipements du quotidien, les universités, les bibliothèques, les terrains de sport, les écoles et les hôpitaux, ainsi que le stade Pier Luigi Penzo, pour clamer son amour au Venezia FC.

L'espace virtuel, lui aussi, est marqué par la dualité : sur les réseaux sociaux, des pages Instagram® touristiques exposant les paysages retouchés des canaux turquoise et des gondoles, face à celles des résidents au titre évocateur : *Venezia non è Disneyland*. Une dualité qui est aussi temporelle. Deux villes, le temps d'une simple journée où, après 21 h, les touristes ont tous regagné leur hôtel ou leur bateau de croisière. Deux villes, le temps d'une année, où l'on voit les disparités flagrantes de la place Saint Marc, vide l'hiver, mais impraticable en février lors du carnaval.

**La ville historique, qui compte de moins en moins d'électeurs, ne semble plus intéresser les élus.**

Notre expérience est à peu près celle des 25 000 autres étudiants de Venise, italiens ou étrangers, rarement vénitiens ; une masse qui pèse elle aussi face aux 50 000 habitants de l'île. Au fil de l'année, en rencontrant des résidents, notre constat a évolué pour devenir plus radical : cette dualité est précaire, car il n'y a pas une ville-musée des visiteurs cohabitant avec une ville-vivante des habitants ; il y a la ville du tourisme de masse, hégémonique, qui conquiert peu à peu tous les bastions des insulaires, qui n'ont pas encore fui vers la terre ferme. Marta, professeure, affirme :

*Comité «No Grandi Navi»  
protestant contre les navires  
de croisière traversant  
Venise, septembre 2018.*

© Ph. Mely



«On dirait que la ville veut te mettre dehors.» La commune de Venise, qui comprend l'île historique, la bande côtière du Lido, quelques îles éparses et surtout l'agglomération de Mestre-Marghera, sur la terre ferme, connaît un profond déséquilibre territorial : la population de l'île ne cesse de baisser, de 150 000 habitants, il y a un siècle, à 50 000, aujourd'hui. Sur la terre ferme, le phénomène s'inverse : de 50 000, il y a un siècle, à 200 000, aujourd'hui. Il n'y a donc pas une ville frappée de dualité, mais il y a bien deux villes, dont l'une va mal.

## **Les habitants de l'île se sentent abandonnés et livrés à la muséification.**

Les préoccupations sont très différentes entre une île culturelle et patrimoniale et une ville industrielle en plein développement ; plusieurs référendums ont même été proposés au sujet de leur séparation. La ville historique, qui compte de moins en moins d'électeurs, ne semble plus intéresser les élus : pour la première fois en 2020, le maire et la majorité du conseil municipal sont issus de Mestre et non de Venise. Et les financements comme les grands projets sont tous tournés vers la terre ferme. Les services publics vont mal, à l'exemple du plan de restructuration des hôpitaux qui prévoit le rétrécissement de celui de San Giovanni e Paolo, dans le centre historique, et la suppression de l'hôpital du Lido. « Ils disent qu'il n'y a plus assez de patients, mais s'ils enlèvent l'hôpital, vu tous les vieux qui habitent dans le coin, il n'y aura plus personne », assène Marco, serveur au bar *Al Canton*, dans le quartier Dorsoduro. Même le patrimoine, joyau de la ville, souffre du désintérêt des élites : l'Unesco envisage depuis quelque temps

de dégrader Venise de la liste du patrimoine mondial de l'humanité à celle du « patrimoine en péril », ce qui constituerait une alerte sérieuse sur ses conditions de conservation, voire un premier pas vers une radiation totale des listes.

C'est toute une ville qu'on laisse mourir. Parmi les personnes rencontrées, toutes se sont déjà posé la question du départ. À la fois cause et conséquence, les habitants de l'île se sentent abandonnés et livrés à la muséification. Le changement climatique fait de Venise une des villes européennes les plus menacées par la montée des eaux ; les inondations sont déjà fréquentes et ceux qui restent plaisantent sur les années qu'il leur reste avant que leur cité ne soit engloutie. La pression du tourisme (en croissance de 5 % par an depuis l'apparition des vols *low cost*, il y a une vingtaine d'années), que le Covid ne semble pas avoir affecté longtemps, pousse encore plus de candidats au départ : l'île compte 460 touristes par habitant chaque année. Sur le campo San Bartolomeo, la pharmacie affiche le compteur du nombre d'habitants – de 60 699 âmes, en 2008, à 50 203, aujourd'hui –, rappelant aux descendants des glorieux marchands de la Sérénissime la décadence de leur île.

### **Du « Grand Tour » aux grands projets**

Provoquant ou profitant de cette chute, l'industrie du tourisme se porte bien. Venise est une destination atteignable depuis toute l'Europe (parfois pour une dizaine d'euros en avion) ; un *home port*, pour les bateaux de croisière de la Méditerranée (c'est-à-dire un port d'arrivée ou de départ) ; tout en étant bien desservie en train, avec des nouvelles lignes à grande vitesse en projet comme la Cortina-Verona-Venezia, acheminant les populations aisées depuis la station de ski des Dolomites.

Cette ville accueillant 25 millions de touristes par an symbolise la destination touristique par excellence. Le tourisme est presque né ici : dans le « Grand Tour » d'Europe que réalisaient les jeunes aristocrates anglais au XVIII<sup>e</sup> siècle, passant aussi par





*Une des nombreuses devantures commerciales vacantes («sfitto»), par l'artiste Freak of Nature.*

© Caleb RG, juin 2022

Paris, Rome et Naples. La ville au lion a perdu de son attrait au XIX<sup>e</sup> siècle, quand elle avait la réputation d'être malfamée, avant de reprendre du poil de la bête et de redorer son blason au XX<sup>e</sup> siècle, et surtout au XXI<sup>e</sup> siècle.

**« On avait une zone encore préservée, et maintenant ils veulent bétonner là aussi. »**

*Marta, professeure*

Les projets se sont enchaînés, toujours plus gros : le Ponte della Libertà, pour relier l'île à la terre ferme ; l'aéroport Marco Polo, sur la côte au nord de la lagune ; l'île artificielle du Tronchetto, pour accueillir les grands navires ; le *people mover*, train suspendu pour relier la zone de parking à la ville ; l'approfondissement de certains passages de la lagune, parfois d'une dizaine de mètres (alors que la profondeur lagunaire moyenne est de 3 mètres), à l'usage des navires de croisière et des pétroliers, contribuant à l'enfoncement de l'île ; et des projets gigantesques non réalisés, comme une autoroute pour relier les îles entre elles ou une gare ferroviaire sur l'île de la Giudecca (voire à quelques dizaines de mètres de la place Saint Marc).

Les investisseurs poursuivent les grands projets pour accroître encore davantage la manne financière du tourisme de masse, au détriment de l'environnement et du tissu social local. Les inquiétudes se concentrent notamment dans le nord de la lagune, zone de grand intérêt écologique peu anthropisée. Un projet d'extension de l'aéroport prévoit d'abattre une centaine d'arbres, mais c'est surtout l'idée d'un nouveau pont qui effraie les militants, comme Marta : « On avait une zone encore préservée, où les espèces qui fuyaient l'homme ailleurs avaient trouvé refuge, et maintenant ils veulent bétonner là aussi. » Le pont relierait directement l'aéroport aux îles de Murano, Burano et Torcello, visite incontournable pour les touristes et pour l'instant accessible seulement en bateau depuis l'île de Venise. Ce qui multiplierait encore le nombre de visiteurs sur des îles déjà surchargées, où l'idée de *monoculturo del turismo* (« monoculture touristique ») prend tout son sens. Murano est un bon exemple de ce que Venise pourrait devenir, l'intégralité de l'activité y est tournée vers la restauration et la vente de souvenirs.

Le stade Pier Luigi Penzo situé sur l'île, deuxième plus vieux d'Italie, va être remplacé par un projet monumental (on passe de 7 500 sièges, rarement tous occupés, à 25 000 sièges) prévu pour 2023. À proximité de l'aéroport sur la terre ferme, le stade sera accompagné d'une zone commerciale, d'hôtels et d'une nouvelle gare. Il vise un public qui vient de plus loin et plus à même de consommer, mais ne satisfait pas les locaux. « Ils font tout pour faire venir des gens de tout le Veneto [la région de Venise, NDLR], mais Tessera [le quartier proche de l'aéroport] manque d'équipements sportifs pour les enfants, et ce n'est pas le nouveau stade de luxe qui va régler ça », redoute Marco, le serveur du Al Canton. Autre projet controversé, à Mestre, le parc de San Giuliano (qui est aujourd'hui un des plus grands espaces verts de la ville et un lieu de loisirs de tous les habitants, à la fois

des îles et de la terre ferme) pourrait devenir partiellement un parc d'attractions pour les touristes internationaux.

### « No Grandi Navi »

Face à ce qu'ils considèrent comme une menace contre leur vie quotidienne, les habitants se sentent abandonnés par les pouvoirs publics. Le symbole le plus brutal des excès du tourisme de masse est, depuis quelques années, les *grandi navi*, ces bateaux de croisière toujours plus gros qui emmènent les masses dans des voyages organisés autour des mers. À Venise, la situation était devenue anarchique : plus de 500 passages par an, au milieu de la ville, et des bateaux de plus de 60 mètres provoquant des vagues qui débordent sur les quais. Pour répondre à ce problème, les habitants se sont organisés. Un comité citoyen a vu le jour en 2012 : « No Grandi Navi », ou NGN (dont fait partie Marta, la professeure). Se réunissant régulièrement en assemblées, il a pour objectif l'expulsion des navires de croisière de la lagune vénitienne. NGN est composé de différentes associations et de simples citoyens.

Avec l'arrêt de l'activité touristique durant la pandémie, les Vénitiens ont découvert une eau claire dans les canaux et le retour de la faune dans la ville. C'est peut-être cela qui a poussé autant de riverains à rejoindre les manifestations du comité, comme le blocage du canal de la Giudecca en juin 2021 et l'attaque d'un bateau de 40 000 tonnes par une flottille de barques – images qui ont fait le tour du monde. En réponse aux manifestations, le gouvernement italien a adopté en urgence un décret – discuté depuis longtemps –, qui interdit l'accostage des navires de croisière dans la lagune. En plus de l'action du collectif, la menace de l'Unesco a sûrement influencé le calendrier : l'assemblée générale de l'organisation internationale a eu lieu quelques jours après la promulgation du décret, permettant à Venise d'échapper *in extremis* à la relégation en « patrimoine en danger ».

Aujourd'hui, le décret n'est toujours pas appliqué : les bateaux ont certes quitté le canal de la Giudecca, dans le centre historique, mais les routes ont simplement changé pour emprunter le canal des pétroliers depuis la zone industrielle de Marghera. Les bateaux s'éloignent de l'île de Venise, mais causent toujours autant de dommage à l'écosystème de la lagune, et ne réduisent pas le nombre de touristes qui iront de toute façon visiter la ville.

À travers le combat contre les *grandi navi*, c'est au système du tourisme de masse que le collectif s'attaque. Le décret gouvernemental prévoit de « concilier le développement de l'activité de croisière avec la sauvegarde du patrimoine culturel et environnemental de la lagune ». Selon Marta, la professeure activiste de NGN, c'est une contradiction : la croisière, objet le plus excessif de l'industrie touristique, est le symbole de « cette économie qui voit les lieux comme des biens de consommation, qu'on prend et qu'on jette ».

### Le droit à la ville

La gouvernance n'est pas aveugle au problème et fait tout de même évoluer sa réglementation pour empêcher l'anarchie touristique. Un arrêté va être promulgué à l'été 2022 pour interdire l'ouverture nouvelle de boutique de souvenirs. Les prix restent pour autant élevés, comme le rappelle Gianni De Checchi, porteparole des artisans, récemment interrogé par le site *VentidiNews.it* : « Ce n'est pas parce qu'un local se libère qu'automatiquement un brave artisan va s'y installer : c'est un problème de prix. » La

hausse des loyers, conjuguée à la crise du Covid et à l'arrêt de l'activité touristique, a conduit à l'abandon de nombreux locaux touristiques, qui sont encore aujourd'hui vacants. Les artistes se mobilisent face à ce problème comme Freak of Nature, qui les comptabilise à Venise en les couvrant de peinture verte.

La municipalité réfléchit aussi à l'installation de portiques à l'entrée à Venise, qui régularisent l'entrée des touristes. Il s'agirait d'instaurer une réservation obligatoire et payante pour accéder à l'île historique. L'expérimentation de cette installation, envisagée cet été, est finalement reportée à janvier 2023. Cette limitation n'acceptant que les touristes ayant réservé une nuitée, excluant ainsi les 12 millions de visiteurs annuels ne venant que pour une seule journée, a été évoquée, mais n'est plus d'actualité. On ne parle finalement que de réserver et de s'acquitter de la somme comprise entre 3 et 10 euros pour accéder à la cité des Doges. Reste à comprendre dans quelle mesure cette action réduirait un tourisme de masse, alors qu'elle accentue encore le processus de muséification : en rendant payant l'accès à un lieu vivant, on le transforme en un lieu seulement visité, un lieu que l'on consomme.

## Ceux qui restent tentent d'inventer dans la lutte un système alternatif.

Le contrôle des flux est aussi un domaine dans lequel la municipalité agit : elle investit dans le système de caméras de surveillance le plus important d'Europe, la *Smart Control Room*. Liée aux données téléphoniques, elle permet notamment d'assurer la « gestion efficace des événements et des flux touristiques ». Cette solution technologique centralisée sur Tronchetto – une partie de l'île à l'écart des vies vénitienes – est hébergée par TIM®, un opérateur téléphonique privé, dont le fonctionnement reste relativement opaque. Cela interroge la responsabilité d'un acteur privé pour effectuer un service public, notamment dans la gestion des données numériques. Un gadget *high-tech* de plus pour régler un problème en surface sans s'attaquer à la racine ?

En laissant l'économie de marché favoriser uniquement la rente touristique et en se contentant de réparer ponctuellement ses excès, la ville semble oublier les considérations sociale et environnementale. Dégradation du tissu social, fuite des habitants de l'île, destruction des écosystèmes fragiles de la lagune, montée des eaux... les enjeux sont pourtant nombreux. Ironie du sort, cette économie de marché est justement née sur les pavés de la Sérénissime, où les riches familles alliées aux marins et aux marchands inventèrent la banque, la bourse et la spéculation. Cette culture du profit, qui a conduit à l'exploitation irraisonnée des ressources planétaires, se retourne aujourd'hui contre l'orgueilleuse cité, aux premières loges du péril de la montée des eaux.

Venise vivra-t-elle ? Mus par un réflexe de survie, ceux qui restent tentent d'inventer dans la lutte un système alternatif. Ils revendiquent un droit à la ville par le droit au logement, à des services publics de proximité, à un tissu associatif, à leur part du pouvoir démocratique local. Et, avant qu'elle ne soit engloutie, ils se battent pour un avenir dans l'île où ils vivent. ■■■





*Photo : Bertrand de Camaret*

# saskia cousin

Propos recueillis par  
*Anne-Catherine Ottevaere et Rodolphe Casso*

**« Le tourisme, comme industrie,  
comme récit et comme pratique  
est une crise en soi. »**

**Pour l'anthropologue Saskia Cousin, l'industrie touristique aura longtemps exercé une emprise sur notre imaginaire et notre conception même du voyage, entre promotion des usages climaticides et dévalorisation des vacances populaires. Mais la pandémie, la crise climatique, l'hégémonie du numérique et les politiques publiques incitent-elles réellement à des pratiques plus vertueuses ?**

*Entrevue*

---



### **Dans vos écrits, vous avez affirmé que l'anthropologie du tourisme n'existait pas ou peu. La question est-elle à ce point dans un angle mort ?**

Avec cette formule un peu provocante, j'écrivais que l'anthropologie du tourisme n'existait pas en tant que champ unifié, ce qui n'est pas du tout la même chose ! À l'exception notable de la France, il existe une longue tradition de recherches anthropologiques sur les phénomènes liés au tourisme – qui sont multiples et peuvent porter aussi bien sur les pratiques des touristes, sur la manière dont les sociétés locales s'en saisissent. Dans les Amériques, ces travaux ont plus de soixante ans. En France, la recherche sur le tourisme a longtemps été honnie des anthropologues ou des ethnologues qui ne pouvaient supporter l'idée que des touristes accèdent à « leur » terrain. La sociologie française n'était pas beaucoup mieux lotie, même si elle pouvait se raccrocher à la sociologie des loisirs et du temps libre, également marginalisée. *In fine*, et alors que les géographes français se sont tôt saisis de cette question, le double interdit sociologique et anthropologique avait à voir avec l'idée qu'une recherche « noble » se devait d'examiner des cultures traditionnelles, non « entachées » par le marchand ou le loisir. La mise en marché touristique étant considérée comme obscène, le tourisme était indigne d'être étudié.

## **« Le tourisme est une industrie, une pratique culturelle, un récit du monde. »**

À la fin des années 1990, alors que j'enquêtai sur les enjeux politiques et identitaires de la mise en tourisme du patrimoine (thèse de la plus grande banalité vingt ans plus tard...), on m'a reproché de rabaisser la grandeur, la mémoire, l'histoire, etc., quand je n'étais pas accusée d'être inféodée à l'industrie du « tourisme de masse ». On a travaillé comme on a pu à légitimer ce champ, avec des numéros de revues et un séminaire pluridisciplinaire qui existe depuis 2005, intégré dans un master de l'institut Convergences Migrations et l'École doctorale de Nanterre, où je suis désormais professeure de sociologie depuis dix ans. Les recherches se sont donc multipliées.

### **Qu'apporte l'approche anthropologique sur le tourisme ?**

L'approche anthropologique du tourisme telle que développée en France est centrée sur la manière dont les sociétés locales se transforment par ou pour le tourisme, en particulier dans des communautés non occidentales. C'est fondamental pour comprendre qu'il est impossible de considérer que le tourisme ait des effets identiques partout. En bref, l'approche anthropologique du tourisme peut être définie comme l'étude des situations touristiques impliquant des visiteurs et des visités, leurs sociétés respectives et une organisation technique,

marchande et politique visant à produire de la différence à forte plus-value. En ceci, cette approche anthropologique est l'héritière de Balandier et de sa célèbre étude de la situation coloniale.

### **Le tourisme tel que nous le connaissons est-il une pratique occidentale héritée de nos traditions colonisatrices ?**

Tout dépend de la manière dont on définit ce terme. Si le tourisme est défini comme l'activité qui consiste à produire, vendre et consommer des transports, des lieux, des hébergements, des rencontres, alors oui : c'est une pratique originellement occidentale, urbaine et élitiste. La filiation avec la célèbre « situation coloniale », étudiée par Georges Balandier, n'est pas que théorique : dans ses pratiques comme dans son imagerie et son organisation, le tourisme s'inscrit également, bien souvent, dans l'histoire coloniale, avec ses corollaires missionnaires et ethnographiques. Les pays colonisateurs ont structuré le récit d'un exotisme désirable et accessible, notamment lors des expositions coloniales, dans le but d'attirer de nouveaux colons, des marchands, etc. Ensuite, il s'est agi de faire rester ces colons avec la construction de stations en bord de mer ou en altitude, notamment en Indochine.

Des bureaux de tourisme sont créés dans les colonies françaises dès 1910. Le tourisme servait également à « pacifier les confins », et approprier les marges (littoraux, montagnes, mondes paysans) à une consommation par les élites. De Las Vegas à Pattaya, de Goa à Gorée, en passant par les côtes tunisiennes ou marocaines, l'implantation postcoloniale de l'industrie du tourisme est fortement liée à leurs histoires coloniales. Enfin, le tourisme est une économie extractive d'arts et de savoirs traditionnels ; il se développe notamment à travers la publicisation de récits de voyage d'explorateurs, missionnaires, ethnographes, ou folkloristes dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle.

### **Quelle distinction faites-vous entre tourisme, voyage et vacances ?**

Le tourisme est un terme ambivalent, voire ambigu, car il désigne à la fois une industrie, une pratique culturelle, un récit du monde – à la fois vraisemblable et fictionnel. En tant que pratique, cela consiste à se déplacer (faire un tour) sans autre finalité que le loisir et le plaisir de la découverte. Le tourisme est une toute petite partie des pratiques de vacances, et les vacances sont un moment seulement du temps non travaillé.

En France, neuf départs en vacances donnent lieu à des séjours (on se pose quelque part) et un à un circuit dit touristique. La première motivation du départ en vacances, c'est se reposer ; la seconde, se retrouver en famille et entre amis. Que cette motivation s'incarne dans un gîte en Bretagne ou un *resort* à Cancún, il paraît compliqué de parler de tourisme, sauf si l'on considère que tout transport aérien est synonyme de tourisme. Pour le dire autrement, pour un anthropologue ou un sociologue, ce n'est pas le type de transport qui détermine la catégorie de pratiques, c'est ce qu'on fait, comment on le fait, et ce qu'on en fait. Les vacances sont un moment de quêtes d'identités – personnelles ou collectives ; le tourisme, ce sont ces activités qui visent, avec plus ou moins de réussite, à nous faire découvrir d'autres horizons, paysages, personnes, ou lieux.

### **La notion d'enrichissement culturel liée au tourisme reste-t-elle un facteur important dans la décision du touriste ?**

C'est une justification typique des catégories sociales que Bourdieu nommait la fraction dominée de la classe dominante – en gros : vous et moi. Un besoin de justifier toute pratique pouvant être assimilée à une erreur de goût vis-à-vis de la distinction touristique que commande sa catégorie sociale. L'offre de visites dites « culturelles » – du temple d'Angkor au « typique village africain » – fait partie du paquet commercial de nombreux *resorts*, au même titre que la soirée « mousse et T-shirt mouillé » ou le club enfants. Certains se décideront pour ce club en raison de la soirée « mousse et T-shirt mouillé », d'autres pour le club enfants, certains peut-être pour la visite « culturelle ». L'enrichissement culturel que vous évoquez doit être considéré à l'aune des phénomènes mimétiques caractéristiques de la consommation et de modes qui se renouvellent chaque saison : une année, c'est la Thaïlande, la suivante le Mexique. Il faudra donc avoir « fait » ses principaux monuments.

### **Vous évoquez l'impératif de lutter contre l'imaginaire du voyage véhiculé par l'avion. Pourriez-vous nous en dire plus ?**

Le problème de l'industrie du transport est son emprise sur l'imaginaire du voyage : elle rend invisible les pratiques qui ne recourent pas à la consommation de ses services.

Tout se passe comme si voyager ou faire du tourisme était synonyme de prendre l'avion, passer une frontière et dormir dans un hôtel. Cette emprise a une histoire et une institution, l'Organisation mondiale du tourisme. Chaque année, elle se félicite de l'augmentation du nombre de « touristes », alors qu'elle ne comptabilise que des « arrivées internationales », sans distinguer les motifs et motivations, les voyageurs fréquents, les durées de séjours, etc. Car partir en vacances dans un club fermé à l'autre bout du monde, ce n'est pas faire du tourisme, ce n'est pas chercher la « découverte », l'ailleurs ou l'altérité – l'exotisme se réduit à une plage bordée de cocotiers. L'objectif est de se reposer et de se retrouver, en famille et entre amis, dans un entre-soi. Il n'y a aucun mal à désirer et pratiquer ces hétérotopies familiales. Mais compte tenu de l'urgence climatique, il est ennuyeux qu'il soit souvent moins onéreux et plus distinctif d'aller à l'autre bout du monde pour se retrouver en famille ou entre amis, alors que quelques heures de train pourraient suffire à trouver le lieu de villégiature idéal...

La bataille des prix fait que, en Europe, le train est souvent deux à trois fois, voire dix fois plus cher que l'avion pour les destinations les plus prisées, en particulier les grandes villes européennes. En France, les aéroports sont subventionnés par les collectivités locales qui, sans se préoccuper de l'origine de l'immense majorité de leurs vacanciers, considèrent qu'un aéroport est indispensable à leur stature touristique. Du point de vue des vacanciers, la question de l'accessibilité n'est pas que financière, elle dépend aussi de la destination – l'avion favorise les centres urbains, et les districts touristiques – et du capital social et culturel des voyageurs. Être sous emprise de l'aérien, c'est aussi privilégier la concentration à la diffusion. Si les pouvoirs publics ont longtemps semblé adhérer sans réserve à ces

imaginaires – raisonnant uniquement en termes de millions de touristes internationaux –, ce n'est pas le cas de la majorité des vacanciers français.

## **« L'emprise, sur nos imaginaires, de l'industrie touristique a dévalorisé les vacances populaires. »**

En effet, l'immense majorité des Français ne prend pas l'avion pour ses vacances, car plus de 80 % restent en France. Plus de la moitié des Français loge pendant ses vacances dans la famille ou chez des amis et n'est donc pas comptabilisée dans les fameuses « nuitées » touristiques. Le *low cost* profite essentiellement aux classes moyennes et supérieures qui peuvent ainsi prendre l'avion toujours plus souvent, pour des périodes toujours plus courtes.

L'emprise sur nos imaginaires de l'industrie touristique, notamment aérienne, mais aussi hôtelière a eu pour conséquence de dévaloriser les vacances populaires jusqu'à faire accroire qu'elles étaient anecdotiques et les faire disparaître des considérations, indicateurs et politiques publiques.

### **Que pensez-vous des plateformes d'intermédiation, marchandes, qui permettent d'accéder à l'offre touristique ?**

Ces plateformes d'intermédiation ont totalement transformé l'économie du secteur. Leur emprise sur les industries hôtelière et aérienne, comme sur nos pratiques et nos imaginaires, me semble inquiétante. On a vu la manière dont elles pouvaient provoquer des crises immobilières, l'expulsion des catégories populaires de Barcelone, ou des étudiants à Paris. Les hôteliers se sont progressivement retrouvés totalement dépendants de ces canaux. À partir de l'extraction de grandes bases de données issues de ces plateformes, nous avons montré comment elles formatent les pratiques, les destinations, les récits. Le tourisme est devenu un secteur majeur de la vente à distance et c'est un grand risque écologique, car ces plateformes s'enrichissent sur des voyages courts et répétés. Toute leur action vise donc à faire multiplier les voyages, les déplacements dans le temps, alors qu'une sobriété touristique impliquerait de revenir aux fondamentaux : la maîtrise du temps.

### **Quels impacts la pandémie de Covid-19 a-t-elle eu sur la distinction que vous opérez entre « vacances » et « loisirs » ? Favorise-t-elle le retour à un tourisme de proximité ?**

Considérer que prendre des vacances signifie se déplacer loin de chez soi et dormir dans un hébergement pour lequel on a payé est une erreur. L'origine étymologique des vacances est le terme latin *vacare*, qui signifie être inoccupé et désigne les vacances scolaires dès 1623. Le loisir vient du terme *otium*, l'oisiveté, le temps libre. L'*otium* caractérise l'homme libre



parce que maître de son temps. Son antonyme est *negotium*, qui a donné négoce. Loisirs et vacances ont donc des significations proches, liées au temps, et non à l'espace. Les exemples concrets ne manquent pas : vous avez des congés, vous prenez le RER pour aller (re)visiter Paris avec vos enfants. Ils vous entraînent à la tour Eiffel. S'agit-il de vacances, de tourisme ou de loisirs ? Mais vous pourriez venir de votre banlieue à vélo, et ce serait un voyage tout à fait expérimental !

## « La pandémie avait mis à terre l'industrie du tourisme international, mais pas les vacances. »

Les balades proposées par le projet Migrantour en Ile-de-France ou à Marseille sont des expériences fortes de découverte de cultures, de manière de vivre, de parler, de manger, très différentes, à quelques stations de métro de chez soi. Dans ce contexte, où s'arrête le loisir ? Où commencent le tourisme et les vacances ? Et surtout, quel est l'intérêt de les catégoriser ainsi ? Cet intérêt est lié à l'organisation de l'offre, et la structuration des institutions – de loisirs, de tourisme, etc. Or, jusqu'à la pandémie, cette structuration tourisme/vacances/loisirs a rendu invisibles les pratiques populaires. Ainsi, plus de la moitié des Français qui partent en vacances séjournent dans leur famille ou chez des amis, et pourtant ils partent bien en vacances. L'immense majorité se déplace en voiture, à moins de 4 heures de son domicile. La pandémie a certes opéré une relocalisation des Français – 94 % des Français en vacances –, mais ils étaient déjà plus de 80 % avant la pandémie. Pour la majorité des gens, la pandémie n'a pas changé leur villégiature estivale, chez des amis ou des parents, donc.

Ce ne sont donc pas les industries aérienne ou hôtelière, et encore moins les plateformes de réservation, qui permettent le tourisme et les vacances. En revanche, pour qu'il y ait des vacances, il faut avoir des congés payés ou des revenus importants, des privilèges de mobilités pour partir à l'étranger (visa) et le capital social et culturel.

### La pandémie n'aurait donc pas tant que cela influencé les usages des Français ?

Ce que la pandémie a provoqué est la découverte, forcée, des espaces de vacances populaires et des lieux de tourisme de proximité par ceux qui avaient l'habitude de partir loin, mais aussi par les institutions publiques et les médias, intoxiqués par le grand récit du tourisme international. Qu'il s'agisse de campings du littoral, de guinguettes de bord de Loire ou de festivals estivaux, ces espaces populaires sont souvent à l'intersection du loisir et des vacances. Certaines organisations, comme Estuaire 2012 [qui propose des installations artistiques à ciel ouvert en Loire-Atlantique, NDLR], ont précocement travaillé à réenchanter des espaces naturels délaissés et des bases de loisirs populaires avec des œuvres d'art contemporain.

En termes de politiques publiques – économiques, écologiques, sociales et culturelles –, l'enjeu maintenant est de permettre aux catégories sociales aisées de réinventer leurs vacances de manière moins climaticide, en investissant des espaces de proximité, sans pour autant que leur arrivée n'entraîne l'exclusion, par les prix notamment, des classes populaires qui en jouissaient depuis des décennies. Pour cela, il faut des politiques publiques adéquates.

### Deux ans après la crise du Covid, quels sont les impacts avérés de la pandémie sur les pratiques touristiques ?

Dans un numéro spécial consacré au tourisme et aux pandémies que j'ai coordonné, nous avons montré que la pandémie avait mis à terre – au sens propre – l'industrie du tourisme international, mais pas les vacances. Du point de vue des pratiques, on a certes assisté à leur relocalisation, mais la répartition sur le territoire français s'est faite de manière différente, à l'avantage des petites villes, territoires ruraux ou de montagne. En bref : le désengorgement des hauts lieux auxquels appellent les politiques depuis des décennies. Pour la saison qui commence, on peut espérer que ces pratiques populaires et le tourisme domestique ne seront pas à nouveau oubliés au profit d'un discours uniquement focalisé sur le tourisme international concentré dans les hauts lieux. Il y a toutefois un impact avéré, visible à l'échelle mondiale : la désaffection des prolétaires du tourisme de l'hôtellerie et de la restauration – mal payés et corvéables à merci, abandonnés pendant la pandémie par de grands groupes peu scrupuleux, qui sont des centaines de milliers à refuser de reprendre le travail [lire p. 45].

En Occident, la saison touristique 2020 a été sauvée par les vacanciers populaires ; la saison 2022 est obérée par l'incapacité de ce secteur à proposer des salaires et des conditions de travail décentes à leurs salariés. C'est, je pense, la vraie leçon.

### Dans quelle mesure la pandémie a-t-elle modifié le rapport au temps et à l'espace ?

Tout dépend ce qu'on appelle la « crise du secteur ». Il me semble que le tourisme, comme industrie, comme récit et comme pratique est une crise en soi – de la modernité, et de la postmodernité. L'industrie du transport qui produit la plupart des imaginaires touristiques a provoqué une transformation anthropologique de notre rapport au temps libre. Alors que l'*otium* – le loisir – définissait l'homme par le fait qu'il disposait de temps libre, l'industrie du tourisme a fait de ce temps un temps occupé – occupé à consommer de l'espace et des activités dans le temps le plus restreint possible. Le rapport à la distance a été modifié. Nous n'avons plus en tête la distance parcourue, mais le temps de transport et le coût du billet.

Avant la pandémie, la partie de la population qui voyageait le plus n'avait pas le temps, mais avait les moyens de se déplacer dans l'espace. Dans d'autres sociétés, ou d'autres catégories sociales, on dispose de temps, mais pas des moyens permettant de se déplacer. Avec la pandémie, tout le monde s'est trouvé sans possibilité de déplacement. La question de la distance et des frontières s'est reposée de façon brutale aux Occidentaux, qui oublient souvent qu'ils sont bien les seuls à pouvoir disposer du monde. Les Occidentaux sont revenus dans un système

où le rapport à l'espace est plus compliqué : on redécouvre la proximité et une autre forme de rapport au temps.

### **La pandémie a-t-elle rendu les déplacements plus anxiogènes ?**

Cela dépend beaucoup de la classe d'âge, de la destination, de la nationalité, etc. L'une des caractéristiques du tourisme comme flux, et des touristes, est la capacité d'oubli. C'est lié au renouvellement des visiteurs, mais aussi à la force d'attraction des destinations et leur capacité à générer de la confiance. Par exemple, Paris et New York ont retrouvé très vite leurs flux de touristes après les attentats qu'ils ont subis. Ce n'est pas le cas de la Tunisie par exemple. Pour ce qui concerne la pandémie et les restrictions sanitaires, on a vu des pays classés en « vert » par la France, alors que l'épidémie y était totalement hors de contrôle, tandis que, par exemple, tous les pays africains étaient classés en orange, alors que l'épidémie y était alors très atténuée.

### **Le réchauffement climatique pèse-t-il réellement sur le marché du tourisme, à travers de nouvelles offres et de nouvelles demandes ?**

En ce qui concerne la « demande », la contradiction entre discours de la « cause écologique » et pratiques de loisirs se retrouve dans tous les domaines de la consommation, en particulier de loisirs ou de prestige. Cette contradiction est particulièrement développée chez les 18-30 ans qui sont à la fois ceux qui prennent le plus l'avion et ceux qui se disent les plus sensibles à la cause écologique. Nous travaillons actuellement sur cette question autour de trois hypothèses : premièrement, le mimétisme et le rôle des prescripteurs dans les pratiques et désirs de voyage.

## **« Le problème de l'artisanat du tourisme est de savoir s'arrêter à temps. »**

Deuxièmement, une société française où la cohabitation entre rhétorique du commun (dont le dérèglement climatique et le tourisme durable) et pratiques de consommations individualistes (dont le bio et le transport aérien) apparaît comme une dialectique plus que comme une contradiction. Troisièmement, des pratiques de voyages fondées sur un désir d'ailleurs, spécifique à la jeunesse, et qui vient, sans doute paradoxalement, calmer leur anxiété climatique.

### **Identifiez-vous des signaux faibles d'un changement de l'offre touristique ?**

Il y a une multitude d'initiatives un peu partout dans le monde. Certaines sont passionnantes, toutes ne peuvent pas être répliquées et c'est aussi ce qui fait leur richesse. Le problème est qu'elles sont peu relayées par les pouvoirs publics et elles sont invisibilisées par les entreprises qui n'ont aucun intérêt à les faire émerger ailleurs que dans quelques destinations de niches

*Photo : Image Source/bemis.fr*





luxueuses. Les plateformes alternatives – de type coopératif – ont beaucoup de mal à lever des fonds, alors que des collectivités locales signent des accords avec Airbnb®.

Ce n'est pas le cas partout : ainsi la Région Nouvelle-Aquitaine et le travail accompli avec la plateforme Les Oiseaux de passage. Ou encore le Val-de-Marne avec ses hôteliers. Les collectivités locales sont nombreuses à opérer actuellement un changement de leurs politiques : elles savent désormais que leurs visiteurs sont d'abord des voisins.

## **« L'Hexagone serait le premier pays visité au monde. En fait, c'est le premier pays traversé. »**

En bref, ce ne sont pas les initiatives locales, les expériences, les offres artisanales amoureusement façonnées qui manquent. Le problème de l'artisanat du tourisme est de savoir s'arrêter à temps. Barcelone a été l'exemple le plus marquant des années 2000. Avec des décennies de tourisme culturel et d'événements internationaux durant lesquelles les clés de la ville ont été données aux responsables touristiques, les quartiers populaires ont été vidés de leurs populations au profit des locations de courts séjours, et des vagues de milliers de croisiéristes ont submergé la ville basse. La maire Ada Colau, élue en 2014, tente depuis huit ans de réguler cette activité. Amsterdam, Berlin, Lisbonne ont connu un sort proche, avec des politiques publiques différentes.

### **Quelle alternative les politiques publiques peuvent-elles proposer ?**

Cela a peut-être à voir avec le virilisme du discours touristique. On se mesure et on se toise en termes de quantité de touristes – l'Hexagone serait le premier pays visité au monde. En fait, c'est le premier pays traversé – par les vacanciers nord-européens qui se rendent en Espagne, Portugal et Italie. À l'échelle de l'État, je suis toujours étonnée de voir que la politique nationale consiste à se gargariser du nombre de millions de touristes internationaux arrivés, ou en vue. En bref, se plier à la doctrine touristique assénée par la Banque mondiale aux pays du Sud au début des années 1960 : le tourisme comme industrie d'exportation.

La capacité à imaginer et prévoir existe à l'échelle locale, le problème se situe aux niveaux des États et des institutions internationales. Le trafic aérien international s'appuie encore sur une convention signée en 1950. Il y avait alors 25 millions d'arrivées internationales. Il y a pourtant des petites choses concrètes qu'il serait aisé de transformer. Par exemple, lorsque nous organisons ou participons à un colloque universitaire, nous sommes obligés de passer par des marchés publics qui ne réfèrent que des grands groupes hôteliers et qui ne prévoient pas qu'on puisse prendre autre chose que l'avion pour des trajets européens...

### **Les politiques publiques françaises ont-elles vraiment pris la mesure des problématiques du secteur ?**

Les pouvoirs publics ont toujours privilégié la quantité, la fameuse course aux 100 millions de touristes revendiqués par le gouvernement français. En France, le tourisme est désormais vu comme une industrie d'exportation, et non comme une pratique à même de construire de l'identité partagée en bénéficiant à l'ensemble du territoire. Heureusement, de nombreuses collectivités locales ont réalisé, avant et surtout pendant la pandémie, que leurs touristes étaient d'abord des vacanciers de proximité. Et que ce sont eux qui ont fait vivre l'économie pendant la pandémie.

On a pu croire que la pandémie serait une alerte susceptible de faire comprendre que tous les vivants interagissent, sont liés et doivent être respectés. On a pu croire que les responsables politiques prendraient en considération le fait que le tourisme n'est pas qu'un marché d'exportation, qui se mesure en entrée de devises sans prendre en compte ses interactions avec les territoires concernés.

On aurait pu croire que la répartition forcée sur le territoire mènerait les politiques nationales à s'appuyer sur ces nouvelles destinations, pour mettre en place une planification des mobilités de loisirs. Or, nous avons eu droit au printemps 2022 à une série de discours triomphalistes revendiquant des flux supérieurs à 2019 dans les hauts lieux, et en particulier à Paris. Tant que les politiques publiques ne prendront pas leurs responsabilités, en changeant radicalement leurs indicateurs, l'industrie du transport et de la vente à distance de voyage sera là pour inciter chacune et chacun à multiplier la consommation de voyage.

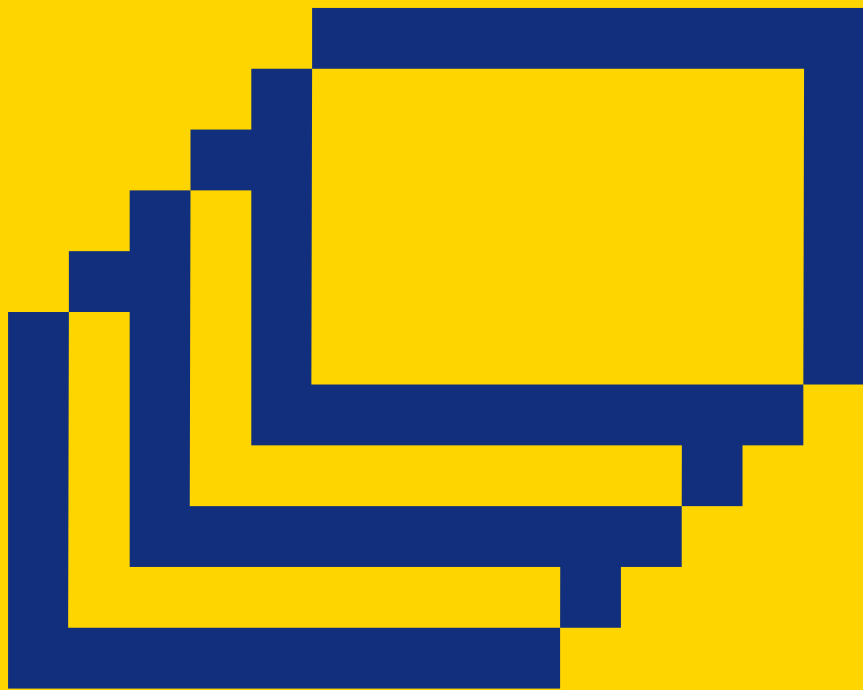
### **Comment faire évoluer les indicateurs de mesure du tourisme ?**

Ces indicateurs du tourisme sont produits par l'Organisation mondiale du tourisme, par et pour l'industrie aérienne et hôtelière. On mesure le transport (souvent uniquement le transport international) et les hébergements marchands (moins de 50 % des nuitées). Cette emprise rend invisible la majorité des mobilités de loisirs et ne s'intéresse absolument pas aux motivations, aux pratiques associées, à la répartition sur le territoire, aux effets négatifs induits. Certains territoires, comme la région Occitanie, travaillent actuellement à des indicateurs alternatifs et c'est une bonne chose. Pour ma part, je pense que si l'on parvient à croiser les enquêtes numériques (flux, densité, temporalité) avec des enquêtes de terrain centrées sur les pratiques – en considérant les touristes comme des publics et non comme des entrées de territoire ou des nuitées marchandes –, on pourra enfin avoir des éléments pour mettre en œuvre des politiques publiques bénéfiques pour les territoires, leurs populations et leurs visiteurs. ■

2<sup>e</sup> édition  
2022

11 → 18  
OCTOBRE

+10 lieux  
Paris  
Île-de-France



# FSTVL CLOSE-UP

## VILLE, ARCHITECTURE & PAYSAGE AU CINÉMA

Architecture à l'écran ~ Séoul ~ Imaginaires du Grand Paris...  
+Avant-Premières ~ Cartes blanches ~ Master classes ~ Ciné-concerts ~ VR...

[festivalcloseup.com](http://festivalcloseup.com)   

Soutenu  
par  
  
MINISTÈRE  
DE LA CULTURE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
Métropole  
du Grand Paris

 Région  
île de France

 Caisse  
des Dépôts  
GROUPE Mécénat

 VINCI

 LEONARD  
by VINCI

 SAINT-GOBAIN

 RATP

 urba  
nisme

 Sofilm

 arte



# LIVRES

## Pyrénées Une histoire environnementale du tourisme

Steve Hagimont

Champ Vallon, 2022, 376 pages, 26 euros

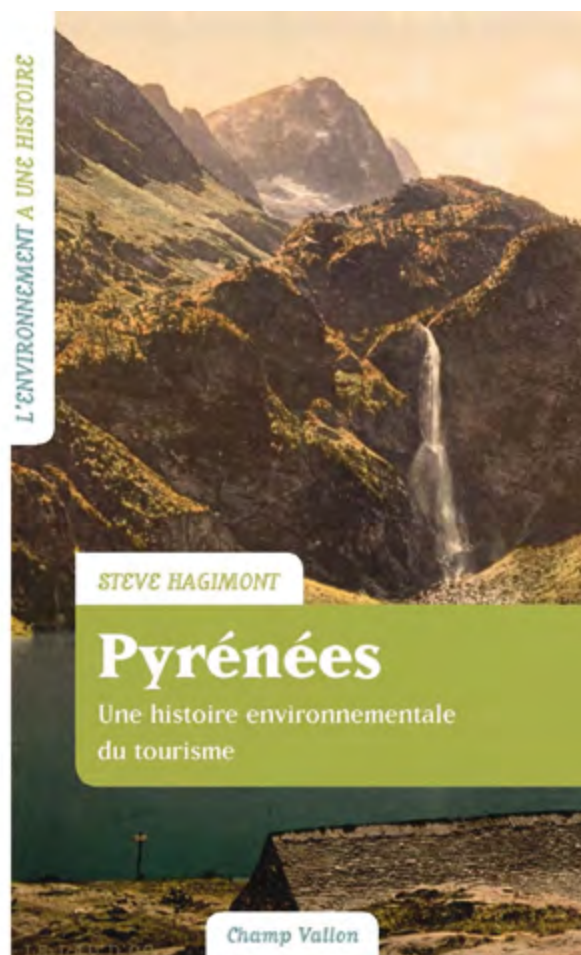
Cette somme propose une vision très originale de l'histoire du tourisme par le prisme environnemental et en se focalisant sur l'exemple du massif pyrénéen. Une triple dimension (histoire, environnement, territoire) qui explique toute la richesse du travail de Steve Hagimont, maître de conférences en histoire contemporaine à l'université de Versailles-Saint-Quentin, qui développe dans son ouvrage, *Pyrénées. Une histoire environnementale du tourisme*, une mise en perspective critique du développement touristique pyrénéen, du thermalisme aux sports d'hiver.

Partant des premières formes de l'aménagement touristique de l'environnement pyrénéen – à travers une « mise en marché » de la nature et de son « authenticité » qui remonte au XVIII<sup>e</sup> siècle –, l'historien explique que ce développement économique progressif d'un territoire montagneux aux ressources naturelles exceptionnelles (diversité de la faune et de la flore, esthétique des paysages, ampleur des panoramas, calme des lacs et vigueur des torrents, bienfaits des eaux, du climat et de la lumière...) trouve sa source dans l'éveil sensoriel et intellectuel suscité par la contemplation des premiers « touristes » issus des élites nationales et étrangères. Cette fréquentation croissante du massif pyrénéen va devenir une somme de ressources économiques que vont s'attacher à faire fructifier les promoteurs du tourisme, en étendant la marchandisation du monde aux espaces mêmes qui permettent d'y échapper.

Tout l'intérêt de la démarche intellectuelle de Steve Hagimont est en définitive d'initier, de façon très neuve, une histoire environnementale, mais aussi sociale et économique, d'un territoire touristique envisagé comme un véritable « démonstrateur » de services offerts aux touristes à partir du XIX<sup>e</sup> siècle, tel un espace pionnier du tourisme mondial. Ainsi, le tourisme – dont l'importance culturelle, économique et politique est trop souvent négligée selon l'historien –, éclaire-t-il dans l'exemple pyrénéen l'attitude ambivalente des sociétés contemporaines face à la nature, entre fascination et appropriation commerciale. Sur le temps long, la transformation en produits touristiques des eaux thermales, du « bon air de la montagne », des paysages, du vivant, de la neige et des imaginaires de l'évasion en altitude, apparaît dans ce précieux livre comme une « hétérotopie touristique », au sens foucauldien du terme.

Steve Hagimont développe son propos en l'illustrant concrètement : les casinos, le Tour de France cycliste, les soins et le « bien-être » (l'auteur parle des « montagnes prophylactiques » en évoquant les sanatoriums), l'alpinisme comme distinction sociale des élites conquérantes, la très tardive démocratisation des sports d'hiver, encore plus récemment « industrialisés » sur le versant espagnol... Partant de cette évolution du marché de « l'or blanc », l'historien finit son patient travail en s'attardant sur les soubresauts de la protection de l'environnement pyrénéen – le parc national est créé en 1967 – qui n'a pas empêché, tant s'en faut, l'exploitation de son patrimoine naturel : puissance des barrages hydroélectriques, « externalités » touristiques de l'agriculture, politiques de labellisation cherchant un « équilibre » entre développement économique et préservation des ressources naturelles...

Damien Augias



## 800 jours au ministère de l'impossible L'écologie à l'épreuve du pouvoir

Léo Cohen

*Les Petits matins, 2022, 144 pages, 15 euros*



Conseiller parlementaire de la secrétaire d'État chargée de la Biodiversité Barbara Pompili (2016-2017), puis conseiller spécial du ministre de l'Écologie François de Rugy (2018-2019), le jeune militant vert Léo Cohen s'est illustré en étant l'un des

organisateurs de la Convention citoyenne pour le climat, qui n'a pas obtenu les résultats escomptés (y compris par ses défenseurs). Aujourd'hui consultant indépendant, il a retrouvé une liberté de ton qui lui permet de revenir avec lucidité sur son expérience de 800 jours à l'hôtel de Roquelaure, siège du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires.

Récent dans l'architecture gouvernementale de l'État, ce ministère « transversal » – qui plus est à l'heure actuelle où il est question d'une planification écologique pilotée depuis Matignon – a été baptisé « ministère de l'impossible » par son premier titulaire, Robert Poujade, de 1971 à 1974. Il est vrai que, comme le rappelle l'auteur, les obstacles sont encore actuellement très nombreux en France pour mettre en œuvre une politique nationale écologique, eu égard à la culture administrative et au fonctionnement institutionnel de la V<sup>e</sup> République, qui laissent peu de place à la concertation avec les corps intermédiaires – tant le pouvoir exécutif se méfie des « contre-pouvoirs » –, si ce n'est aux lobbys industriels, tant décriés par nombre

de titulaires du portefeuille environnemental depuis longtemps (souvenons-nous de Delphine Batho en 2012-2013...).

À travers douze chapitres courts et parfaitement structurés – aussi clairs et concis que ses notes ministérielles –, Léo Cohen revient avec franchise et sans tabou sur les principales difficultés de l'écologie à l'épreuve du pouvoir national : la concurrence dans les temps politique et climatique, les effets d'annonce sans véritables moyens dédiés, l'incohérence et la non-hiérarchisation des priorités, les entraves du pouvoir bureaucratique... Nous nous retrouvons ainsi de manière passionnante au cœur de la machinerie gouvernementale, à l'heure de la crise des « gilets jaunes », des polémiques sur les tarifs de l'énergie et des décisions difficiles en matière d'interdiction des néonicotinoïdes et du projet minier de la Montagne d'Or en Guyane. Pour finir, Léo Cohen formule des propositions concrètes pour faire évoluer nos pratiques de gouvernance, en laissant plus de place à la concertation citoyenne et en proposant des solutions pour déjouer les stratégies des lobbys. *D.A.*



## L'An zéro du tourisme Penser l'avenir après la Grande Pandémie

Jean Viard et David Medioni

*L'Aube, 2022, 168 pages, 17 euros*

*L'An zéro du tourisme* – ou comment relancer un secteur économique détruit. Reprenant une formulation d'Edgar Morin sur l'Allemagne de 1945, Jean Viard et David Medioni dressent un panorama des interrogations soulevées par le tourisme post-Covid, à l'ère de la crise écologique.

Devenu consumériste et déconnecté de sa philosophie originelle, le tourisme est un outil géopolitique de pacification, socle d'une universalité qu'il serait fâcheux de désarticuler. Les enjeux : réinventer sans détruire, penser le tourisme (10 % du PIB français) comme une politique – responsabiliser les visiteurs, valoriser la culture, pour redonner au voyage son essence. Et même, habiter le monde en poésie.

Ce livre, étayé d'une pluralité d'exemples internationaux, démontre qu'un changement de paradigme de notre consommation du tourisme est urgent, mais surtout possible. *Maidier Darricau*



## Le boulevard périphérique : quel avenir ?

Ouvrage collectif

*Archicity, 2021, 432 pages, 35 euros*

Sorti il y a un an déjà, cet ouvrage pose la question du devenir d'une infrastructure totémique s'il en est, cette voie qui a desservi Paris dans tous les sens du terme, en étant à la fois son aorte et son écorce, porteuse d'imaginaire urbain et langagier.

À la suite d'une brillante introduction d'Emmanuel Briole, et d'intéressantes analyses historiques, une dizaine de concepteurs exposent leurs visions sous forme de contributions ouvertes, qui partagent toutes, à des degrés divers, un pragmatisme qui confine à la révérence. Émerge le projet-processus de David Mangin, qui conduit à son lent effacement, et le « cannibalisme » architectural de Clément Blanchet, qui propose de l'empiéter sans attendre. Mais il manque à l'évidence des propositions disruptives comme celles qui ont transformé Séoul ou Montréal. Mais nous sommes en France, n'est-ce pas ? *Julien Meyrignac*





## Le développement économique local

Jean-Luc Sauron (dir.)  
Berger-Levrault, 2021,  
300 pages, 42,65 euros

Ce manuel didactique, destiné aux praticiens du développement économique local et aux acteurs privés en lien avec les « donneurs d'ordre » territoriaux, permet de mieux comprendre les domaines couverts par l'intervention publique : innovation, développement durable, compétences des salariés, internationalisation des entreprises... Un champ complexe mêlant différents acteurs territoriaux, notamment les régions – en charge des schémas de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) depuis la loi NOTRe de 2015 – et les EPCI, en particulier les puissantes métropoles. Très structuré et bien référencé, cet ouvrage offre un panorama complet des aides et stratégies publiques à la lumière des enjeux actuels et futurs : action face à la crise sanitaire, compétitivité, emploi et compétences, développement durable, économie sociale et solidaire, économie circulaire, etc. *D. A.*



## Humaniser le béton Les origines de la politique de la ville en France (1969-1983)

Thibault Tellier  
L'Harmattan, 2022,  
454 pages, 42 euros

Partant du postulat scientifique qu'il y a un intérêt à étudier la construction politique de la ville par le champ historique – soit les conditions de vie d'un peuple urbain au sein d'un territoire spécifique – sur le temps long, l'historien Thibault Tellier analyse la mise en œuvre de la procédure « Habitat et vie sociale », qu'il qualifie de tournant majeur dans les politiques publiques d'intégration sociale. Un récit historique et politique, qui réinterroge l'héritage de grandes figures telles qu'Albin Chalandon, ministre de l'Équipement sous le gouvernement de Jacques Chaban-Delmas (1969-1972). Comment les politiques publiques ont-elles réussi à donner l'illusion d'une prouesse sociale à ces milliers de tours sorties de terre ? *Humaniser le béton* décrypte avec précision cinquante années de politique de la ville et son influence sur les prises de décisions actuelles.

*M. D.*

## Voyage au cœur de la mobilité

Thierry Mallet  
Le Cherche midi, 2022, 192 pages, 20 euros



Président depuis 2016 du groupe Transdev, opérateur international de transports terrestres (bus, tramways et trains, essentiellement) qui regroupe plus de 80 000 collaborateurs dans dix-huit pays dans le monde, Thierry Mallet s'essaye à l'exercice du livre-témoignage, en s'adressant à un large public, afin de

lui faire comprendre les enjeux des mobilités pour la transition écologique en cours. Son essai illustré *Voyage au cœur de la mobilité* constitue ainsi un plaidoyer pour les innovations en matière de mobilités, en proposant des exemples développés par son entreprise, opérateur multimodal bien connu des décideurs politiques locaux et nationaux.

À travers des chapitres courts et faciles à lire – ce qui n'est peut-être pas la pente naturelle de l'ingénieur des Ponts et Chaussées, polytechnicien et diplômé du MIT –, Thierry Mallet part d'une réflexion expliquant l'importance des transports et des mobilités dans l'urbanisme et l'aménagement des territoires, ciblant de manière classique l'usage de la voiture individuelle – ou « autosolisme » – comme étant à la fois un piège et une contrainte. Développant la révolution de la réduction des distances et des temps, par le biais de la « ville du quart d'heure », il explique les trajectoires sociales et territoriales différentes des régions connectées ou non aux grands axes et aux flux mondialisés, en ajoutant

à sa problématique l'enjeu de la réponse au changement climatique comme « course de fond » des politiques locales et nationales de mobilités.

Dans une deuxième partie plus concrète, le dirigeant de l'opérateur de transports détaille les solutions proposées par son entreprise : les innovations dans les tramways (en France comme à l'étranger), le renouveau des trains de « desserte fine du territoire » apparu en Allemagne depuis un quart de siècle et que l'ouverture à la concurrence permet, selon le PDG de Transdev, de développer (depuis la loi pour un nouveau pacte ferroviaire de 2018), sans oublier les transports publics urbains par câble (à l'exemple de Bogotá, en Colombie), les parkings-relais, le vélo (individuel ou partagé), le véhicule autonome électrique, ou encore l'hydrogène et le biogaz comme innovations prometteuses pour les bus et cars de demain... Une plongée dans la révolution actuelle des mobilités, illustrée par de nombreux exemples français ou étrangers, entre nouveaux usages, multimodalité et transition écologique. *D. A.*

**Détruire les villes avec poésie et subversion**  
**« Désurbanisme », fanzine de critique urbaine (2001-2006)**

Ouvrage collectif

*Le Monde à l'envers*, 2022, 552 pages,  
 16 euros



Intitulé très sobrement *Détruire les villes avec poésie et subversion*, ce pavé de quelque 552 pages compile l'intégrale du fanzine parisien *Désurbanisme*, en activité (disons plutôt « en liberté ») entre 2001 et 2006. Cet ovni éditorial déroule ainsi

les 21 numéros de cette publication *Do-It-Yourself* (5 numéros par an), photocopiée en son époque à quelques centaines d'exemplaires. Pendant cinq années, ces joyeux révolutionnaires ont cultivé dans leurs pages mal reliées l'ambition de « nourrir la critique de l'urbanisme, sur le front de la théorie comme celui de la pratique, en l'insérant dans une critique des rapports sociaux capitalistes ». Dans sa note introductive, l'éditeur grenoblois *Le Monde à l'envers* (dont on découvre ici le travail remarquable) précise : « Ce n'est pas LA ville que *Désurbanisme* entend détruire ; mais l'organisation capitaliste de la ville. "Détruire les villes" doit alors s'entendre comme "les dépasser". »

Dans cet ouvrage nécessairement en noir et blanc (la couleur était alors bien trop chère, donc bien trop bourgeoise), on découvre un panaché de formes d'expression variées : dessins, bandes dessinées, photos, planches contact, collages, schémas psychédélics, gribouillages... Et, surtout, des articles presque toujours entièrement rédigés à la main (le traitement de texte étant à ranger aux côtés de

la couleur). Ces œuvres punk répondent au nom de « Lettre aux villes qui s'aseptisent », « Les gratte-ciel par la racine », « Et si on vivait la ville tout-e nu-e » ou encore « Manifeste de la moisissure contre le rationalisme dans l'architecture ». Force est de constater que les sujets traités dans le fanzine il y a vingt ans sont devenus aujourd'hui centraux : démocratie locale, mobilités douces, remise en cause du règne automobile, décarbonation des logements, végétalisation, jardins collectifs, télésurveillance, métropolisation... On y est.

Outre son contenu plus sérieux sur le fond que sa forme ne le laisse croire, *Détruire les villes...* renoue avec un esprit *Charlie* ou *Hara-Kiri* de l'époque pré-PAO (publication assistée par ordinateur), avant que les blogs et les réseaux sociaux ne précipitent la pensée critique dans l'instantanéité, avec un manque cruel de recul et d'aventure collective. On ne saurait vous recommander plus chaudement cet objet très beau et très drôle qui a, de surcroît, le bon goût de ne coûter que 16 euros.

*Rodolphe Casso*

**Les Sauvages de la civilisation**  
**Regards sur la Zone d'hier à aujourd'hui**

Jérôme Beauchez

*Amsterdam*, 2022, 464 pages, 25 euros



L'histoire urbaine contemporaine est riche de travaux concernant l'haussmanisation et de plus en plus, l'histoire de la banlieue elle-même. En revanche, très rares encore sont ceux qui nous renseignent sur ce que l'on a longtemps

appelé la Zone, et qui se situe précisément entre les limites de la capitale et le commencement de la banlieue.

Pourtant, depuis les années 1840 et la décision d'interdire toute construction sur cette bande de terre, c'est tout un monde qui s'y est installé, chiffonniers, biffins, exclus de la capitale au nom de la modernité. Ce qui aura pour conséquence immédiate d'entraîner une forte réprobation morale de la part des classes sociales dirigeantes (qui les appelaient « les sauvages de la civilisation ») et que l'historien Louis Chevalier a immortalisé par la formule célèbre « *classes sociales dangereuses* ».

Le sociologue Jérôme Beauchez, spécialiste de la marginalité, donne à voir un monde qui renvoie à la définition que Karl Marx donnait du lumpenprolétariat. Grâce à de très nombreuses photos et gravures, on perçoit les contours d'un monde interlope qui persista jusqu'à la fin de la Deuxième Guerre mondiale et qui, au final, disparut sans laisser de traces. C'est en effet sur l'emplacement de la Zone que fut édifié le périphérique.

Pour rendre compte de cette histoire longtemps oubliée, l'auteur a mobilisé de nombreuses sources anciennes, judiciaires mais également journalistiques, car les habitants de la Zone ont longtemps fasciné l'imaginaire social (les Apaches), comme l'avaient souligné les travaux de Dominique Kalifa. Le cinéma – on songe ici au film de Jacques Becker, *Casque d'or* –, la chanson (Aristide Bruant et Fréhel) ont également contribué à cette légende noire.

Un dernier chapitre intitulé « Dans les restes du monde » s'applique à dresser un tableau des expressions contemporaines de la Zone, confirmant ainsi l'intérêt des sciences sociales pour la marginalité urbaine et les contre-cultures. Les blousons noirs des années 1960, tout comme les punks des années 1980, peuvent être considérés comme les héritiers des zoniers de la Belle Époque.

À l'heure de la rénovation urbaine déployée à grande échelle, on doit aussi se poser la question de la reconstitution de zones composées des exclus de cette politique publique. *Thibault Tellier*



# CINÉMA

## Boum Boum

Laurie Lassalle

JHR Films, actuellement en salles

En cet été 2022, alors que le mouvement des « gilets jaunes » semble au point mort – ou tout du moins sorti des radars de l'actualité puisque d'autres faits majeurs ont depuis occupé notre temps de cerveau disponible (Covid-19, guerre en Ukraine, élections présidentielle et législatives), un nouveau film s'empare courageusement du sujet. Cependant, le documentaire *Boum Boum*, de Laurie Lassalle, pourrait rebuter au premier abord. En effet, *Après J'veux du soleil*, de François Ruffin et Gilles Perret, *La Fracture*, de Catherine Corsini, ou *Un peuple*, d'Emmanuel Gras (lire *Urbanisme*, n° 424), avait-on encore besoin d'un énième geste cinématographique sur les « gilets jaunes » ? On était tenté de dire que non. Et pourtant...

L'ambition de Laurie Lassalle est double. Bien sûr, il y a l'observation d'un phénomène de société majeur qui se déroule sous ses yeux et l'attire comme un aimant, chaque samedi, quitte à prendre des risques. Mais, et c'est là le vrai sujet du film, il y a aussi l'histoire d'une rencontre avec un homme, au milieu du bruit et de la fureur, qu'elle va décider de suivre, jusqu'à en tomber amoureuse. *Boum boum*, c'est le son des cœurs qui battent aussi fort que celui des grenades.

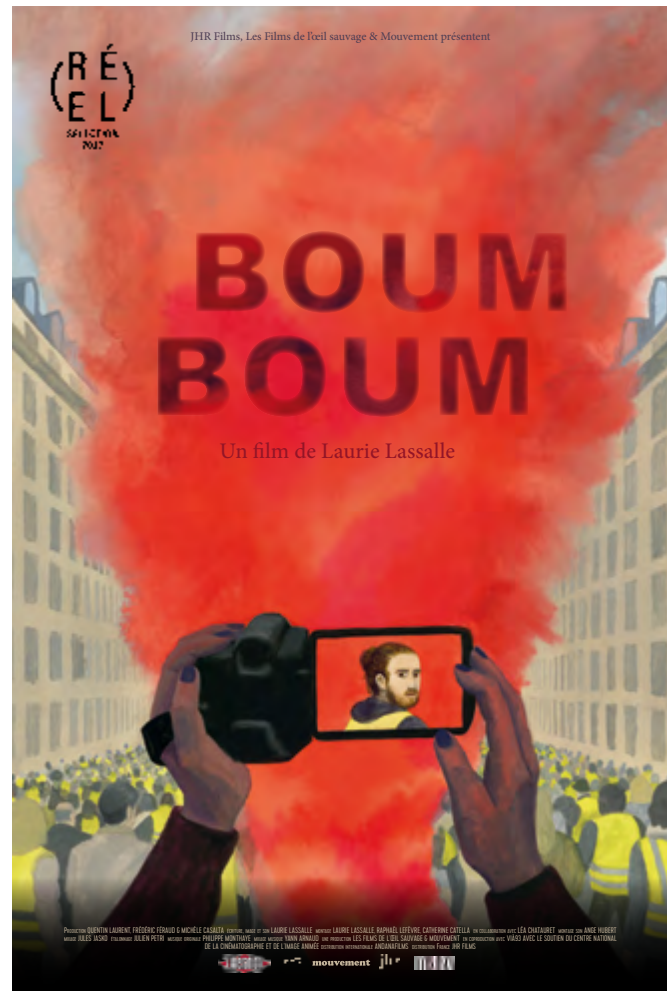
Pierrot est coiffeur. Ce jeune gaillard aux yeux doux, tatoué comme un taulard, est de toutes les manifestations, toujours en première ligne. Alors que les CRS chargent, que la foule gronde, que les explosions retentissent, une romance se noue entre lui et Laurie, sous nos yeux, comme dans ces films de guerre ou la mort qui rôle pousse les amants à s'aimer plus fort et plus vite. Laurie n'a de caméra que pour lui. Elle admire cet homme qui s'engage et prend des risques. Lui admire cette jeune cinéaste éduquée qui pourrait se contenter de tourner un film Nouvelle Vague mollasson loin de la brutalité des événements.

Ensemble, Pierrot et Laurie savent écouter les gens. Et des gens, en ces samedis furieux, il y en a plein les rues : un petit-fils de FTP (Francs-tireurs et partisans), un royaliste, un anarchiste, un marxiste, des étudiants, des grands bourgeois du 16<sup>e</sup>... Ça parle utopie, socio, philo ou économie sur le trottoir. Tous ont des choses à se dire, tous ont besoin de se comprendre, tous ne sont pas d'accord. Mais quelque chose les pousse irrésistiblement dans la rue. On retiendra les propos de ce jeune homme qui se

dit d'origine arabe : « Si un gars du FN tombe sous mes yeux, je lui tends la main pour l'aider à se relever. Bravo Macron, tu as réussi à unir l'extrême droite et l'extrême gauche ! »

Et toujours, les explosions et les jets de lacrymo rythment le film comme des figures imposées, comme des refrains. Des gens tombent, du sang coule, Pierrot lui-même est touché au tibia par un tir de flash-ball (les blessures montrées sont effrayantes). Et alors que la lutte s'essouffle et que la lassitude se fait sentir, la cohésion entre nos deux amants s'étirole, elle aussi. Une passion née au milieu des brumes irritantes et des voitures en flamme ne saurait être soluble dans la vraie vie. Mais auraient-ils été capables d'affronter une telle violence si ce n'avait été ensemble ?

Rodolphe Casso



## Les Travaux et les Jours

C. W. Winter, Anders Edström

Capricci Films, actuellement en salles



Nous devons avertir le lecteur: ce film expérimental du Californien C. W. Winter et du Suédois Anders Edström, Ours d'or du meilleur film en 2020 dans la

catégorie Encounters, ne dure pas moins de 480 minutes... soit 8 heures. Si vous êtes toujours avec nous, sachez qu'il a été divisé en trois grandes parties afin de rendre l'expérience (et c'en est bien une!) plus digeste en salle. Venons-en maintenant aux faits.

Cultivant une ambiguïté entre documentaire et fiction, *Les Travaux et les Jours* est une chronique au fil des saisons du quotidien d'une agricultrice, Tayoko Shiojiri, dans un village des montagnes de la région de Kyoto. Le film, qui ne cache pas son inclination pour la géographie, décrit dans les moindres détails la vie d'une femme et d'une famille ancrées en profondeur dans leur environnement naturel et social. « Il était [...] important pour nous que sa vie [...] soit perçue par le spectateur comme simplement une vie, n'importe quelle vie, extraordinairement et merveilleusement ordinaire », précise le coréalisateur C. W. Winter. Avec, au centre de cette existence, le travail de la terre: « L'agriculture est la condition de notre survie. C'est un socle de l'humanité qui remonte à plus de 11 000 ans. »

Toutes les activités humaines sont montrées: culture des champs, mariages, funérailles, plaisanteries dans un bar, conversations à l'heure du repas... Extraordinairement contemplatif, *Les Travaux et les Jours* présente à intervalles réguliers, entre ces tranches d'existence, de longs plans fixes permettant à nos oreilles de s'ouvrir aux sons de la nature. Le vent, les oiseaux, un chien qui aboie...

Certes, il faut disposer de beaucoup de temps pour voir ce très, très long métrage. Mais c'est justement notre rapport au temps qui est ici questionné en profondeur. Et le film de nous renvoyer à cette citation de Virgile: « La première règle en agriculture est de ne pas chercher la facilité. La terre exige des efforts. » L'art, souvent plus consommé que vécu, peut lui aussi réclamer un engagement. C. W. Winter ajoute: « Notre désir est que ce film soit une expérience cinématographique prolongée. Un film qu'on puisse habiter, d'une certaine manière, le temps d'une journée. » À vous d'oser ce voyage au royaume de la normalité, de l'anodin et de la lenteur. **R. C.**

## Broadway

Christos Massalas

Le Pacte, actuellement en salles



En plein centre d'Athènes, une salle de spectacle abandonnée répond au nom de Broadway. Loin de ressembler aux théâtres clinquants de la Grosse Pomme, ce lieu déliquéscent est squatté par une compagnie de brigands vivant chichement de menus larcins et passant le plus

clair de leur temps sur la terrasse du bâtiment dominant la métropole grecque. Le petit gang est bientôt rejoint par Nelly, une danseuse en fugue recrutée par Markos, cerveau de la bande. Celle-ci met alors au point une nouvelle arnaque en se produisant dans la rue pendant que ses complices détoussent discrètement les spectateurs.

Mais l'équilibre de la communauté est bouleversé lorsque qu'échoue à Broadway un jeune homme grièvement blessé, prénommé Jonas. Il est recherché par Maraboo, le parrain de la ville, pour être le seul à connaître son identité. Découvrant les talents de danseur de Jonas, Nelly décide de le grimer en femme et de l'appeler Barbara. Ensemble, ils vont monter un nouveau spectacle de rue pour abuser les passants, sans plus risquer que Jonas ne soit repéré par la pègre. Croient-ils...

Cinéaste de « la dégradation du cadre urbain », le grec Christos Massalas rend hommage à sa capitale, peu explorée au cinéma, et aborde en creux la place de l'artiste dans la ville. Formant une sorte de

résidence sauvage, la bande de Markos, qui n'est pas sans rappeler celle des voleurs d'Oliver Twist, se voit condamnée à la marginalité dans une cité qui se remet elle-même d'une crise nationale. Quand on sait que la culture, ce pan « non essentiel » de nos vies, est souvent le dernier secteur aidé après une crise économique (la France fait en cela figure d'exception en Europe), les acteurs du spectacle en seraient donc réduits à voler pour manger, tels des parasites parqués dans leurs théâtres lépreux.

Il faut préciser que le Broadway existe réellement. En découvrant le lieu, Massalas a décidé d'en faire « la co-star du film », à égalité avec Athènes: « Dans le film, la ville est à la fois sombre et colorée, bestiale, parfois en ruine, et parfois en cours de restauration, raconte le réalisateur [...] Ce qui rend la ville gigantesque dans mon esprit, c'est peut-être le manque de cohérence, le fait de ne jamais savoir quelle image on va rencontrer dans la prochaine ruelle, et de ne pas savoir ce qui peut vous arriver. »

**R. C.**



# EXPOS

## Faut-il voyager pour être heureux ?

Jusqu'au 29 janvier 2023  
Espace Fondation EDF  
6, rue Juliette-Récamier, 75007 Paris  
[www.fondation.edf.com](http://www.fondation.edf.com)



Née d'un commissariat collectif réunissant Nathalie Bazoche de la Fondation EDF, Alexia Fabre, ex-directrice du MAC VAL, et le sociologue Rodolphe Christin, l'exposition propose un traitement original

de la thématique du tourisme à travers les travaux de 32 artistes contemporains, français et internationaux. Leurs œuvres confrontent deux grandes conceptions du voyage. D'un côté, les vertus de l'enchantement, de la connaissance, du dialogue et du développement. De l'autre, les ravages de l'empreinte écologique et du consumérisme, tout en mettant en perspective le luxe de se déplacer pour le plaisir quand d'autres le font par survie. En creux, la manifestation entend interroger « les nouveaux imaginaires pour les voyageurs d'aujourd'hui et de demain ».

On retrouvera le photographe britannique Martin Parr, qui a consacré une partie de son œuvre à ridiculiser le tourisme de masse, de Bali à Las Vegas. De leur côté, les plasticiens Stéphane Degoutin et Gwenola Wagon réagissent à l'homogénéisation des représentations d'un pays comme la France, souvent réduites à quelques monuments, considérant que « lorsqu'une ville ou une région entière se trouve réduite

à ses monuments les plus célèbres, le lieu véritable disparaît derrière son propre symbole ». En résulte un contre-pied radical : la création de douze cartes postales où figurent des lieux ordinaires (tunnel, périphérique, abord de supermarché).

L'Américain Mike Brodie, lui, a marché sur les traces des hobos en vagabondant sur près de 80 000 km dans son propre pays. Un périple façon *Into the Wild* qui redonne à l'errance ses lettres de noblesse.

Autre geste jubilatoire, la pratique du « photobombage » par Émilie Brout et Maxime Marion, passées maîtresses dans l'art de s'incruster sur les selfies de touristes pris devant les monuments iconiques. Elles retrouveront les images sur lesquelles elles apparaissent sur les réseaux sociaux en filtrant les zones géographiques et les heures où elles étaient présentes.

À la question inaugurale, « Faut-il voyager pour être heureux ? », le visiteur ne repartira sans doute pas avec la réponse, mais plus certainement avec le sourire. **R. C.**



Cette première grande exposition sur l'art et la culture de la Nouvelle Objectivité (*Neue Sachlichkeit*) en Allemagne rassemble près de 900 œuvres et documents pour un panorama inédit en France. Associant la peinture et la photographie, mais aussi l'architecture, le design, le cinéma, le théâtre, la littérature et la musique, les huit sections de l'exposition dialoguent avec les sept catégories et groupes socioculturels créés par le photographe allemand August Sander dans son grand recueil de portraits : « Le paysan », « L'ouvrier », « La femme », « Les États », « Les artistes », « La grande ville » et « Les derniers hommes ». Ce riche aperçu de la production culturelle sous la République de Weimar (1918-1933) entre incontestablement en résonance avec une Europe contemporaine traversée par des mouvements populistes et menacée, une fois de plus, par la guerre. **R. C.**

**/Allemagne /  
Années 1920 /  
Nouvelle  
Objectivité /  
August Sander /**  
Jusqu'au 5 septembre 2022  
Place Georges-Pompidou,  
75004 Paris  
[www.centrepompidou.fr](http://www.centrepompidou.fr)



Fin avril, le premier Centre d'art urbain de Belgique, entièrement dédié au street art et aux graffitis, a ouvert ses portes.

Créé par le collectif Propaganza, cet espace situé dans le quartier plutôt huppé de Forest (commune de la région Bruxelles-Capitale) offre un large panel d'activités sur une surface de 800 m<sup>2</sup> : expositions, initiations, ateliers collectifs, murs dédiés à l'expression libre, magasin spécialisé, guinguette, dj's sets...

Au-delà de ces propositions, le collectif entend utiliser le lieu pour aider les artistes à se professionnaliser, mais aussi mobiliser le grand public à travers des initiations chaque premier samedi du mois. À noter que le Centre d'art urbain est ouvert les jeudis, vendredis et samedis. **R. C.**

## Urban Art Center

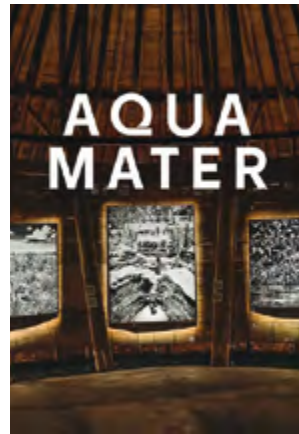
208 rue Roosendael,  
1190 Forest, Belgique  
[www.propaganza.be](http://www.propaganza.be)



**« Garonne du Comminges et des Pyrénées »**  
 Jusqu'au 25 septembre 2022  
 Parvis de la cathédrale,  
 31510 Saint-Bertrand-de-Comminges  
<https://www.les-caue-occitanie.fr/haute-garonne>

Dans le cadre de sa démarche « Autres Garonnes », le CAUE 31 invite à explorer les multiples facettes du fleuve à travers l'exposition « Garonne du Comminges et des Pyrénées » qui emmène le visiteur le long du GR 861, Via Garona et de la véloroute Trans-Garona. Composée de panneaux et de supports vidéo avec vues prises par drone, l'exposition s'enrichit par ailleurs de plusieurs dispositifs pertinents : des expositions itinérantes à disposition des acteurs locaux ; des carnets de voyage consacrés à quatre entités paysagères (Pyrénées, Comminges, Volvestre et Garonne toulousaine) ; des ateliers scolaires ; et une application smartphone en réalité augmentée proposant des parcours de visite qui relient plus de 80 stations, sur lesquelles l'utilisateur peut se rendre pour déclencher des contenus interactifs et comprendre les paysages à 360 degrés.

R. C.



### Aqua Mater

Jusqu'au 22 septembre 2022  
 Parvis de La Défense,  
 92400 Courbevoie  
<https://aquamatersebastiaoalgado.art/paris>

Il était temps de trouver un peu d'eau – élément décidément à l'honneur cet été, à travers de nombreuses expositions – sur l'un des parvis les plus minéraux de France ; celui de La Défense. Pendant six mois, un pavillon en Guadua (bambou géant d'Amazonie) imaginé par l'architecte colombien Simon Velez accueille les photographies de Sebastiao Salgado. Au cours de sa quête des peuples et des paysages premiers d'Amazonie, d'Islande ou de l'Arctique, le photographe a « côtoyé toutes les expressions de l'eau, et en a éprouvé toutes les fragilités ». Les splendides noirs et blancs de Salgado, magnifiés par de beaux jeux de lumière et la création sonore du compositeur François-Bernard Mâche, sautent littéralement aux yeux du visiteur. Mais le sentiment d'émerveillement le dispute à la crainte, face à un équilibre si précaire et toujours plus menacé. Une ode à la vie autant qu'un avertissement. R. C.

### Suivant le fleuve

Jusqu'au 18 septembre 2022  
 ≈ Musée de l'Hôtel-Dieu  
 1, rue Thiers, 78200 Mantes-la-Jolie  
[www.manteslajolie.fr](http://www.manteslajolie.fr)  
 ≈ Château et potager-fruitier de La Roche-Guyon  
 1, rue de l'Audience,  
 95780 La Roche-Guyon  
[www.chateaudelarocheguyon.fr](http://www.chateaudelarocheguyon.fr)



Proposé dans le cadre de la Biennale d'architecture et de paysage (Bap!) « Hors-les-Murs » de la Région Ile-de-France, les expositions « Suivant le fleuve » présentent

2 explorations photographiques menées de front : l'observatoire photographique des paysages de la vallée de la Seine francilien, et la collection photographique et sonore produite par la région et le CAUE 78 en lien avec la communauté urbaine Grand Paris Seine & Oise. Pour ses organisateurs, « la concordance de ces restitutions [construit] une vision globale des paysages donnant [...] à la vallée de la Seine sa pleine dimension [...] révélant les différents éclairages d'un même territoire ».

Si l'exposition « De la terre à la mer » s'est achevée le 13 juillet, deux autres se poursuivent jusqu'au 18 septembre.

La première, « Terres de Seine – Collection photographique et sonore », réalisée par Laurent Kruszyk (photographe de l'inventaire régional) et François Adam (paysagiste vidéaste du CAUE 78), est présentée dans le cabinet des estampes du musée de l'Hôtel-Dieu à Mantes-la-Jolie. Entre les boucles du fleuve, les coteaux du Vexin, au nord, et le plateau du Mantois, au sud, le duo dévoile les multiples facettes du paysage : belvédères, forêts lisières, plaines agricoles, hameaux, sites industriels...

La seconde exposition, « Un itinéraire Paris-Moisson », qui se déroule au château de La Roche-Guyon, présente pour la première fois les photographies d'Ambroise Tézenas et Jérémie Léon, pour l'observatoire photographique des paysages de la vallée de la Seine, réalisées entre 2020 et 2022. Un travail qui s'inscrit dans une méthodologie rigoureuse consistant à sélectionner des points de vue stratégiques et reductibles pour observer un territoire et mesurer dans le temps, l'évolution de ses paysages ; 111 points de vue ont été retenus, dont 40 donneront lieu à de nouvelles prises de vues à intervalles réguliers.

L'exposition s'articule en deux temps. Le premier acte se déroule dans les communs du château, avec le *making-of* de cette expérience, et le second dans le potager-fruitier du château, avec une vingtaine d'images présentées en très grand format, au plus près de la Seine ; la scénographie jouant de la mise en abyme entre les paysages photographiés et le paysage réel pour inciter le visiteur à faire son propre cadrage. R. C.



# « LA RUINE DEVIENDRA UN OBJET HONTEUX »



Propos recueillis par *Rodolphe Casso*



**Dans son nouvel essai *Obsolésence des ruines*, paru aux éditions Inculte, le philosophe Bruce Bégout interroge l'avenir de cet objet de fascination culturelle et touristique qui attire toujours autant. Mais sa « production » pourrait s'achever avec notre civilisation de l'architecture jetable, qui ne génère désormais plus que gravats et débris.**

**Dans *Obsolésence des ruines*, vous affirmez que notre époque porte un intérêt grandissant aux bâtiments à l'abandon. Comment le constatez-vous ?**

Principalement en raison de deux facteurs. Tout d'abord une crise civilisationnelle. Notre modèle de production rencontre le mur du réchauffement climatique dont, visiblement, certains n'ont toujours pas pris la mesure. Il va falloir changer, et rapidement, la manière dont nous produisons, et l'idée même de productivisme. Le deuxième aspect, c'est l'intérêt presque délirant que l'époque accorde aux ruines, aux ruines industrielles, à l'idée de ruine totale, à cette fascination à la fois esthétique et mélancolique pour l'espace détruit. Sans doute parce que notre époque détruit énormément – et sûrement que ce qui va remplacer la ruine en train de disparaître sous nos yeux comme ruine sera le chantier, l'espace de construction/destruction infiniment reproductible. Toutefois, ce n'est pas la ruine en tant que telle qui est l'objet du livre, mais son impossibilité à venir.

**Vous cernez trois « âges de la ruine ». Quels sont-ils ?**

Il y a d'abord les ruines anciennes, dans lesquelles peuvent être intégrées les ruines gréco-romaines, égyptiennes, incas, khmères, celles de la chrétienté, etc. Ensuite, il y a la ruine moderne, c'est-à-dire tous les bâtiments de la modernité industrielle, qui ont été abandonnés en raison de la désindustrialisation de l'Occident depuis cinquante ans – c'est là l'objet exclusif de l'urbex contemporain. Et puis, il y a un troisième âge, dont je fais l'hypothèse, c'est celui de la disparition des ruines, du *junk-space*, de l'espace poubelle, de l'architecture jetable. Comme il n'y a plus, globalement, de production de monumentalité, il n'y aura plus de production de ruines. Les nouveaux bâtiments conçus parfois pour dix ans seulement, en raison d'avantages fiscaux et de projets à court terme d'investissement, n'auront plus

le temps de faire des ruines, ils se déliteront trop vite. Il y a certes encore des monuments, mais ils sont construits soit par l'État, soit par des grands groupes capitalistes qui font dans l'ostentation et la communication. Là, on est encore dans l'érection : on montre sa puissance, ses muscles, son rayonnement. Mais nous pouvons supposer que même nos constructions les plus robustes, magistrales, monumentales feront de toute manière pâle figure à côté des pyramides ou des temples gréco-romains.

**La ruine, objet de fascination pour les masses touristiques mondialisées, présente de nombreux atouts, à la fois pour ceux qui vont la visiter (enrichissement culturel) et pour ceux qui l'exploitent (enrichissement pécuniaire). Surtout, la ruine a l'avantage d'être déjà-là. Aucune infrastructure lourde n'est à construire, il suffit d'organiser les modalités de la visite. Est-ce l'objet touristique idéal ?**

Oui, et c'est une longue histoire. Au XVIII<sup>e</sup> siècle commence à naître un tourisme des ruines, d'abord lié à l'intérêt pictural. On a vu des tableaux, puis des photos au XIX<sup>e</sup> siècle, et on va alors vérifier sur place leur adéquation à l'image. Le tourisme des ruines est d'abord alimenté par une production iconique. Il y a derrière un intérêt esthétique, mais aussi culturel et historique ; une réflexion sur les sociétés passées, sur leur devenir, sur leur disparition, et sur notre propre destin. Le XVIII<sup>e</sup> siècle est d'ailleurs le grand siècle d'une transition culturelle entre la fin de la pensée aristocratique, de la gloire éternelle, et la naissance de la pensée bourgeoise, du productivisme industriel, et donc du passage et de l'éphémère. Si la bourgeoisie ne peut pas alors se convertir entièrement au flux et à la volatilisation, elle compense ce désir réfréné par le goût ancien du monumental. Avec des événements comme les expositions universelles, par exemple, elle montre qu'elle est là pour longtemps, qu'elle sculpte le futur.

Aujourd'hui, nous avons atteint un tel niveau de dématérialisation de la culture matérielle que la ruine fascine d'autant plus ; elle déroge à l'esprit de l'époque, à notre univers de la « jetabilité », de la consommation. Mais avant la disparition complète des ruines, il y aura une phase intermédiaire qui sera le tourisme de la disparition : les îles qui vont être englouties par la montée des eaux, les écosystèmes qui vont changer à cause du réchauffement climatique, le dernier glacier en train de fondre... C'est là un tourisme de l'instant du basculement, de l'ultime vestige. Le tourisme des ruines, des dernières ruines, serait alors un sous-genre de ce tourisme noir, le *dark tourism* [qui consiste à visiter un lieu frappé d'une catastrophe récente, NDLR].

Après, n'oublions pas que les ruines anciennes elles-mêmes peuvent aussi disparaître de façon « prématurée », et pour de nombreuses raisons. Les Talibans ont bien détruit des Bouddhas vieux de milliers d'années à Bamiyan, en Afghanistan. Et il y a les activités naturelles, sismiques, climatiques, qui dégradent les ruines et contre lesquelles nous intervenons pour limiter les dégradations. Je n'ai pas visité de temples grecs qui ne soient munis d'armatures en fer pour éviter leur effondrement et préserver l'activité touristique autour de ces monuments. Si les visiteurs arrivaient pour constater que les colonnes étaient toutes par terre, ils seraient déçus et le site serait moins spectaculaire...

**Vous évoquez le projet urbanistique d'Adolf Hitler et de son architecte Albert Speer, qui entendait faire de Berlin une ville dont on admirerait encore les ruines dans 1 000 ans, sur le modèle de Rome.**

### **Mais pour cela, il fallait renouer avec les matériaux anciens, car durables...**

Albert Speer, dans cette optique d'un Reich de 1 000 ans et de son architecture qui produirait de belles ruines, a choisi de réutiliser l'aspect formel gréco-romain, mais aussi des matériaux qui vont résister au temps, comme la pierre. C'est bien qu'il voyait qu'avec l'architecture moderne on ne pouvait pas produire de belles ruines. Pour cela, il fallait s'inspirer de l'Antiquité. C'est que, de nos jours, la volonté même de s'inscrire dans le temps est remise en cause par les supports qu'on utilise. Avec le béton, qui était pensé comme une sorte de pierre artificielle devant réincarner la durabilité, on s'est aperçu assez rapidement qu'il y avait des problèmes de corrosion et de dégradation. Si la société de consommation fait dans le liquide, le flux, la circulation, il y a encore un fantasme minéral, qui résiste à l'éphémère. Au Japon, les temples anciens sont construits en bois, matière moins pérenne que la pierre. Le rapport au matériau et au bâtiment est alors complètement différent. Les temples, qui atteignent leur date de péremption, sont alors entièrement reconstitués, et l'on organise pour cela des cérémonies.

**Quand on pense « ruines », on pense « pierre ». Quand on pense « gravats » ou « débris », on pense « béton ». Ce qui nous amène au *junkspace* de Rem Koolhaas, dont vous parlez longuement dans le livre. Vous soulevez cependant une ambiguïté à son sujet...**

Tous les textes qu'il consacre à ce type d'espaces utilisent un vocabulaire très virulent, très critique. Il se place tout d'abord

*Usine abandonnée. Photo: Degrootelulu/CC-BY-SA-4.0*





dans une attitude de détestation totale. Il appelle cela le *dirty realism* et affirme qu'il ne faut pas se voiler la face, qu'il faut tenir compte de cette architecture laide, pauvre, grossière. Mais, comme chez tous les réalistes, on passe bien souvent de l'acceptation à l'approbation, jusqu'à considérer qu'il n'y a plus d'autres possibilités que cette réalité-là. On en arrive à se dire que, finalement, ce n'est pas si mal, que cela dit quelque chose de nous... et, à la fin, le *junkspace* honni devient une valeur en soi... Le vocabulaire haineux du départ masque un amour presque total.

### **La préoccupation de l'époque n'est pas tant la durée de vie d'un bâtiment que son impact sur l'environnement...**

Cela traduit quand même un intérêt pour la durée – mais la durée de la fonction. Le bâtiment écologique va être réaménagé, recyclé, réadapté pour éviter le gaspillage, l'expansion urbaine et l'artificialisation des sols. Mais ce geste, si essentiel soit-il, risque de ne plus produire de ruines, car on n'acceptera pas qu'un bâtiment soit abandonné, que l'on gaspille de la place et des matériaux. Ce n'est pas pour rien que Lacaton & Vassal ont eu le prix Pritzker en 2021. Ils sont les grands penseurs de cette nécessaire réarchitecture. Il existe tant de bâtiments vides ou abandonnés. Plutôt que de construire ailleurs et de nouveau, recyclons le « déjà-là », l'existant, en essayant de le réaménager en fonction des nouvelles normes, des nouveaux désirs des habitants. C'est tout à fait légitime, mais ça ne produira plus de ruines. La ruine deviendra un objet honteux. Ainsi le capitalisme productiviste et le souci de l'éco-urbanisme, si éloignés soient-ils dans leur fin et dans leurs moyens, se rejoignent au moins sur un point : l'impossibilité de laisser une chance à la ruine.

### **À cela s'ajoute la volonté de cesser l'étalement urbain pour densifier les centres-villes...**

La redensification fait que toutes les ruines urbaines, les terrains vagues, les friches, les *no man's land*, etc., vont peu à peu disparaître. Par exemple, dans ma ville, à Bordeaux, il y avait trois grandes zones autour de la ville historique : le quartier Belcier derrière la gare, les Bassins à Flot vers Bacalan, et toute une partie abandonnée de la rive droite dite Bastide-Brazza. Avec le projet de métropolisation et de densification, tout cela est quasiment occupé par des projets immobiliers – qui ne sont pas toujours des gestes architecturaux très intéressants. Quand j'étais adolescent, j'allais errer, rêver dans ces terrains vagues. Aujourd'hui, il n'y en a plus. Plus de vides, plus de ruines, plus de friches, mais des immenses chantiers ou des quartiers flambant neufs. Une saturation de l'espace et de l'horizon.

### **Ce qui nous amène au phénomène grandissant de l'urbex. Mais quelle différence entre ceux qui visitent des ruines urbaines et ceux qui visitent le Parthénon ou le Colisée ?**

Première différence : c'est l'interdit. Les aspects d'intrusion et d'illégalité ne jouent pas pour peu dans l'excitation de l'exploration urbaine. Deuxième différence : l'aspect sportif. C'est dangereux, il faut se faufiler, grimper, sauter, etc. Cette dimension athlétique est souvent mise en avant. Dans l'autre cas, on ne pourra pas escalader le Parthénon ou le Machu Picchu sans être très vite ramené à la raison par les gardiens. Troisième différence :

l'urbex, c'est encore nous, c'est encore notre civilisation, contrairement au Parthénon. On peut retrouver des objets, des textes, des traces de gens qu'on a peut-être connus, ou qui partagent en tout cas notre univers.

### **Ces ruines modernes sont des lieux qui ont vu naître de nombreuses expressions artistiques, notamment le street art. Vous évoquez aussi dans votre livre ce groupe allemand de musique industrielle, Einstürzende Neubauten (« effondrement des bâtiments nouveaux »), qui s'est fabriqué des instruments avec des objets de récupération trouvés dans les terrains vagues de Berlin. En cessant la production des ruines, va-t-on voir disparaître un pan de la création artistique urbaine ?**

Oui, sans doute. Et c'est pour cela que je fais l'hypothèse que le XXI<sup>e</sup> siècle sera campagnard, rural, agraire, car les espaces de liberté, de rencontre et de diversité sociale ne seront plus du tout présents dans des villes asphyxiées par la gentrification et l'uniformité de la représentation sociale. Les villes vont devenir des lieux relativement invivables. Pour en revenir à Einstürzende Neubauten, ils ont compris, dès la fin des années 1970, que les constructions berlinoises d'après-guerre se dégradaient à vue d'œil. Et que le neuf vieillissait plus mal et plus vite que l'ancien.

### **Vous avez écrit sur les parcs d'attractions, les aéroports, les motels, Las Vegas... Que vous inspire l'industrie du tourisme aujourd'hui ?**

Je n'ai pas l'impression qu'il y ait vraiment de changements profonds depuis la crise du Covid. Sauf, peut-être, sur les questions des déplacements aériens et de l'empreinte carbone que cela représente. On voit certaines personnes modifier leurs habitudes dans ce sens. Cependant, lorsque j'écrivais mon livre sur les aéroports<sup>1</sup>, un dirigeant d'Aéroports de Paris (ADP) m'expliquait que 88 % de la population mondiale n'avait encore jamais pris l'avion et que le développement des aéroports – et donc du tourisme – avait encore de beaux jours devant lui. C'est un problème majeur dans la transition écologique. La bourgeoisie occidentale qui a joui de tout cela, et qui en jouit encore et massivement, peut-elle déceint dire à celle des pays émergents que ce n'est plus possible, qu'il faut se convertir à la sobriété ?

Par ailleurs, ce qui m'a toujours amusé, c'est la distinction assez artificielle entre le touriste et le voyageur. À quelques exceptions près, nous sommes tous des touristes. Ce n'est pas parce que l'on reste trois ou six mois dans une zone que l'on n'est pas un touriste. L'idée qu'il y aurait le touriste de masse, d'un côté, et le voyageur authentique, de l'autre, me semble simpliste. Il y a des échelles beaucoup plus subtiles que cette grande opposition, des grades et des niveaux intermédiaires. Quant à l'idée du voyage comme transformation de soi, j'y crois de moins en moins. On transporte avec soi ses soucis mais aussi ses préjugés, de sorte que l'expérience exotique telle que l'a pensée Segalen m'apparaît largement compromise. En outre, comme l'a bien compris Jean Rolin, il suffit peut-être d'aller simplement à Maisons-Alfort pour de nouvelles rencontres avec l'altérité. ■

<sup>1</sup>/En escale : Chroniques aéroportuaires, *Philosophie magazine* éditeur, 2019.



FLAP PRÉSENTE

Depuis **20** ans le Crédit Mutuel donne le **LA**



# CABARET VERT

17 • 18 • 19 • 20 • 21 AOÛT 2022

MUSIC FESTIVAL - CHARLEVILLE-MÉZIÈRES - ARDENNE

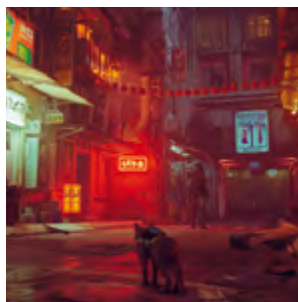
**SLIPKNOT • STROMAE • LIAM GALLAGHER • ORELSAN • PIXIES  
H.E.R. • MADNESS • LAYLOW • VÉRONIQUE SANSON • SCH • VITALIC  
VALD • MARC REBILLET • PARCELS • CENTRAL CEE • LITTLE SIMZ  
EDDY DE PRETTO • AURORA • GAËTAN ROUSSEL • CLUTCH  
WOLF ALICE • FONTAINES D.C. • GABRIELS • WET LEG  
AND MORE...**

[WWW.CABARETVERT.COM](http://WWW.CABARETVERT.COM)





# JEUX VIDEO | MUSIQUE



Voir le monde à travers les yeux d'un chat, c'est l'expérience que propose *Stray* en entraînant le joueur dans les arcanes d'une extraordinaire ville cyberpunk. Entre jeu d'aventure, de plateforme et d'énigmes, le félin dispose d'un terrain plus grand que nature – les interactions avec l'environnement sont nombreuses et jouissives – pour mener son étrange quête le temps d'une nuit. Que ce soit en parcourant les décors de haut en bas, en se défendant contre des menaces imprévues – tels des rongeurs déboulant en bande organisée –, ou en résolvant les mystères de cette cité en décomposition peuplée de droïdes neurasthéniques, on est immédiatement saisi par la qualité de l'animation et le souci du moindre détail. Ce jeu envoûtant, angoissant et poétique signé par le petit studio montpelliérain BlueTwelve, est un vrai coup de génie. *R. C.*

## Stray

*Annapurna Interactive*  
Disponible sur PS4, PS5  
et PC



Référence du *Survival horror* post-apocalyptique, largement inspiré de l'univers du roman *La Route*, de Cormac McCarthy, le premier épisode de *The Last of Us* (sorti à l'origine en 2013 sur PS3), va connaître un portage sur PS5 à la rentrée. Commercialisé sous le titre *The Last of Us – Part I*, ce *remake* proposera une refonte en profondeur du titre, avec des graphismes retravaillés, une ambiance sonore améliorée et un *gameplay* modernisé. On retrouvera donc les héros Joel et Ellie dans leur lutte pour survivre au sein de décors urbains dévastés, alors que le monde a été ravagé par une mystérieuse pandémie. S'armer, explorer, s'alimenter, tuer..., voilà le programme de ce périple impietoyable à déconseiller aux âmes sensibles (*The Last of Us* est réputé pour sa violence graphique). À noter qu'une série adaptée du jeu et produite pour HBO devrait être diffusée en 2023. *R. C.*

## The Last of Us – Part I

*Sony Interactive Entertainment*  
Disponible le 2 septembre  
sur PS5

**urba**  
territoires / villes / sociétés / cultures  
**nisme**

Ne manquez plus un numéro

Abonnez-vous

— **Formule papier + numérique**

**110 € / an**

(55 € pour les étudiants)

**8 numéros par an  
et des suppléments**

(6 bimestriels et 2 hors-séries)

— **Formule numérique**

**89 € / an**

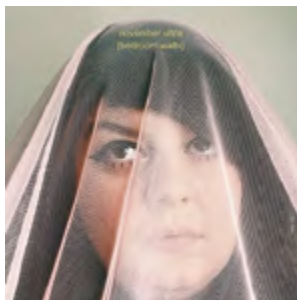
(47 € pour les étudiants)

La revue qui éclaire le futur  
des villes et des territoires



Pour vous abonner, commander un numéro, s'inscrire à notre newsletter : [www.urbanisme.fr](http://www.urbanisme.fr)

Pour nous contacter : [urbanisme@urbanisme.fr](mailto:urbanisme@urbanisme.fr) / Tél. : 01 45 45 45 00

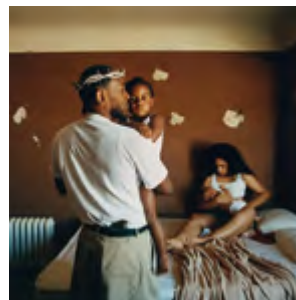


Il y a des œuvres et des artistes qui entrent dans votre intime sur la pointe des pieds, sans vraiment prévenir, avec la grande délicatesse de celle ou celui qui mourrait de ne pas être écouté-e, mais qui ne veut pas s'imposer. November Ultra, c'est un timbre à la fois grave et fredonnant qui s'installe en anglais, français et espagnol, sur des mélodies de R'n'B déconstruit, ponctuées de *samples* éthérés – bribes de conversations et bruits familiers – à la manière de l'immense Frank Ocean. Ce sont des échappées presque lyriques qui plongent dans les profondeurs explorées par Flotation Toy Warning, pour s'envoler en pépievements magnifiques qui rappellent le précieux Ramona Cordova.

Et peu à peu, elle redécore tendrement votre intérieur à la façon des murs de sa chambre, en s'excusant : « Soft and tender, ça veut dire doux et tendre, mais c'est moins joli en français. » *J. M.*

## Bedroom Walls

November Ultra  
Virgin Records



Pour la postérité, Kendrick Lamar restera l'alchimiste de la synthèse parfaite de la *great black music*. Avec le manifeste *To pimp a butterfly*, sorti en 2015 et 11 fois nommé aux Grammy Awards, et accompagné d'immenses musiciens – comme le bassiste Thundercat – il a établi les liens du sang entre jazz, soul, rock'n'roll, rap et R'n'B.

Rassemblant bien des chapelles, il s'est livré avec son album suivant *Damn* (2017) à un exercice plus convenu d'œcuménisme, invitant notamment Rihanna et U2.

Cinq interminables années plus tard, Lamar revient avec un nouvel album et le résultat est impressionnant.

Hybridant des boucles de piano élégiaques à des rythmes *old school*, il pose son *flow* inimitable pour nous raconter ses limites et imperfections. À force d'introspection, il devient parfois le rap lui-même. *J. M.*

## Mr. Morale & the Big Steppers

Kendrick Lamar  
Top Dawg



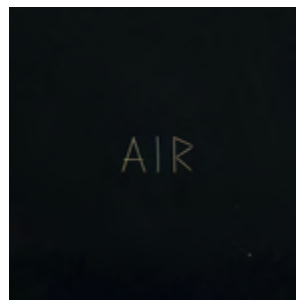
Les Américains nous font régulièrement le coup depuis les années 1980. Sortir un groupe ou un *performer* qui puise allègrement dans un répertoire fantasmagique hybridant la surf music et le garage rock. Quinze ans après les extraordinaires Girls de Christopher Owens et le grand Jeremy Jay, la réplique ne vient pas de Californie mais de Chicago, cet autre berceau musical.

Trio faussement naïf et enjoué, Emily, Jason et Eric nous adressent leur solde de tout compte (« *memories were good, now they're gone* »), accompagné de guitares tantôt aigrettes, tantôt *fuzz* sur une rythmique binaire et des harmonies vocales sous amphétamines.

Parfois, on croit entendre The Jesus and Mary Chain avec la basse de New Order, tandis qu'au crépuscule, le carrosse Dehd roule vers nulle part, sur une autoroute déserte. *J. M.*

## Blue Skies

Dehd  
Fat Possum Records



Le collectif britannique Sault n'en finit plus de nous surprendre. Après avoir fait irruption en 2019 avec un trip hop tribal à la fois daté, intrigant et finalement addictif, puis avoir sorti en 2021 un album (*Nine*) qui n'aura été disponible que 99 jours, avant de purement disparaître tel qu'annoncé, Sault publie un album de musique contemporaine, philharmonique et chorale, empruntant (beaucoup) à György Ligeti et (un peu) aux ouvertures de certains morceaux de Kamasi Washington.

Passée la surprise des premières secondes, difficile de ne pas être littéralement happé par le souffle épique de ces compositions de haute tenue, qui se succèdent pour inventer la bande originale d'un grand film qui reste à réaliser. On pense à Stanley Kubrick, évidemment, à Terrence Malick, ou à Denis Villeneuve, à des territoires immenses et des sentiments exaltés. Sublime. *J. M.*

## Air

Sault  
Forever Living Originals



# VILLE DE FICTION

## Le tourisme demain au prisme des imaginaires

Nicolas Minvielle et Olivier Wathelet

**La Corse transformée en parc d'attractions, des randonneurs ultra-connectés, des explorations virtuelles, des planètes à visiter..., la science-fiction ne manque pas d'imagination pour nous emmener en voyage hors du tangible et des réalités technologiques.**

**Le tourisme est une pratique suspecte. Suspecte de rendre possible toutes les exagérations, suspecte de jeter un voile sur l'authenticité des rapports humains, suspecte enfin de générer des aménagements urbanistiques aux limites de l'acceptable au bénéfice d'usagers temporaires et rémunérateurs. Entre le plaisir du visiteur et les conséquences profondément néfastes pour les visités, il n'y a parfois qu'un pas dont les imaginaires se font volontiers les témoins.**

Assumant pleinement son parti pris outrancier et joyeux, la bande dessinée *Agughia*, de Hugues Micol (Dargaud, 2021), raconte une Corse d'un futur proche, complètement transformée en parc d'attractions. Des promoteurs immobiliers sans scrupule imaginent son transfert complet à destination d'un centre de loisir spatial, afin de monnayer le bénéfice de ses charmes à la destination exclusive d'une clientèle fortunée. Pour y parvenir, il est projeté de découper l'île, littéralement, afin de la transporter ailleurs.

Ce futur proche démontre à gros traits, chargé d'humour, les effets calamiteux de l'urbanisme touristique à outrance : superposition des espaces pour maximaliser l'accès aux vues (un système de passerelles sur les flancs de collines pour créer des sites de camping sur des surfaces verticales, nécessairement face à la mer) et au soleil (un incroyable morceau de plage tournant permettant d'avoir ses 5 minutes de soleil à la suite) ; une esthétique de Luna Park assumée jusqu'au milieu des villages « traditionnels » ; des îlots artificiels pour profiter des plaisirs de la mer au-delà des côtes..., mais aussi une nature préservée, cachée par d'interminables murs, au prétexte de constituer un territoire réservé aux nantis susmentionnés. Nantis qui ont, bien évidemment, décidé de s'extraire de la Terre et de vivre sur des unités urbaines dégagées des contingences de la société (station spatiale, navire de plaisance démesuré). Burslesque et baroque, cette bande dessinée enchaîne les clichés pour le plus grand plaisir du lecteur d'un futur où le tourisme de masse a produit ses pires effets sur le monde.

Le tourisme est une pratique évidemment multiple, couvrant un champ étendu de pratiques depuis la plus profonde quiétude jusqu'aux palpitations les plus extrêmes de l'aventurier. Toutes ont pourtant en commun de prendre appui sur une invention multiséculaire, la carte. Et c'est bien l'un des tropes dominants de la science-fiction que de permettre une expérience analogue à celle qu'ont dû vivre les explorateurs, il y a quelques siècles, dotés d'outils pourtant bien différents. Ainsi les drones utilisés par l'équipe d'explorateurs du film de Ridley Scott, *Prometheus* (2012), viennent scanner les entrailles d'une grotte, la faisant apparaître à distance et de manière sécurisée au sein du vaisseau spatial qui les a amenés sur cette planète.

### L'enjeu de la cartographie

À l'échelle de toute une planète, ce sont les cartes, également, qui vont permettre de saisir les transformations en cours, telles celles de *La Trilogie de Mars* (1992-1999), de Kim Stanley Robinson, qui présentent les évolutions de sa terraformation. Au niveau interplanétaire, ensuite, avec les diagrammes du canadien Peter Watts, dans son roman *Vision aveugle* (Tor Books, 2006), disponibles en ligne sur son site, permettent de suivre l'aventure spatiale du récit. L'enjeu de la cartographie est ainsi une clé dans la capacité d'explorer et de raconter l'exploration, au point même de servir de trame narrative en tant que telle. La notion de *Fog of War* est ainsi régulièrement implémentée dans les jeux vidéo de stratégie, où il faut explorer des cases afin de pouvoir découvrir ce qui s'y passe, constituant un des ressorts ludiques de ces aventures. À l'inverse, la connaissance minutieuse et « à la demande » d'un environnement (aussi accessible qu'une requête à son assistant vocal préféré) convoque une expérience médiocre et de faible valeur. Le court récit *E-Balade*, de Merwan et Sandrine Bonini, paru dans le premier numéro du nouveau *Métal hurlant* (2021), explore ce principe avec humour. Deux randonneurs ultra-connectés y traversent la forêt de Rambouillet, en créant une illusion de monde sauvage autour d'eux, tout en s'appuyant sur des drones livreurs de nourriture et de faux arbres chargeurs de batterie. Face à une parfaite connaissance de l'environnement,



«E-Balade»,  
dessin de Merwan;  
scénario de Merwan  
et Sandrine Bonini.  
© «Métal hurlant», 2021

le simulacre semble de mise... et l'aventure devient une série de choix ordinaires, quotidiens.

### Du virtuel au réel, l'inverse, ou les deux ?

Le virtuel sous toutes ses formes (réalité augmentée, réalité virtuelle ou plus simplement réseaux informatiques) permet de profondément réinventer le tourisme. Tout d'abord, de manière assez littérale, en offrant à des joueurs la possibilité d'aller explorer de véritables villes au travers de leur « jumeau » numérique. Un collectif intitulé 8-Bit Bastards s'est ainsi fait un petit nom en proposant d'explorer « en ligne droite » la ville de Los Santos au sein d'une franchise de jeu vidéo GTA. Cette « flânerie » dans une copie réinterprétée de Los Angeles est, en fait, une forme assez radicale d'exploration. On en retrouve l'esprit dans les déambulations infinies au cœur du jeu vidéo *Minecraft* (2011), qui offre une expérience inédite d'un territoire virtuel. Au-delà des détournements et du plaisir, ou de la curiosité suscités par ces pratiques extrêmes qui testent les limites des systèmes, il existe de plus rares propositions élaborées autour d'une déambulation « gratuite ». Ce sont les superbes *Journey* ou *Flowers*, des jeux vidéo uniquement produits pour le plaisir de se déplacer et de découvrir comment le faire. À se demander si ce point de vue sur la mobilité existe en réalité hors de ces explorations ludiques, tant il est difficile d'identifier une pratique qui échappe à un objectif de déplacement, d'efforts ou encore de « rapprochement à la nature ».

Autre possibilité offerte par le virtuel et impossible dans la réalité : la notion d'explorations infinies et de manière quasi littérale. Le jeu vidéo multiplateforme *No Man's Sky* (Hello Games, 2016) offre, grâce à un ingénieux procédé génératif, l'accès potentiel à 18 quintillards de planètes à explorer (2<sup>64</sup>), ce qui est somme toute vertigineux. Pour autant, le fait que ces mondes soient « à vivre » induit comme conséquence inattendue une forme de nouveau confinement, au regard des pratiques se déroulant hors du cadre du jeu.

La bande dessinée *Bolchoi Arena* (Delcourt, 2018-2022), de Boulet et Aseyn, est intéressante à ce titre, car elle illustre un cas d'intrication de ce tourisme virtuel avec le réel, sous l'angle social et économique. Le sublime territoire virtuel offert comme terrain

de jeu dans la BD devient rapidement un espace de tensions. La quête d'appropriation des meilleurs territoires génère d'intenses spéculations sur la maîtrise des lieux virtuels à plus forte valeur. Ce mécanisme est bien réel et dépasse largement la science-fiction. Il a été documenté à partir du monde virtuel de *Second Life*, qui est devenu un ensemble d'îles, car la proximité de la mer était recherchée – il faut ici lire la superbe ethnographie de Tom Boellstorff dans *Coming of Age in Second Life* (2015) –, mais aussi où on a constaté des effets de verticalisation radicaux (chercher la vue) et des contestations (opposition de citoyens à l'implantation de *flagship store* d'entreprises). Ce tourisme virtuel n'est donc pas un territoire vierge ou accessible à tous, mais un territoire d'un type inédit dont la plasticité génère des formes de spéculations et de contestations en certains points seulement similaires à celles connues au sein des villes actuelles.

### La qualité de la transaction entre visiteurs et visités

Lorsque la Red Team des armées françaises (qui réunit des auteurs de science-fiction pour imaginer les guerres de demain) propose une vision dystopique de l'avenir au sein de laquelle les citoyens choisissent littéralement leurs sensations, l'expérience d'un Paris « sans pollution visuelle » devient une option au choix parmi différents titres d'applications payantes. Un monde « sans » qui est, en réalité, le résultat d'un filtre « rétro ». Il en va de même du tourisme : un effort conséquent pour concevoir ou accéder à une expérience ordinaire, qui présente tous les attributs sans en assumer le coût.

La science-fiction nous donne ainsi à voir des pratiques touristiques diverses dans leurs objectifs et leurs formes, s'affranchissant des réalités technologiques de notre monde ou de sa réalité tangible. Pour autant, ces réflexions, aussi intéressantes soient-elles, n'ont – à notre connaissance – pas encore vraiment interrogé le renouvellement des rôles existants entre « visiteurs » et « visités », offrant un contrepoint à celui d'une juste mise à distance, effort rémunéré et contributeur d'expériences relaxantes pour ceux qui la vivent. De ce point de vue, il existe certainement encore de nombreuses choses à faire, afin de créer des répertoires d'interaction qui soient réellement mutuellement enrichissants. ■■■



# VOUS ÊTES BIEN URBAINE...

**Hélène Dang Vu, maître de conférences en urbanisme  
à l'université Gustave-Eiffel (École d'urbanisme de Paris – Lab'Urba)**



Photo: D. R.

**Quelle profession rêviez-vous d'exercer quand vous étiez enfant ?** Je voulais être « à la fois » poète, peintre et écrivain ! Ça m'a tenu un peu et puis j'ai découvert les sciences sociales, et j'ai rangé mes pinceaux et mes ambitions lyriques. Cela dit, j'aime toujours bien gribouiller sur mes carnets. Mais on est loin de l'atelier de peinture que je rêvais d'avoir enfant ! **À quel moment avez-vous compris que vous seriez « urbaniste » ?** J'ai d'abord compris que j'étais une citadine. Adolescente, je voulais être dans l'agitation des grandes villes. Et puis j'ai découvert les études d'urbanisme à Nanterre, la recherche pendant ma maîtrise à Bologne (Italie). C'était génial ! J'ai su alors que je voulais faire de la recherche en urbanisme. **Quelle est la part la plus intime de vous-même que vous investissez dans votre pratique ?** Je vis mon métier comme un double engagement. D'abord, parce qu'à mon sens, la recherche en urbanisme se doit d'accompagner l'action et tous ceux qui s'engagent dans ce champ. Elle ne doit pas être totalement utilitariste, mais je ne la conçois pas déconnectée de la production urbaine. Mais aussi parce qu'en tant qu'enseignante, je participe à la formation de futurs professionnels et citoyens urbanistes. Les sujets qu'ils vont aborder sont loin d'être anodins : il est ici question de modèles de ville et de société, d'environnement et, finalement, du quotidien de tout un chacun et des générations à venir ! Par voie de conséquence, c'est aussi de notre responsabilité d'essayer de former des professionnels responsables, engagés, éthiques, réflexifs. **Est-ce que cela constitue une force ou une faiblesse ?** C'est certainement une force de la plupart des collègues et professionnels que je fréquente : on est le plus souvent des passionnés. On a tendance à voir de l'urbanisme et des questions d'urbanisme partout. C'est peut-être un peu envahissant pour ceux qui nous accompagnent dans la vie. Mais je ne crois pas être la pire ! **Que dites-vous à ceux qui disent que l'urbanisme est un art ?** De ne pas oublier que si c'est un art, celui-ci doit être au service des personnes. **Que dites-vous à ceux qui disent que l'urbanisme est politique ?** Bien sûr. **Où habitez-vous ?** En ce moment à Rome – j'ai la chance cette année d'être accueillie à l'École française de Rome pour mener une recherche sur la diffusion des appels à projets urbains innovants en Italie –, mais je rentre bientôt à Paris. **Êtes-vous satisfaite de votre ville/quartier et pourquoi ?** Paris ne peut pas être « satisfaisante ». C'est un terme bien trop sage pour cette métropole. Ses travers, tout le monde les connaît. Mais comme beaucoup de grandes métropoles, elle offre beaucoup et présente bien des facettes. **Si vous étiez une ville ?** Joker ! **Si vous étiez un logement ?** Pas très confortable. **À quoi renoncerez-vous le plus facilement : aux transports motorisés, à la viande, à la clim ?** À la clim, sans hésiter. **Votre dernière colère professionnelle ?** Elle remonte très certainement au mouvement social contre la loi de programmation pluriannuelle pour la recherche. Une colère mélangée à une grande tristesse de voir une réforme passée en force pendant le premier confinement, sans considération aucune pour les inquiétudes exprimées par les chercheurs. Nous avons alors interpellé la communauté des urbanistes, car une réforme qui renforce ouvertement la compétition et les logiques performatives met indéniablement à mal (car non valorisé dans les *rankings* et indicateurs dits d'excellence) le dialogue pourtant central avec la société et les milieux professionnels. C'est à en perdre le sens de notre profession... **Votre dernier éclat de rire professionnel ?** Je ris si souvent... **Citez un(e) urbaniste ?** Désolée, je ne vous citerai personne, car je ne suis pas à l'aise avec l'idée de l'urbaniste au singulier. Un projet urbain, la gestion territoriale, la production urbaine, c'est la coopération et l'ajustement de plein d'acteurs et de professionnels anonymes – des techniciens, des gestionnaires, des analystes, etc. – très souvent passionnés, réflexifs, ingénieux. Ils travaillent plutôt dans l'ombre et dans des scènes collectives multiples. De fait, ils sont au centre de mes enquêtes, car on comprend aussi la manière dont la ville se fait en regardant « qui » la fait. Vous m'auriez demandé un beau projet, un dispositif intéressant, une politique publique locale inspirante, j'aurais pu vous répondre. Mais « un(e) urbaniste »... on ne travaille jamais seul ! **Un dernier mot (littéralement) ?** Enthousiasme !

# Elles, ils ont participé à ce numéro



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10

© Valentin Nauton

01 **Damien Augias**, administrateur de l'État (hors classe) à la Caisse des Dépôts, responsable des affaires régionales Grand Est de la Banque des Territoires, enseigne l'aménagement et la gouvernance des territoires (Sciences-Po, Cnam). Il a publié *Politiques de cohésion des territoires*, avec Éric Marochini (Studyrama-Bréal, 2021).

02 **Hervé Barbaret**, conseiller maître à la Cour des comptes et directeur de l'agence France-Muséums, a plus de quinze ans d'expérience dans le secteur culturel. Il a occupé plusieurs postes dont ceux de directeur général délégué de la Cité de l'architecture et du patrimoine (2004-2007) et administrateur général du musée du Louvre (2009-2015).

03 **Ismaël Bouttier**, étudiant à Institut d'aménagement des territoires, d'environnement et d'urbanisme de Reims, est membre du Collectif national des jeunes urbanistes (CNJU).

04 **Cécile Diguët**, urbaniste, est directrice du département urbanisme, aménagement et territoires à L'Institut Paris Region. Elle s'intéresse à la réappropriation citoyenne de la fabrique urbaine, via l'émergence de tiers-lieux, de communs urbains et les pratiques de l'urbanisme transitoire et préfiguratif.

**Thomas Lamand**, directeur tourisme, culture, patrimoine à la Scet, intervient sur des projets au carrefour entre la valorisation culturelle, patrimoniale et touristique et les projets d'aménagement.

05 **Nicolas Minvielle**, responsable du MS Marketing, Design & Création d'Audencia Business School, est cofondateur de Making Tomorrow (collectif de *design fiction*) et animateur de la Red Team Défense des armées françaises.

06 **Anne-Catherine Ottevaere**, urbaniste, diplômée de Sciences-Po et de l'EUP, est directrice politiques publiques (design et évaluation) et aménagement à la Scet. Son parcours professionnel allie expertise en innovation & design et conseil en stratégie territoriale à 360°.

07 **Rémy Oudghiri**, sociologue, est directeur de Sociovision (groupe Ifop). Il est l'auteur de *Déconnectez-vous !* (Arléa, 2019) et de *La Société très secrète des marcheurs solitaires* (PUF, 2022).

08 **Tibault Tellier**, professeur d'histoire contemporaine à Sciences-Po Rennes, est spécialiste de l'histoire urbaine contemporaine. Il vient d'écrire *Humaniser le béton. Les origines de la politique de la ville en France (1969-1983)*, (L'Harmattan, 2022).

09 **Nicolas Tricaud**, étudiant à l'École nationale supérieure de Paris-Belleville, est membre du CNJU.

10 **Olivier Wathelet**, docteur en anthropologie et gérant de l'agence Users Matter, dédiée à l'innovation centrée usager, est cofondateur de Making Tomorrow et animateur de la Red Team Défense des armées françaises.

**Et les journalistes David Attié, Marie Baléo, Marjolaine Koch, Tonino Serafini.**

## Le comité scientifique

Catherine Barbé, Brigitte Bariol-Mathais, Clément Blanchet, Lise Bourdeau-Lepage, Jeanne Carrez-Debock, Stéphane Cordobes, Sybil Cosnard, Marco Cremaschi, Vianney Delourme, Cécile Diguët, Pierre Ducret, Marie-Odile Farineau, Jean Frébault, Vincent Fouchier, Cynthia Ghorra-Gobin, Jean Haëntjens, Timothée Hubscher, Marie-Christine Jaillot, Djamel Klouche, Emmanuel de Lanversin, Nicolas Lecuyer, David Mangin, Pauline Marchetti, Ariella Masbounji, Jean-Baptiste Marie, Nicolas Michelin, Jean-Marc Offner, Jean-Luc Poidevin, Hélène Reigner, Sophie Ricard, Jérôme Sainte-Marie, Chloé Voisin-Bormuth.

## Le comité éditorial

Damien Augias, Aldo Bearzatto, Vincent Bourjaillat, Hélène Dang Vu, Xavier Desjardins, Anne-Catherine Ottevaere, Hugo Réveillac, Mathias Rollot, Elias Sougrati, Tibault Tellier, Maxime Vicens, Jean-Louis Violeau.

**urba  
nisme**

52, rue Jacques-Hillairet  
75012 Paris  
Tél. : (33) 01 45 45 45 00  
www.urbanisme.fr  
urbanisme@urbanisme.fr

**Directeur de la publication**  
Romain Lucazeau

**Rédacteur en chef**  
Julien Meyrignac  
jmeyrignac@urbanisme.fr

**Rédacteur en chef adjoint**  
Rodolphe Casso  
rcasso@urbanisme.fr

**Rédactrice**  
Maider Darricau  
mdarricau@urbanisme.fr

**Secrétaires de rédaction**  
Frédérique Chatain  
fchatain@urbanisme.fr

Nabila Albour  
nalbour@urbanisme.fr

**Stagiaire graphiste**  
Léo Carême  
stage@urbanisme.fr

\* [Les titres, intertitres et chapeaux relèvent de la seule responsabilité de la rédaction.]

**Gérant**  
Romain Lucazeau

**Service abonnements et publicité**  
Ligne directe : 01 45 45 45 00  
diffusion@urbanisme.fr

Joan Bsiri  
06 78 64 85 44  
developpement@urbanisme.fr

**Abonnements**  
Tarif standard 1 an : 110 euros  
www.urbanisme.fr

**Graphisme**  
Studio Warmgrey  
www.warmgrey.fr

**Mise en page**  
Pixellence  
11, rue du Maréchal-Foch  
59100 Roubaix  
www.pixellence-composition.com

**Diffusion en librairie**  
Pollen - Dif'Pop  
60, rue Étienne-Dolet  
92 240 Malakoff  
lgm@pollen-diffusion.com  
01 43 62 08 07

**Impression**  
Escourbiac  
Route de Lavaur  
81 300 Graulhet  
www.escourbiac.com

Origine du papier intérieur : Espagne  
Origine du papier couverture : France  
Taux de fibres recyclées : 0,12 %  
Eutrophisation : Ptot 0,02 kg/tonne



**urbanisme** est éditée par la SARL Publications d'architecture et d'urbanisme au capital de 532 500 euros (actionnaire : Scet)  
RCS Paris : 572 070 175  
Commission paritaire n° 1025 T 87 217  
ISSN : 1240-0874  
Code TVA : FR-1357-2070175  
Dépôt légal : à parution

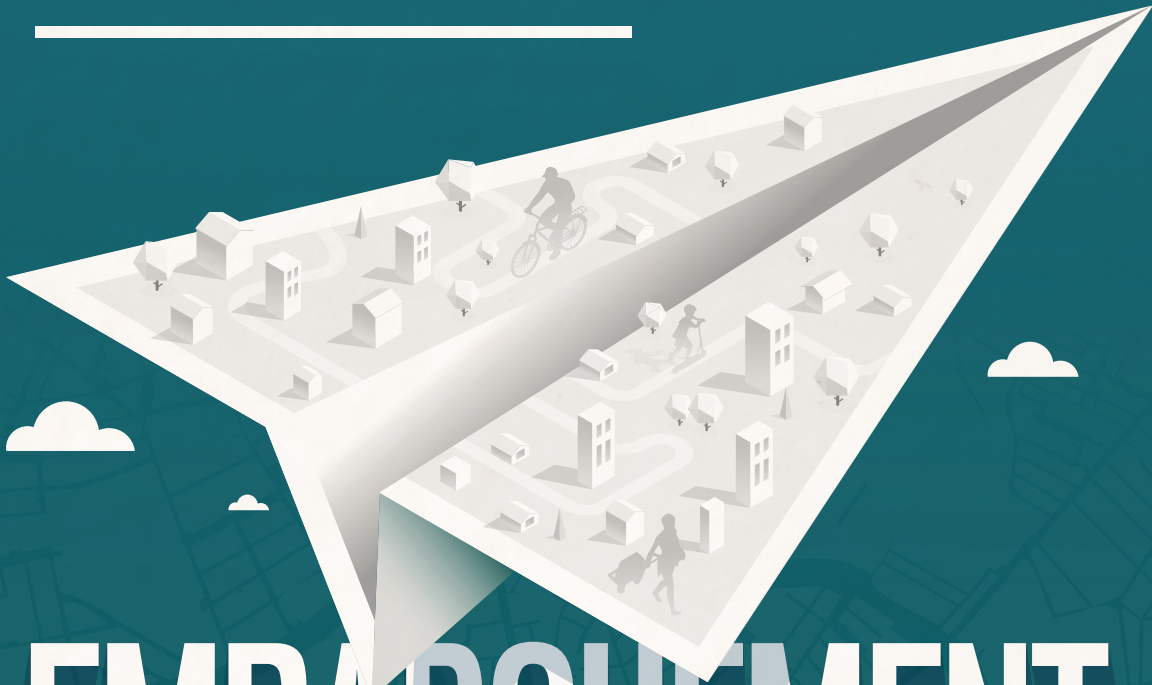
**MediaPro**

Ce numéro comporte un encart jeté : un bon d'abonnement.

**Couverture :**  
Les Calanques, Marseille. Photo : ISHM/Unsplash.



43<sup>e</sup> RENCONTRE  
NATIONALE  
DES AGENCES  
D'URBANISME



# EMBARQUEMENT IMMÉDIAT

POUR LE

**CHANGEMENT**

12 > 14 OCTOBRE 2022 À TOULOUSE