



TOURISME ET PLAISIR

Désormais considéré comme une industrie majeure, le tourisme nourrit souvent plus d'espoirs qu'il ne gonfle de revenus : en période de crise, particuliers et collectivités locales ambitionnent d'imiter le basque qui vit d'un cochon l'hiver et d'un touriste l'été. Nul n'ignore comment l'on engraisse un cochon ; le touriste ne s'élève pas de même ; il faut l'attirer, à moins qu'il ne vienne sans être désiré !

L'attrait de l'autre.

Dès 1811, lorsqu'il apparaît dans la langue anglaise, le mot « tourism » désigne la pratique du voyage par plaisir. Le touriste n'est ni un nomade qui n'a pas de chez soi, ni un émigré qui cherche un nouveau chez soi. Il ne fait qu'un tour... et s'en retourne au logis. Sans ennemi à réduire ni empire à étendre, il ne fait pas la guerre ; peu sûr d'avoir une âme, il ne cherche pas à faire son salut en pieux pèlerin ; il ne court pas le monde pour faire fortune comme un commerçant entreprenant. Loin de là, il dépense sans rien gagner, sans souci d'utilité, pour le plaisir.

La suppression d'un manque est le plaisir le plus facile à cerner. La vie urbaine, toute d'artificialité, engendre le besoin d'un contact régénérateur avec la nature : retrouver les éléments d'un cosmos harmonieux, se baigner dans les flots lumineux d'un soleil triomphant, goûter l'innocence que la démesure prométhéenne n'a pas encore profanée, entendre sourdre le silence... La spécialisation professionnelle prive l'homme moderne de la mise en œuvre de ses capacités physiques : enfermé dans un bureau, prisonnier de son atelier, il ne peut faire jouer librement ses muscles ni affiner la précision de ses réflexes ; engourdi et étourdi, il ignore trop souvent le bonheur d'une franche et saine fatigue. Touristes et vacanciers vont donc chercher ailleurs ces bienfaits qu'ils ne trouvent plus chez eux : 80 % des parisiens partent en vacances l'été, contre 35 % des habitants des communes rurales.

La découverte de l'autre nature, sauvage ou grandiose, et de l'autre

culture, passée ou présente, apporte un plaisir différent, libre de toute finalité. Franchir les frontières, enjamber les cultures procure l'ivresse de la liberté. Certains y voient surtout l'occasion de mettre entre parenthèses, spécialement pour la sexualité, tout souci de responsabilité ou de respectabilité. Mais alliée à la dignité, la vraie liberté enrichit la conscience de soi. Comment connaître notre humanité sinon en découvrant ses possibilités réelles, celles qu'elle a déjà réalisées dans tous les domaines de la culture. Et par contrecoup l'incongruité ou la fadeur de notre petit monde et du temps qui nous berce ne prennent-elles pas un relief saisissant ?

La fascination de l'autre n'exclut donc nullement l'amour de soi, l'attachement au même comme ingrédient du plaisir que recherche le touriste. La quête de l'identique imprègne le comportement prosaïque de l'« homo touristicus ».

Le même confort.

Comme l'enfant joue à la balle et prend plaisir à la lancer parce qu'il sait qu'elle va lui revenir, le touriste aime le faux départ que suit un vrai retour. La séparation demeure irréaliste et l'autre ne plaît que s'il n'a pas vocation à devenir quotidien ; il n'est apprécié que si le meilleur du quotidien est préservé.

À l'exception de quelques marginaux, authentiques aristocrates de l'excitricité, les touristes exigent que les éléments fondamentaux du confort moderne leur soient assurés, partout et toujours. Climatisation, cuisine aseptisée, installations sanitaires, doivent faire oublier les distances, les différences de latitudes et de faisceaux horaires. La recherche de l'autre s'effectue désormais sous le signe de l'identique : piscines aux eaux inaltérables, éternellement bleues, rougeolement des braises au cœur du barbecue, fraîcheur du sourire qu'exhibe imperturbablement l'animateur auquel le destin semble avoir épargné la moindre des misères de l'existence..., autant de signaux élémentaires qui composent le « b-a, ba » de l'esperanto psycho-sociologique du touriste moderne.

Ce touriste, mû par la seule recherche du plaisir, avide de dépaysement, curieux de toute altérité, mais aussi soucieux d'être partout aussi bien et même mieux que chez lui, voilà la proie qu'il faut attirer, le gibier qu'il faut surtout ne pas effrayer.

Séduction et invasion.

Il ne s'agit plus de rendre un service, de fournir un produit utile, justes moyens d'atteindre une fin précise selon les règles de la saine raison ; il faut plaire, et le séducteur qui voulait être aimé, désiré pour lui-même, en vient à se renier pour adopter les valeurs et les modes de vie dont décide celui à qui il veut plaire. Faut-il perdre son identité pour conserver son être ?

Certes tous les lieux touristiques ne sont pas également menacés. Ce qui importe, ce n'est pas tant le nombre absolu de touristes que leur pourcentage par rapport à la population : Paris, Londres, New-York accueillent des cohortes de touristes qui ne représentent que 4 à 5 % de leurs habitants. Par contre dans les localités dont le nombre de résidents est multiplié par vingt pendant la saison, les autochtones peuvent avoir des états d'âme !

Pour ne pas rebuter le touriste, il faut lui offrir des conditions d'accueil équivalentes à celles des autres stations, au risque de banaliser l'environnement, de détruire la différence qui constituait le charme essentiel du terroir. Là encore ces dangers de défiguration et de déculturation varient en fonction du patrimoine touristique. Plus il est riche et original, moins grand est le danger de l'anonymat dû à l'uniformité des équipements, mais plus est difficile à endiguer le flot des touristes et leurs déprédations : Venise est malade de ses touristes, et ses édiles envisagent sérieusement de fixer des « quotas » pour l'accès à la Place Saint-Marc !

Voilà une misère de riches à laquelle demeureront insensibles bien des aspirants au label touristique. Leur difficulté est plutôt de sortir de la grisaille sans nom et de ne pas décevoir ceux qui se seront hasardés chez eux une première fois. Pour eux le tourisme est une « carte à jouer », la dernière peut-être, et ils savent déjà que la partie qu'ils ont engagée ressemble cruellement au jeu de l'amour et du hasard.

Serge MONNIER