

## À PROPOS DE TOURISME

Le tourisme, activité fondamentale de notre époque, reste toujours bien peu étudié. Seuls quelques manuels viennent régulièrement actualiser les aspects quantitatifs du phénomène. Aussi, on se doit de saluer la parution d'ouvrages qui proposent une réflexion sur ce qu'est le tourisme et sur ses conséquences. À l'opposé, et venant alimenter un genre convenu, son dénigrement aveugle est fréquent. Ceux qui ont accès aux moyens de communication - artistes et intellectuels notamment - ne s'en privent pas. Dans ce registre, le petit livre de Marc Augé<sup>1</sup> constitue une sorte de sommet. Ce volume réunit des textes d'origines variées : articles publiés dans *Le Monde diplomatique* ; commentaires de courts métrages réalisés pour *Arte* ; communication à un colloque ; etc. Ça commence par des souvenirs d'enfance sur les vacances, mais l'auteur est très vite pris d'une grave tourismophobie affirmant dès la deuxième page que le tourisme est "la forme achevée de la guerre". Cette formule grotesque pourrait prêter à rire si elle ne venait pas de quelqu'un qui a été directeur de l'École des hautes études en sciences sociales. Où est l'analyse scientifique dans un tel jugement ? L'"anthropologie du quotidien", que Marc Augé a entreprise avec en particulier *Un Ethnologue dans le métro* ou le très intéressant *Non-lieux*, tourne ici aux fantasmes médiologiques de "mise en fiction du monde" que Paul Virilio a poussé jusqu'à l'extrême. Mais au-delà de cette réflexion dans l'air du temps, la critique condescendante du comportement des touristes est, quant à elle, très classique, révélant l'hostilité ancienne des élites envers les foules. Pour Marc Augé le *vulgum pecus* voyage idiot. On lui propose un spectacle. Tout ce qu'il voit est faux. Il est abusé. Un peu plus loin, l'auteur se fait fort de connaître "un peu les îles tropicales", c'est une litote bien sûr. Il y a donc d'un côté de plus en plus d'imbéciles qui paient pour voir un spectacle artificiel et de l'autre Marc Augé, voyageant aux frais de la princesse dans le cadre de son temps de travail et qui découvre de nouveaux paysages et d'autres hommes.

Affligeante rhétorique qui rend encore plus nécessaire et éclairant le livre de Florence Deprest<sup>2</sup>, tiré d'une thèse de doctorat soutenue en 1995, qui analyse le système de valeurs engendrant la critique du tourisme de masse, reflet de la structure de notre société. La paille des mots de Marc Augé pèse bien peu face au grain des arguments de Florence Deprest. Le livre commence par l'analyse des lieux communs prenant pour cible le tourisme de masse. Le point le plus intéressant de cette première partie est la sévère critique de la notion de capacité de charge touristique. La démonstration de l'auteur dévoile le caractère hautement relatif, voire idéologique, qui se cache sous son apparente scientificité, ceci remettant en cause les nombreux transferts de concepts des sciences dures vers les sciences sociales.

La relation de proportionnalité entre le nombre de touristes et l'intensité de l'impact sur le territoire qui est implicite dans la notion de capacité de charge est examinée en deuxième partie au travers de l'exemple de Saint-Gervais-les-Bains. Là encore l'analyse est décapante, car elle démontre que bien avant l'arrivée des foules, les lieux sont transformés notablement et d'une manière irrémédiable par le "tourisme de faibles quantités", contredisant les idées élitistes de la quasi-virginité des lieux fréquentés seulement par une classe avertie. Très tôt, un phénomène de

---

<sup>1</sup> AUGÉ M., 1997, *L'Impossible Voyage. Le tourisme et ses images*, Paris, Editions Payot & Rivages, coll. "Rivages poche / Petite Bibliothèque".

<sup>2</sup> DEPREST F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse*, Paris, Belin, coll. "Mappemonde".

transfert de centralité s'opère, les élites transportant avec elles les innovations des grandes villes (éclairage électrique, téléphone...). Ainsi, les modèles sur le cycle de vie des lieux touristiques, en sous-estimant les transformations à l'œuvre dans les premiers temps de la mise en tourisme, surestiment les effets de la phase de massification postérieure.

Au cœur de la réflexion de l'auteur, il y a l'écologie. Nombreux sont ceux qui l'utilisent pour dénoncer les ravages du tourisme de masse. Ils considèrent que les lieux ont intrinsèquement un potentiel touristique, or c'est la société qui leur accorde une valeur. L'idéologie du développement durable les incite à limiter le flux touristique et donc à bloquer le développement du lieu afin de préserver la ressource, pourtant l'hypothèse que trop de tourisme tue le tourisme n'a jamais été démontrée. Mais qu'est-ce qui fait l'attraction du lieu ? Personne ne semble s'être posé la question, alors qu'elle est au centre du problème. De surcroît, pourquoi croire que le lieu touristique est destiné à le rester éternellement ?

L'ouvrage de Florence Deprest est très riche. Au-delà du thème abordé, il s'agit d'une réflexion épistémologique sur le travail scientifique. On ne naît pas le sujet de ses pensées, on le devient. Ce livre est le résultat de cette transformation que tout chercheur devrait poursuivre pour être conscient des idées reçues qui l'habitent.

Dans la même collection paraît un livre très différent<sup>3</sup>, mais qui vient valider une partie de la thèse de Florence Deprest. Là encore, il s'agit d'une thèse de doctorat. L'auteure s'est beaucoup impliquée dans son travail, effectuant trois séjours sur le terrain et n'hésitant pas à faire de l'observation participante en accompagnant des groupes de trekking. L'analyse est complète et vivante grâce à de nombreuses descriptions qui permettent de se familiariser avec ce domaine exceptionnel qu'est la haute montagne himalayenne et ses populations. L'influence des représentations que nourrissent les Occidentaux à l'égard de cette montagne est aussi abordée, tout comme l'histoire récente de la conquête des cimes expliquant de nombreuses caractéristiques de la mise en tourisme du Népal. Les principaux acteurs du tourisme de montagne sont étudiés : touristes bien évidemment, agences de trekking ainsi que leurs salariés. La mise au point que fait Isabelle Sacareau sur le mot *sherpa* est bien utile, tant l'Himalaya est fortement associée à l'image des Sherpa, dans nos esprits à la fois guide et porteur. En fait, le mot est ambigu, désignant d'abord une ethnie qui obtint en 1957 la priorité d'emploi pour toute expédition opérant à l'intérieur des frontières népalaises. À partir de ce moment-là, *sherpa* devint un terme professionnel bien précis. En effet, au sein de la hiérarchie du portage, le *sherpa* a un statut intermédiaire entre le guide - appelé *sardar* - et les porteurs ou cuisiniers - appelés *coolies* et *cook*. Les *sherpas* sont employés pour monter les tentes et surveiller la bonne marche du trek.

À l'examen des effets du tourisme sur les sociétés locales, on se rend compte qu'ils sont loin d'être négligeables, en dépit du faible nombre de trekkeurs, quelques dizaines de milliers annuellement. De nouvelles mobilités apparaissent, les difficultés économiques poussant les agriculteurs à abandonner périodiquement la terre pour travailler dans le trekking. Cette pluriactivité provoque une nouvelle répartition des tâches au sein de la famille et du village avec des paysans pauvres qui se louent comme journaliers sur les champs de ceux qui sont partis accompagner les touristes. À terme, les plus jeunes s'installent définitivement à Katmandou. La

---

<sup>3</sup> SACAREAU I. (1997), *Porteurs de l'Himalaya. Le trekking au Népal*, Paris, Belin, Coll. Mappemonde.

pluriactivité devient monoactivité, s'accompagnant donc d'un exode rural masculin. L'himalayisme transforme encore plus les villages placés sur les circuits de trekking avec la multiplication de *lodges* et de *tea-shops* au Khumbu. Les ressemblances avec la mise en tourisme des Alpes au XIXe siècle sont nombreuses. Le regard de l'étranger transforme à la fois les relations sociales entre les Népalais, le mot « sherpa » devenant un titre par exemple, et leur représentation de la montagne, naguère encore ignorée et en voie d'appropriation aujourd'hui.

Gageons que les lieux communs sur le tourisme résisteront encore longtemps aux preuves scientifiques. *Ad augusta per angusta.*

J.-Ch. GAY  
Université de la Réunion