

## Sommaire

Préface .....	7
Introduction .....	11
Des lieux du désir <i>Le pouvoir de l'imaginaire et l'élection des lieux au profit du tourisme</i> .....	19
De Bali à Oléron : les îles <i>Lieux et mythes du tourisme</i> .....	35
De <i>Dimanche à Orly à Nationale 7</i> : les lieux du déplacement <i>On connaît les chansons</i> .....	51
De l'auberge de jeunesse au palace : les lieux d'hébergement <i>Entre intimité et idéologies du voyage</i> .....	67
Bath, Benidorm et Saint-Tropez : des lieux inégalement partagés <i>La sociabilité touristique : entre l'entre-soi et la rencontre des autres</i> .....	85
Deauville : tout le monde descend <i>Le pouvoir de créer des lieux</i> .....	101

De Marrakech à Venise : les lieux subvertis <i>Touristification et patrimonialisation</i> . . . . .	119
Montmartre et Barcelone comme lieux métropolitains <i>Visibilité des masses, discrétion des individus</i> . . . . .	137
De la Côte d'Azur à la <i>Gold Coast</i> : les littoraux touristiques <i>La métamorphose</i> . . . . .	155
Las Vegas ou les lieux de l'amusement <i>Une métaphore du lieu touristique</i> . . . . .	171
De Manaus à Auschwitz : les lieux limites <i>L'achèvement de la conquête touristique du Monde</i> . . . . .	187
Épilogue <i>Des lieux désirables ?</i> . . . . .	203
Bibliographie générale. . . . .	213

De l'auberge de jeunesse au palace :  
les lieux d'hébergement  
Entre intimité et idéologies du voyage



*Auberge de jeunesse Shelter City, Amsterdam, août 2009*

*Scarlett Johansson : Vous passez un bon moment ?*  
*Bill Murray : Vous pouvez garder un secret ? J'essaie d'organiser une*  
*évasion. D'abord m'enfuir de ce bar, ensuite de cet hôtel, de cette ville,*  
*de ce pays. Vous en êtes ou pas ?*  
*Scarlett Johansson : J'en suis ! Je vais faire mes valises.*

Dialogue extrait du film de Sofia Coppola, *Lost in Translation*, 2003

Une soirée d'été à Amsterdam dans un des dortoirs d'une auberge de jeunesse du centre historique. Au milieu des seize lits superposés, trois adolescentes parisiennes sont en pleine organisation de leur soirée dans l'une des villes réputées les plus festives en Europe. Depuis un mois qu'elles séjournent à Amsterdam, faisant la fête la nuit et le ménage de l'auberge la journée, pour financer leur place dans le dortoir, elles ont accumulé une expérience de la nuit amstellodamoise au moins à la hauteur de la montagne d'effets personnels qu'elles ont éparpillés tout autour d'elles, comme pour marquer leur territoire. Leur intimité s'étale au pied des lits, sur les rebords de l'unique lavabo de la pièce, au-dessus des casiers sécurisés... Pour

cet été, ce coin de dortoir, elles se le sont approprié, c'est chez elles ! « Même une chambre d'hôtel anonyme en dit long sur son hôte de passage au bout de quelques heures. Un lieu habité par la même personne pendant une certaine durée en dessine un portrait ressemblant, à partir des objets (présents ou absents) et des usages qu'ils supposent » (Michel de Certeau, Luce Giard et Pierre Mayol, *L'Invention du quotidien*, tome 2, *Habiter, cuisiner*, 1998). Pourtant, un lieu d'hébergement, elles n'y avaient même pas vraiment pensé avant de débarquer à Amsterdam après un peu plus de trois heures de Thalys, un matin de juillet, sans billet de retour. Elles resteraient deux jours ou tout l'été, tout dépendrait de l'ambiance. La première nuit, ou plutôt ce qu'il en restait après une mémorable tournée des pubs et des *coffee shops* de la ville, elles l'ont passée sur un banc en pierre de la *Rembrandtplein*, devant une sculpture de *La Ronde de nuit*, une reconstitution du célèbre tableau du maître. Et elles étaient loin d'être seules. Les nuits de fin de semaines estivales, des milliers de touristes européens de 25 ans (à Amsterdam, un tiers des touristes a entre 20 et 30 ans) sillonnent la ville la nuit entière. Un bon nombre d'entre eux finit par s'assoupir au petit matin, qui sur un escalier, qui sur un bout de pelouse, pour quelques heures, pendant que les équipes municipales de nettoyage font disparaître les excès nocturnes, rassemblant des monceaux de déchets, désinfectant les dizaines de sanisettes mobiles installées préventivement pour absorber des litres et des litres de bière... Un peu plus tard, en fin de matinée, on rencontrera ces mêmes jeunes, cartes touristiques

à la main, au musée Van Gogh ou à la maison d'Anne Frank, les yeux certes encore un peu rougis de la veille... Pour nos Parisiennes, il y aura eu une ou deux autres nuits à la belle étoile, dans le Vondelpark, avant que la pluie ne les rattrape et que, finalement, l'auberge de jeunesse ne s'impose, pour poursuivre leur aventure estivale...

Un choix plutôt logique, car être touriste, c'est investir des lieux autres, qui ne font pas partie du quotidien, ce qui demande toujours de reconstituer quelque part un chez-soi, nécessaire interface entre l'espace de l'intime et celui de l'ailleurs, condition pour pouvoir habiter, temporairement, ces lieux que l'on découvre ou que l'on redécouvre. Choisir où l'on va dormir, ce n'est pas anodin, y compris, et peut-être surtout, quand il s'agit de ne pas choisir, d'aviser sur place, au dernier moment. Les lieux d'hébergement touristique, dans leur diversité, disent beaucoup de ceux qui y séjournent, leurs valeurs, leurs appartenances sociales, leurs compétences de mobilité, la conception qu'ils ont du tourisme, l'idée qu'ils se font de ce voyage. À la jeunesse du public touristique amstellodamois répond par exemple le poids relativement élevé de l'hébergement en auberges de jeunesse, qui concerne tout de même 20 % des séjours. Le *Guide du Routard* souligne d'ailleurs cette singularité, qui ne devrait pas être pour déplaire à ses lecteurs : « Amsterdam a toujours développé une politique d'ouverture vers les petits budgets. Rares sont les villes où les *budget hotels* sont aussi nombreux, où le routard fauché n'est pas

considéré comme un parasite ou un camé en puissance ». Et pourtant, quelques pages plus loin, une mise en garde : « Les hôteliers amstellodamois sont des commerçants dénués d'états d'âme [...] malgré la diversité de l'offre, celle-ci n'est généralement pas à la hauteur de la demande et des espoirs des visiteurs. On ne peut pas planquer un enquêteur du guide du *Routard* sous chaque lit... » Preuve peut-être que les lecteurs du guide ne sont pas si routards que ça, signe sans doute que l'offre d'hébergement amstellodamoise correspond à la réputation historique de pingrerie des Néerlandais. Mais si le *Routard* insiste autant sur le désappointement des visiteurs, c'est bien parce que l'hébergement est une donnée importante du voyage, celle qui conditionne l'expérience touristique, qui permet le relâchement des contraintes du quotidien et l'ouverture au monde de l'individa.

Chaque type d'hébergement touristique offre, induit presque, la possibilité d'une expérience urbaine spécifique. Au milieu des anciens docks réhabilités du front d'eau, loin de l'architecture des maisons de canaux du Siècle d'or, le *Lloyd Hotel* a investi un bâtiment singulier, qui avait été construit à l'origine par une compagnie maritime hollandaise, pour accueillir avant leur départ les émigrants à destination des Amériques. La reconversion des lieux a constitué une véritable vitrine pour le savoir-faire néerlandais en matière de design intérieur. Mettre en valeur chacun des créateurs, tous présentés individuellement sur le site Internet de l'établissement, est même un des

objectifs affichés du projet. Inauguré en 2004, il se targue d'être « *The first "one to five star" hotel of the world* », en proposant des chambres d'une étoile à cinq étoiles. Bien que les plus modestes ne disposent pas de salles d'eau privées, les tarifs débutent tout de même à 95 euros (l'hôtelier précise que vous pouvez utiliser gratuitement un peignoir de l'établissement pour vous rendre de votre chambre aux sanitaires communs !). Quant aux chambres présentées comme cinq étoiles, elles n'empruntent à cette catégorie que le tarif, le service étant celui d'une étoile. Mais tant culturellement que géographiquement, le *Lloyd* offre un regard décalé sur la ville et en propose une lecture personnelle : compacte, renouvelée, mixte, ouverte, innovante, créative, le programme de la ville de demain, à l'image d'Amsterdam...

Les auberges de jeunesse, depuis leur essor dans les années 1930, sont elles aussi de ces lieux qui proposent une certaine idée du voyage aux jeunes touristes. Vouées, au départ, à l'hébergement massif des jeunes voyageurs des couches populaires, elles s'accordent à de petits budgets, même si, à Amsterdam, une nuitée peut parfois dépasser les trente euros en période estivale, y compris en dortoirs. Elles proposent liberté et flexibilité en disposant d'espaces communs où l'on peut se réfugier quand il pleut, quand on est fatigué, où l'on peut cuisiner, même si l'outillage culinaire se réduit souvent aujourd'hui à la présence d'un micro-onde placé sur le sommet d'un frigidaire. Parmi leurs codes traditionnels, vie en commun et goût des rencontres, à travers des modes de

sociabilité privilégiés comme la musique, occupent une place centrale. Une idéologie de la mixité et de l'échange qui ferait du tourisme le vecteur sympathique d'une mondialisation culturelle tolérante et pacifique...

---

**Le Shelter,**  
**une auberge de jeunesse chrétienne**  
**au cœur du Quartier Rouge**

---

Le *Shelter City* n'est pas tout à fait une auberge comme les autres. Ici, à la différence des autres établissements d'Amsterdam, pas de cannabis, pas d'alcool, pas de mixité dans les dortoirs, nous sommes dans une auberge de jeunesse chrétienne, installée depuis près de quarante ans au cœur du Quartier Rouge, entre deux vitrines de prostituées et à quelques pas d'un des plus célèbres *coffee shops* de la ville, le fameux *Bulldog*. Le groupe Shelter Youth Hostels, qui compte deux auberges à Amsterdam dispose de 300 lits et accueille chaque année environ 30 000 visiteurs. Elle a été fondée en 1971 par une organisation caritative religieuse néerlandaise, *Tot Heil des Volks* (Pour le Salut du Peuple), qui opère à Amsterdam depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. L'histoire veut que ce soit la reconnaissance des besoins spirituels des « nombreux hippies qui débarquent en bande à Amsterdam » pendant le « Flower Power », au début des années 1970, qui a poussé l'organisation à transformer ses écoles en auberges de jeunesse. « God loves you » est inscrit en grosses lettres rouges au plafond du couloir menant à la salle commune. Des pratiques spirituelles sont proposées chaque jour : discussions autour de la Bible à 19 h, prière à 23 h, soirées de débats. L'appartenance à la religion chrétienne n'est pourtant pas requise pour réserver dans l'établissement et elle motive très rarement le choix des touristes qui y dorment. Certains y voient une promesse de tranquillité pour leur séjour. D'autres, un lieu décalé. La plupart s'en amuse... discrètement, afin de ne pas froisser l'équipe, exclusivement constituée d'étudiants missionnaires venus du monde entier, en particulier de la *Bible Belt* américaine,

cet espace des États-Unis qui présente un taux significativement élevé de pratique religieuse chrétienne. Pour ces bénévoles, à qui Amsterdam a parfois été présentée comme une des capitales mondiales du vice, la mission est très souvent un temps d'intense questionnement spirituel et personnel. Une forme d'initiation à laquelle les touristes qu'ils rencontrent à l'auberge préfèrent souvent celle du cannabis et des champignons hallucinogènes. Au fond, le *Shelter* s'est construit sur un paradoxe : celui de la valorisation de mobilités touristiques considérées comme initiatiques mais dont on rejette les modalités de l'initiation. C'est pourquoi ce lieu est conçu comme un espace modèle, autour d'une vision chrétienne de ce que devrait être la mondialisation culturelle que dessinent les pratiques touristiques. Ici, on ne se contente pas d'héberger des touristes, mais, par des normes et des interpellations à la rencontre, à l'échange, à la prière, on énonce une idéologie.

À l'autre extrémité du spectre des possibles de l'hébergement touristique, les palaces, eux aussi, incarnent une idée certaine des vacances ! Ils ont alimenté tant d'histoires, de chroniques, d'anecdotes – en particulier sur les extravagances de leurs clients – et de fantasmes qu'on pourrait croire qu'ils ont toujours existé. Pourtant, leur apparition est assez récente. En effet, si les auberges sont vieilles comme les voyages, les grands hôtels, puis les palaces sont inséparables de l'histoire du tourisme : ils firent leur apparition au cours des années 1830. Et le premier hôtel à porter le nom de « palace » fut le *Palace Hôtel* de Maloja (Haute-Engadine, à 15 km de Saint-Moritz), en 1884.

Ces grands hôtels ont été inventés afin que la bonne société voyageuse puisse trouver en étapes ou à destination un confort rappelant celui des lieux du quotidien. Aristocrates et grands bourgeois



quittaient ainsi leurs palais et hôtels qu'on n'appelait pas encore « particuliers » pour séjourner à l'extérieur. Rapidement, la géographie des palaces se calqua sur celle des grandes destinations touristiques : la Côte qui n'était pas encore d'azur, les Alpes, les stations thermales et les métropoles. Cumulant les trois dernières, la Suisse fut par excellence la terre d'élection des palaces, ainsi que la terre de naissance d'entrepreneurs tels que César Ritz, natif d'une commune du Haut-Valais germanophone, issu d'une famille de paysans et de bergers, créateur de l'hôtel qui porte son nom à Paris, place Vendôme. Depuis leur apparition, ces grands hôtels ont été systématiquement à la pointe de l'innovation technique. À Noël 1878, la salle à manger de l'Engadiner *Kulm* s'éclaira à l'électricité, ce qui fut une première en Suisse, avant même les grandes villes de la plaine ! Et si le téléphone arriva plus tard que dans les villes du bas pays (car il fallait bien tirer les lignes), Saint-Moritz fut tout de même la première localité du canton des Grisons, malgré une altitude de plus de 1 800 m, à en bénéficier, en 1891. En 1898, le *Ritz* de Paris se singularisa par une première mondiale : chaque chambre avait sa salle de bains et ses wc. À son ouverture, en 1913, le *Gstaad Palace*, avec ses 150 chambres, l'électricité dans chacune d'elles, un ascenseur et trois cabines de téléphone, était à la pointe de la modernité.

Le sort de ces palaces a oscillé entre trois types de destins :

– La transformation en copropriété, à l'instar du fameux *Régina* à Nice, avec ses 400 chambres

### Quelques palaces historiques

Nom	Lieu	Année d'ouverture
<i>Les Bergues</i>	Genève (Suisse)	1834
<i>Meurice</i>	Paris (France)	1835
<i>Baur</i>	Zurich (Suisse)	1838
<i>Danieli</i>	Venise (Italie)	1840
<i>Trois Couronnes</i>	Vevey (Suisse)	1842
<i>Kulm</i>	Saint-Moritz (Suisse)	1856
<i>Hôtel de Paris</i>	Monte-Carlo	1864
<i>Grand Hotel Victoria</i>	Interlaken (Suisse)	1865
<i>Sacher</i>	Salzbourg (Autriche)	1866
<i>Brenner</i>	Baden Baden (Allemagne)	1872
<i>Grand Hôtel Zermatterhof</i>	Zermatt (Suisse)	1879
<i>Palace Hôtel</i>	Maloja (Suisse)	1884
<i>Raffles</i>	Singapour	1886
<i>Oriental</i>	Bangkok (Thaïlande)	1887
<i>Savoy</i>	Londres (Royaume-Uni)	1889
<i>Hermitage</i>	Monte-Carlo	1896
<i>Régina</i>	Nice (France)	1897
<i>Ritz</i>	Paris (France)	1898
<i>Carlton</i>	Londres (Royaume-Uni)	1899
<i>The Strand</i>	Rangoon (Birmanie)	1901
<i>Moana Surfriider</i>	Honolulu (Hawaï)	1901
<i>Métropole</i>	Hanoï (Indochine)	1901
<i>Plaza Athénée</i>	Paris (France)	1902 et 1909
<i>The Breakers</i>	Palm Beach (Floride)	1904
<i>Westin St.Francis</i>	San Francisco (États-Unis)	1904
<i>Hôtel de Crillon</i>	Paris (France)	1909
<i>Ritz</i>	Madrid (Espagne)	1910
<i>Carlton</i>	Cannes (France)	1912
<i>Negresco</i>	Nice (France)	1913
<i>Copacabana Palace Hotel</i>	Rio de Janeiro (Brésil)	1923
<i>La Mamounia</i>	Marrakech (Maroc)	1923
<i>El Minzah</i>	Tanger (Maroc)	1930
<i>Waldorf Astoria</i>	New York (États-Unis)	1931

regroupées en une centaine d'appartements, ou du *Majestic* à Chamonix.

– Le déclin, lorsque les modernisations n'interviennent pas à temps, la rente de situation contribuant à faire venir une clientèle que l'on renonce à fidéliser ; tel est, par exemple, le cas du *Gritti* à Venise, avec ses salles de bains décaties, ses moquettes usées et son odeur de moisi.

– La modernisation à coups d'investissements très coûteux destinés généralement à redonner leur lustre d'antan aux pièces historiques (grands salons, salle à manger, etc.), à créer les incontournables installations de piscines et spas et à réduire le nombre de chambres en multipliant les suites (ainsi, la rénovation du *Kronenhof* de Pontresina a coûté 50 millions de francs suisses et celle de *La Mamounia*, entre 2006 et 2009, 120 millions d'euros). De ce fait, ces grands hôtels échappent de plus en plus aux familles fondatrices (le *Waldhaus* à Sils tend à devenir une exception) : les uns après les autres, ces établissements tombent dans le giron de grands groupes hôteliers ou de groupes d'investisseurs sans tradition hôtelière (rachat du *Ritz* en 1979 par l'homme d'affaires égyptien Mohamed Al Fayed ; rachat en 2005 des hôtels *Seiler* de Zermatt par la *holding* Jelmoli ; rachat récent de 6 palaces suisses par les héritiers des chaussures André, etc.).

Dans un Monde de plus en plus peuplé et où le nombre des riches et très riches augmente plus rapidement que l'accroissement démographique, les palaces semblent être aujourd'hui voués à un avenir presque sans nuage, à la condition que le

système continue d'enrichir une très petite minorité, que les pays émergents continuent de se développer, que les révolutions arabes ne mettent pas à terre tous les régimes dictatoriaux, que les sites de tourisme en ligne continuent de commercialiser les chambres invendues à prix cassés sans finir par ternir l'image de ces lieux, et que le pétrole continue de procurer des rentes...

Il existe une foule d'hébergements touristiques : du palace au camping, en passant par l'auberge de jeunesse, le chalet au bord du lac ou le club de vacances, ils ne sont pas seulement des espaces de l'intime. Ils ne se contentent pas de proposer un abri temporaire à des visiteurs de passage, mais, par un décor, une ambiance, une mise en scène, des normes et des usages, ils proposent des valeurs et énoncent certaines idées du voyage. Au-delà même des enjeux touristiques, on peut dire qu'ils incarnent, pour le temps des vacances, des idéaux de société et des rapports spécifiques avec les lieux qui peuvent se corrélérer avec l'âge, les capacités financières, l'expérience passée et l'intention qui préside à la préparation et à l'accomplissement de tout projet touristique.

---

### Le Kiwi et les baches

---

D'après le *New Zealand Oxford Dictionary* le terme *bach* signifie « maison simplement meublée, petite maison de week-end, particulièrement à la plage » et vient de l'étatsunien *bach*, qui veut dire « vivre comme un célibataire », c'est-à-dire avec pas grand-chose. Il s'agissait de petites maisons de plain-pied, construites par une famille avec des matériaux de récupération et ne disposant ni d'eau ni d'électricité. Entre les années 1890 et 1950, ce genre de construction s'est multiplié le long des littoraux néo-zélandais. Rien d'étonnant que sur un territoire très peu occupé, avec des lois laxistes et une mentalité de pionniers devant se débrouiller tout seul, des pratiques touristiques différentes de celles européennes soient apparues, révélant l'importance du contexte socioculturel et la plasticité du tourisme. Des regroupements de *baches* et de tentes de camping se forment, créant de véritables communautés vacancières saisonnières, dont les occupants louaient la terre à des agriculteurs ou la squattaient purement et simplement. À partir des années 1950, les *baches* deviennent des constructions moins rudimentaires, mais restent familiales et échappent à toute commercialisation. La motorisation des ménages et la législation sur les congés payés, en 1944, avec deux semaines de congés payés par an, provoquent un boom des *baches*. Dans les années 1970-1980, 4 % des foyers en possèdent une, mais ce chiffre sous-estime leur usage, car une même *bach* est utilisée par la famille élargie et les amis, sur le principe du « si vous avez besoin d'un lieu pour séjourner, la clé est sous la grosse pierre, à la gauche de la porte ».

Les réformes économiques néolibérales des années 1980 ouvrent le pays au libre-échange, mais brisent l'égalitarisme qui prévalait. L'immobilier devint une forme d'investissement et de spéculation intéressante. Les *baches* sont remplacées par des habitations confortables, tandis que la plupart des communautés vacancières se gentrifient. De 1986 à 2008, le nombre de *holiday homes* passe de 40 000 à 110 000. On achète, on revend, on fait des plus-values, mais avec la crise actuelle les prix chutent et nombre de ménages, surendettés, sont contraints de vendre. Naguère fermées par la faible commercialisation

des biens, les communautés vacancières deviennent plus accessibles. Malgré ces mutations, le mot *bach* a survécu, une façon d'entretenir le mythe égalitaire de cette société à travers la manière de prendre ses vacances. Symbolisant la liberté des vacances et une sorte de soupape de sécurité face à un conformisme et un puritanisme pesants, les *baches* sont le sujet de multiples chansons, films, nouvelles ou romans. Leur patrimonialisation est désormais à l'œuvre.

---

### Pour aller plus loin

---

Catherine Donzel, *Palaces et grands hôtels de légende*, Éd. du Chêne, 2010.

Lucette Heller-Goldenberg, *Histoire des auberges de jeunesse en France*, thèse de Doctorat, Nice, 1985.

Jean-Claude Boyer, *Amsterdam. La plus petite des grandes métropoles*, L'Harmattan, 2000.

Michel de Certeau, Luce Giard et Pierre Mayol, *L'Invention du quotidien*, tome 2, *Habiter, cuisiner*, Folio, 1998.