

N° 355

JUILLET-AOÛT 2020
REVUE BIMESTRIELLE

ESPACES

tourisme et loisirs

>>> Votre lecture se poursuit en ligne sur
www.revue-espaces.com

L'histoire du Club Méditerranée de Sveti Marko (Monténégro)



Le tourisme dans “le monde d’après”

FRICHES URBAINES, LIEUX CRÉATIFS ÉPHÉMÈRES ET TOURISME

Les friches urbaines sont désormais des espaces convoités sur lesquels sont déployés des projets éphémères portés par des acteurs engagés. Ces projets, qui proposent généralement des activités de loisirs, bénéficient d'une grande attractivité touristique du fait de la force de leur concept et de leur créativité.

DAVID ROTTMANN ET

6 VALÉRIE STROCK-HUTTEPAIN

10 ARNAUD IDELON

16 AUDE MASBOUNGI

22 DENIS LEGAT

28 HERMINE DE SAINT ALBIN

34 SONIA TE HOK

40 MATHILDE CHRISTNACHT

46 XAVIER LAUREAU

PAGE 122

**L'histoire du Club Méditerranée de Sveti Marko
DU VILLAGE DE VACANCES À LA FRICHE TOURISTIQUE**

PHILIPPE CLAIRAY ET IVONA JOVANOVIĆ

© Ranko Maras • Shutterstock

PAGE 127

**ANNONCE // Concession portant délégation
de service public pour l'exploitation du cinéma
de Saint-Chaffrey "Le Serre d'Aigle" (05)**

Le tourisme dans “le monde d’après”

S’il est difficile de savoir ce qu’il adviendra à l’issue de la crise économique qui se profile, on peut imaginer que, après une période de transition longue et douloureuse, nos sociétés développées entreront dans un monde nouveau. Pour entrevoir le tourisme dans ce “monde d’après”, nous avons interrogé des intellectuels (philosophes, sociologues, géographes, historiens...).

52 MICHEL MAFFESOLI

57 RAPHAËL LIOGIER

62 JEAN-DIDIER URBAIN

68 PHILIPPE BOURDEAU

73 ANNE FUZIER, CHRISTOPHE GAY ET

SYLVIE LANDRIÈVE

79 ANNE GOMBAULT, JÉRÉMY LEMARIÉ

ET CLAIRE GRELLIER FOUILLET

86 JEAN MOCHON

93 MIGUEL SEGUÍ LLINÁS

99 RÉMY OUDGHIRI

104 YVES-MARIE EVANNO ET

JOHAN VINCENT

109 CHRISTOPHE CLIVAZ ET

TRISTAN LOLOUM

115 LUC GWIAZDZINSKI



6

**Entre modèle marchand et modèle contestataire :
le fragile équilibre de l'occupation temporaire des friches
DAVID ROTTMANN ET VALÉRIE STROCK-HUTTEPAIN**

10

**Avant d'être un lieu à la mode,
le tiers-lieu temporaire est un lieu de débat !
ARNAUD IDELON**

16

**Les friches de loisirs,
un moyen de se réapproprier les espaces délaissés
AUDE MASBOUNGI**

22

**Ground Control, tiers-lieu libre et curieux
DENIS LEGAT**

28

**De la vocation touristique des friches urbaines de loisirs
HERMINE DE SAINT ALBIN**

34

**Yes We Camp. Une offre de campings éphémères
qui interpelle le camping traditionnel
SONIA TE HOK**

40

**L'Été du canal, événement structurant de la visite
des friches de loisirs du Nord-Est parisien
MATHILDE CHRISTNACHT**

46

**La Ferme ouverte de Saint-Denis ne sera pas une friche
XAVIER LAUREAU**

DOSSIER DIRIGÉ PAR HERMINE DE SAINT ALBIN

FRICHES URBAINES, LIEUX CRÉATIFS ÉPHÉMÈRES ET TOURISME

Autrefois délaissées, les friches urbaines sont devenues des espaces convoités sur lesquels sont déployés des projets éphémères portés par des acteurs engagés dans l'urbanisme participatif, l'écologie, la culture alternative, l'accueil de personnes vulnérables... Ces projets, qui proposent généralement des activités de loisirs (bar et restaurant, a minima), bénéficient d'une grande attractivité touristique du fait de la force de leur concept, de leur créativité et de leur esthétique postindustrielle. Il ne faut pas oublier toutefois que la richesse des lieux ainsi créés tient au fait qu'ils se situent à la frontière entre modèle marchand et modèle contestataire. Ils sont donc fragiles et, si l'accueil des touristes contribue à leur dynamisme, il peut aussi les tuer... ■

ENTRE MODÈLE MARCHAND ET MODÈLE CONTESTATAIRE : LE FRAGILE ÉQUILIBRE DE L'OCCUPATION TEMPORAIRE DES FRICHES

DAVID ROTTMANN ET VALÉRIE STROCK-HUTTEPAIN

Consultants et urbanistes chez Urbanova

< david.rottmann@urba-nova.com > < valerie.strock-huttepain@ens-lyon.fr >

L'occupation temporaire des friches permet à des porteurs de projet de bénéficier d'espaces à bas coûts pour implanter des activités qui, sinon, ne trouveraient pas de place dans la ville. L'attractivité touristique de ces espaces est incontestable. Leur cadre urbain postindustriel, leur esthétique et la créativité des porteurs de projet en font des sites séduisants pour un certain type de tourisme urbain. Ces lieux, dont la richesse tient au fait qu'ils se situent à la frontière entre modèle marchand et modèle contestataire, sont toutefois fragiles et, si l'accueil de touristes contribue à leur dynamisme, il peut aussi les tuer...



Depuis une dizaine d'années, les expérimentations d'occupation temporaire de sites inoccupés se multiplient. Sortis pour quelque temps des lois du marché immobilier, ces lieux accueillent des activités évincées des centres urbains, qui y retrouvent leur place. Ces expérimentations qui, à l'origine étaient portées par des initiatives privées, parfois dans l'illégalité (cf. les Frigos à Paris ou le 6B à Saint-Denis), sont désormais souvent envisagées par les propriétaires privés comme un moyen de trouver un usage provisoire à des biens qui changent de fonction, vont être détruits ou réhabilités. L'occupation temporaire peut être vue comme une expérience gagnante pour toutes les parties. Les propriétaires économisent des frais de gardiennage, de sécurisation, et les charges tout en prévenant le squat et la dégradation du bâti. Les porteurs de projet quant à eux trouvent des locaux à bas coûts qui leur permettent d'implanter ou de maintenir des activités qui, sinon, ne trouveraient pas d'espaces dans la ville.

DYNAMIQUE. Poussés par la réussite et l'impact médiatique d'initiatives démontrant la viabilité de ces projets d'occupation temporaire, les acteurs publics emboîtent le pas de cette dynamique privée. La région Île-de-France, où de nombreuses associations et entreprises portent des projets d'occupation temporaire, lance un premier appel à projets (AAP) dès 2016. Depuis, neuf sessions de cet AAP ont eu lieu et une cinquantaine de projets ont été soutenus par la région⁽¹⁾ ; d'une façon générale, ces projets reprennent des concepts déjà expérimentés par le privé. À Marseille, l'aménageur public Euroméditerranée⁽²⁾ et le groupement d'intérêt public Marseille Rénovation urbaine se sont engagés dans une démarche comparable (ce GIE a notamment soutenu l'expérience Coco Velten portée par Yes We Camp). À Lyon, c'est la Métropole qui soutient *“des démarches d'occupation temporaire et d'urbanisme transitoire sur son territoire afin de mettre à disposition des lieux vacants (bâties ou espaces publics) pour expérimenter*

des usages nouveaux, ancrés dans le territoire, répondant à des besoins variés d'habitants, usagers, entreprises, équipements, etc. [...] dans du patrimoine métropolitain ou privé⁽³⁾” ; elle apporte également un soutien financier à des expérimentations antérieures (les Halles du Faubourg, L'Autre Soie). À Paris, une charte de l'occupation temporaire rassemble des signataires publics et privés qui reconnaissent son caractère *“d'outil au service du territoire parisien⁽⁴⁾”*. Enfin, les communes du Grand Paris ne sont pas en reste ; elles sont même des militantes de l'expansion de l'occupation temporaire et lancent elles aussi des appels à projets et des appels à manifestation d'intérêt. C'est le cas par exemple d'Est Ensemble⁽⁵⁾ ou de Plaine Commune⁽⁶⁾.

Les collectivités et autres acteurs publics ou parapublics sont intéressés au premier chef par l'occupation temporaire parce qu'ils disposent souvent d'une grande réserve foncière, mais aussi et surtout parce que ce sont eux qui ont les clés des projets urbains. L'occupation temporaire leur permet de réduire la vacance urbaine intrinsèque à la temporalité de ces projets. *“C'est un enjeu d'autant plus crucial qu'une ville dense comme Paris ne peut pas se permettre de geler plusieurs milliers de mètres carrés pendant des années”*, explique au Parisien Jean-Louis Missika, adjoint à l'urbanisme de la maire de Paris⁽⁷⁾. L'occupation temporaire est aussi, pour la puissance publique, un moyen de se prémunir (ou a posteriori de régulariser et ainsi de mieux encadrer) des squats illégaux⁽⁸⁾. C'est pourquoi les collectivités mettent les terrains et locaux en leur possession à la disposition d'associations, d'entreprises, d'artistes...

POLITIQUES PUBLIQUES. Si depuis longtemps déjà les collectivités territoriales accordent des conventions d'occupation temporaire⁽⁹⁾, elles ont aujourd'hui changé de posture et s'impliquent plus fortement dans les objectifs du projet d'occupation et dans la programmation de l'espace. Les lieux d'occupation temporaire leur permettent d'implanter des centres d'hébergement d'urgence, des équipements cultu-

.....
(1)

<https://www.iledefrance.fr/sites/default/files/medias/2020/01/Urba%20transitoire%20-%20Lauréats.pdf>

.....
(2)

<https://www.euromediterranee.fr/des-friches-aux-occupations-transitoires>

.....
(3)

<https://www.grandlyon.com/delibs/pdf/Conseil/2019/09/30/DELIBERATION/2019-3819.pdf>

.....
(4)

<https://www.paris.fr/pages/paris-signe-une-charte-pour-les-projets-d-occupation-temporaire-7094>

(5) <https://www.est-ensemble.fr/tempo>

.....
(6)

<http://www.semplaine.fr/files/uploads/UploadLire/fichier/fichier-1478.pdf>

.....
(7)

<http://www.leparisien.fr/paris-75/paris-rend-officiel-l-occupation-temporaire-des-sites-vides-26-08-2019-8139765.php>

(8) Thomas AGUILERA,

“Gouverner les illégalismes.

Les politiques urbaines face aux squats à Paris”,

Gouvernement et action

publique, vol. 1, n° 3, 2012.

(9) Selon la Direction du patrimoine et des moyens généraux du Grand Lyon, plus de 400 biens lui appartenant sont déjà à la disposition de projets via des conventions d'occupation temporaire.

rels, des incubateurs d'entreprises, des locaux associatifs, ou encore, dans le cas de projets d'urbanisme transitoire, des espaces de débats et de concertation autour du projet urbain qui viendra prendre place sur le site⁽¹⁰⁾. La majorité de ces programmations sont soutenues par une mise à disposition gracieuse (ou à coût symbolique) des espaces, complétée, dans certains cas, par des subventions de fonctionnement. L'occupation temporaire devient ainsi un outil ou un lieu d'implémentation d'une variété de politiques publiques, au-delà des seules politiques d'urbanisme.

À Antony (Hauts-de-Seine), par exemple, les anciens locaux d'Universal Music accueillent pour une durée de six ans la Padataf : Plateforme des acteurs de demain (absolument fantastiques !). Gérée par Plateau Urbain et soutenue financièrement par la région Île-de-France, la Padataf accueille sur ce site (15 000 mètres carrés de stockage et 1 400 mètres carrés de bureaux) des entreprises du recyclage et de l'économie sociale et solidaire. Ce projet est l'un des outils de la politique publique d'économie circulaire mise en œuvre par les collectivités impliquées.

ÉQUILIBRE ÉCONOMIQUE. Le loyer payé par les occupants (associations, entreprises solidaires...) est décorrélé des prix du marché du fait de la précarité des baux. Par ailleurs, une certaine frugalité au niveau des aménagements et du fonctionnement, le bénévolat... permettent de réaliser des projets d'intérêt collectif en limitant l'investissement public. Au-delà de ces facteurs clés, le modèle économique de ces espaces passe par un équilibre entre activités déficitaires et activités rentables. C'est le cas par exemple des Grands Voisins, projet très médiatisé d'occupation de l'ancien hôpital Saint-Vincent-de-Paul, à Paris. Géré par un collectif réunissant Plateau Urbain, Aurore et Yes We Camp, ce projet s'appuie sur une diversité de services : l'accueil de migrants, un hébergement touristique alternatif en camping, des espaces de restauration, la mise à disposition d'espaces de travail... À Villeurbanne, l'Autre Soie, projet porté par le GIE La Ville autre-

ment, accueille des populations vulnérables, propose des espaces de coworking (payés par leurs occupants) et met en place des ateliers participatifs permettant de faire avancer la réflexion sur le futur projet urbain (ateliers financés par la collectivité).

L'occupation temporaire repose donc sur l'accueil du public pour atteindre un équilibre économique. Leur très forte médiatisation, souvent avant même leur ouverture, ainsi que l'histoire de l'occupation temporaire, liée aux squats d'artistes (et donc au monde underground et alternatif), font de ces espaces des lieux attractifs pour un large public urbain de la "classe créative"⁽¹¹⁾. L'esthétique industrielle, la décoration issue de l'*upcycling* (surcyclage) de matériaux trouvés dans la friche attirent la curiosité. Les Halles du Faubourg à Lyon (portées par la Taverne Gutenberg, l'atelier La Mouche, Intermède et l'École urbaine de Lyon) s'appuient sur cette attractivité pour faire vivre le lieu : un bar avec une carte attractive de cocktails originaux, un restaurant avec option végétarienne et une programmation musicale pointue permettent de maintenir l'équilibre financier d'un lieu qui propose par ailleurs un espace dédié à la recherche académique, une manufacture et une résidence d'artistes.

CHAMP D'EXPÉRIMENTATION. Les occupations temporaires accueillent, pour la plupart, des activités qui ne trouvent plus de place dans les centres urbains. Souvent, l'équilibre financier de ces occupations repose sur la consommation par les usagers du lieu les plus aisés ; elles sont alors critiquées pour leur rôle dans le processus de gentrification du quartier où elles sont implantées et par leur manque d'ouverture aux habitants de ce quartier.

De fait, le développement de l'occupation temporaire s'est accompagné d'une diversification de ses acteurs – des acteurs aux motivations et convictions elles aussi diverses. Surfant sur la mode des lieux alternatifs, des espaces à la vocation principalement festive et commerciale (Ground Control ou la Ressourcerie, par exemple) sont régulièrement critiqués par des acteurs plus militants, tels

(10) On distingue

l'occupation temporaire, intervalle entre deux temps du projet et sans impact sur le projet futur, de *l'urbanisme transitoire* qui vient nourrir le projet urbain à venir.

(11) La "classe créative" est un concept développé par Richard Florida.

Cf. notamment : Richard FLORIDA, *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, 2002.

certains tenants historiques issus du mouvement des squats ou du droit à la ville. Jules Desgoutte, cocoordinateur de l'association Artfactories/Autresparts, exprime d'ailleurs la nécessité de faire une distinction claire entre les lieux qui revendiquent un engagement social et politique fort, et les lieux qui empruntent l'esthétique des premiers, qu'il appelle les "*simili-friches*⁽¹²⁾".

Si le débat sur ce sujet est utile, notons qu'une labellisation risquerait d'appauvrir chacune des parties. Selon nous, la richesse du champ d'expérimentation que constitue l'occupation temporaire et son impact indéniable sur la transformation de la fabrique urbaine sont justement le fruit des tensions et frottements entre les univers du marchand et du non-marchand.

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE. L'attractivité touristique de ces nouveaux espaces est incontestable. Leur cadre urbain postindustriel, l'esthétique de la récupération de matériaux ainsi que la créativité dont font preuve les porteurs de projet dans leur aménagement et leur programmation en font, de fait, des sites séduisants pour un certain type de tourisme urbain.

Dans le prolongement de politiques culturelles locales, qui ont intégré les occupations temporaires dans leurs dispositifs, on voit naître des politiques touristiques prenant appui sur ces lieux. La Tour 13 à Paris en est un exemple. Cet immeuble vacant du bailleur social I3F a servi de support à 108 artistes de street art du monde entier, avant d'être ouvert au public pendant le mois d'octobre 2013. Le soutien de la mairie du 13^e, engagée pour faire de cet arrondissement un haut lieu du street art à l'échelle mondiale, a été déterminant. Les queues de plusieurs heures devant le bâtiment ont témoigné du succès de cette opération.

L'inscription de ces lieux dans des circuits touristiques peut avoir des effets bénéfiques sur leurs modèles économiques, tout comme elle permet de changer l'image de leur quartier d'implantation. Des collectivités telles que Est Ensemble ont ainsi construit une stratégie d'urbanisme transitoire à dix ans pour soute-

nir l'émergence de projets d'occupation temporaire au sein de quartiers concentrant difficultés sociales et image dégradée. La volonté de découverte des visiteurs et l'engouement pour un tourisme hors des sentiers battus agissent comme un levier utile au désenclavement symbolique de ces quartiers. Pantin est moins loin pour un touriste américain que pour un résident parisien...

L'intérêt que suscite ces lieux est à nuancer par l'équilibre fragile sur lequel ils reposent. Les débats et procès en légitimité de certains espaces occupés temporairement sont récurrents. L'inscription de ces lieux dans des circuits touristiques doit alors se faire de manière raisonnée.

Le Tacheles, symbole de la scène artistique et culturelle alternative berlinoise des années 1990, est un cas d'école des risques que le tourisme fait courir à ces projets urbains. Les 400 000 visiteurs annuels, venus du monde entier pour rencontrer cet esprit berlinois particulier, ont contribué à transformer ce lieu de contestation en lieu de loisirs. Au fur et à mesure des années et de l'intérêt touristique pour cet espace, les ateliers d'art ont fait place à des galeries, les espaces de bar et de restauration ont pris un poids prépondérant dans l'offre proposée. Fait remarquable, l'évacuation du bâtiment, le 7 septembre 2012, s'est faite sans aucune résistance : l'écosystème alternatif berlinois s'était désintéressé du lieu depuis longtemps.



Si l'intérêt culturel, artistique et urbain de ces lieux est indéniable, si leur attractivité touristique peut contribuer à leur dynamisme, ces lieux sont fragiles. Leur richesse tient au fait qu'ils se situent sur la frontière entre modèle marchand et modèle contestataire. Jouant pleinement leur rôle de laboratoires d'innovation, les sites d'occupation temporaire peuvent donc être le lieu d'expérimentation de politiques touristiques fines et équilibrées, régulant le développement autant qu'ils les encouragent, tout en valorisant mutuellement le lieu et ses visiteurs.

(12) Jules DESGOUTTE, "Les communs en friches", *Métropolitiques*, 17 juin 2019.

<https://www.metropolitiques.eu/Les-communs-en-friches.html>

AVANT D'ÊTRE UN LIEU À LA MODE, LE TIERS-LIEU TEMPORAIRE EST UN LIEU DE DÉBAT !

ARNAUD IDELON

Fondateur associé de l'agence Ancoats

< arnaud@ancoats.paris >

Ce que l'on appelle des tiers-lieux temporaires, à savoir des lieux alternatifs alliant généralement travail, culture et loisirs, est devenu un concept à la mode. On les voit fleurir sur des friches urbaines où ils permettent de "rentabiliser" l'espace vacant et servent généralement de support à une réflexion participative sur le devenir du quartier. L'institutionnalisation de ces tiers-lieux fait oublier que le concept est né d'une action militante, voire contestataire (cf. les squats d'artistes, notamment). Pour être vivants et proposer une expérience authentique aux visiteurs, ils doivent garder une part de leur esprit originel et, surtout, laisser la place au débat.



Shutterstock.com © Hawpixel

Les friches sont actuellement en vogue. Il faut dire qu'elles bénéficient d'une couverture médiatique dithyrambique à la suite d'expériences surmédiatisées cf. Les Grands Voisins (Paris, 14^e arrondissement), Mains d'Œuvres (Saint-Ouen), l'Hôtel Pasteur (Rennes), le 6B (Saint-Denis). Parallèlement la puissance publique reconnaît progressivement le potentiel de ces lieux. Et si tout n'était pas si nouveau ? Et si ces lieux répondaient aujourd'hui comme dans le passé à des boucles de précarité (professionnelles, numériques, culturelles, sociales, communautaires...) auxquelles ils tenteraient d'apporter des solutions territorialisées ? Et s'il importait de réaffirmer la dimension politique des friches dans la vision de la ville qu'ils dessinent, au-delà d'une reformulation de l'expérience utilisateur au prisme du local, de l'authentique et de l'alternatif ?

HISTOIRE OFFICIELLE. Si l'on en croit l'histoire officielle des tiers-lieux, telle que promue par les acteurs les plus IN (institutionnels) du mouvement des tiers-lieux en France, tout a commencé avec le sociologue urbain Ray Oldenburg et son ouvrage *The Great Good Place* publié en 1989⁽¹⁾. Le tiers-lieu désigne un lieu à mi-chemin entre les espaces normés de l'environnement domestique et ceux des mondes du travail, un lieu qui n'est ni le domicile ni le lieu du travail, un lieu qui allie et combine l'activité de travailler dans un cadre accessible, confortable, propice à la conversation et à l'échange. Cette typologie spatiale par la négation est la même que celle à l'œuvre dans les vocables "tiers-monde" et "tiers-état" : l'objet se définit par rapport à un référentiel en place (blocs géopolitiques, clergé et noblesse) dans lequel il s'inscrit en creux. Cette définition du tiers-lieu, qui est celle retenue par nombre d'exégètes d'Oldenburg, vulgarise la pensée du sociologue autour d'une formule séduisante mais réductrice.

Le contexte territorial français des années 2020 n'a pourtant que peu de choses à voir avec le contexte socio-urbain d'émergence de la notion de tiers-lieu telle qu'énoncée

par Ray Oldenburg. De fait, cette notion prend racine dans l'Amérique de l'après-guerre quand les GI's primés et dopés aux plans de relance vont chercher la terre promise dans l'anonymat social des banlieues pavillonnaires. Pavillons avec jardin, égrenés le long de larges routes, cellules familiales peu poreuses et lieux de sociabilité accessibles exclusivement en voiture : l'automobile donne à l'époque son échelle et son rythme. On passe d'une bulle à une autre dans le confort moderne de l'utopie de la mobilité individuelle de la seconde moitié du XX^e siècle. Pour Ray Oldenburg, il importe de concevoir des lieux de sociabilité (gymnases, *diners*, centres commerciaux seraient ces premiers *third places*) où pourrait se déployer une urbanité positive, c'est-à-dire une manière d'être en ville débarrassée des hiérarchies traditionnelles (organigramme, patriarcat...) des espaces vécus. L'on oublie trop souvent cette dimension politique (au sens de génératrice de sociabilités alternatives) de la doctrine de Ray Oldenburg pour n'en retenir que l'entre-deux spatial que l'on brandit à bout de bras en modèle de sortie de crise.

INITIATIVES PIONNIÈRES. Cette modélisation sociologique de Ray Oldenburg invisibilise d'autres modes de faire lieu – des modes qui existaient bien avant 1989 et bien avant l'âge d'or du concept de tiers-lieu dans la fabrique des territoires à la française. Ainsi la définition actuelle donnée aux tiers-lieux propose une relecture biaisée et tronquée, sociologiquement insuffisante, d'initiatives pionnières décelables dans différentes époques, territoires, référentiels métiers ou champs disciplinaires, souvent en réponse à des conditions de précarité. Yoann Duriaux, cofondateur de Movilab et cocommissaire de l'exposition "Fork the World!" de la Biennale de design de Saint-Étienne en 2017, affirme par exemple que les tiers-lieux trouvent leurs "*racines dans la lose, le système D, la débrouille et un ADN contre-système*".

D'où la nécessité d'imaginer une histoire alternative aux tiers-lieux selon une perspective généalogique, voire partisane – une his-

(1) Ray OLDENBURG, *The Great Good Place*, Da Capo Press, 1989.

toire énoncée par des acteurs de ce mouvement pluriel et adossée à un positionnement, une posture. Pour ma part, je considère que l'histoire des tiers-lieux se construit à partir de la culture et de la convivialité, des précarités du monde artistique, de l'ancrage territorial d'initiatives collectives d'artistes portés vers la mutualisation d'une ressource. Ma posture d'énonciation est marquée par les sous-textes du champ culturel et artistique, qu'ils soient méthodologiques, sémantiques ou politiques.

SQUATS D'ARTISTES. Dans les années 1980 en France, le mouvement des squats d'artistes prend corps dans l'avènement d'une culture libertaire nourrie à la théorie des zones autonomes temporaires (*temporary autonomous zones* ou TAZ) de l'activiste Hakim Bey et des hétérotopies foucaaldiennes⁽²⁾ : il s'agit de trouver des parenthèses spatio-temporelles rétives au système, des tactiques de hacking, de contournement, des arts de la ruse qui ne s'opposent ni frontalement ni de manière pérenne à l'establishment. Les squats naissent du besoin d'espaces pour habiter, vivre et travailler et de la colère face à l'existence de tant d'espaces inutilisés – résidences secondaires, espaces de production désaffectés, foncier en dormance – et à l'absurdité de cette vacance au regard de la précarité rampante. Dans ces squats (occupations sans droits ni titres), tels DOC! (Paris, 19^e) ou Le Post (Paris, 9^e), s'éprouvent un militantisme au quotidien, une abolition des hiérarchies usuelles... Le lieu modèle le collectif autant qu'il est modelé par lui et par les modes d'organisation (qui empruntent à l'autogestion).

Cette vision du tiers-lieu ajoute donc à la notion de lieu intermédiaire la brique de la création artistique. Surtout, elle mobilise quelques attributs supplémentaires : la coprésence du travail et de la vie (réalisant le rêve romantique de fusion totale des deux pôles), le court-circuitage du *cursum honorum* usuel de l'artiste, la coprésence des activités de création, de production et de diffusion (renforçant ainsi le potentiel de rencontre avec l'œuvre entendue comme processus plutôt que forme

figée). Le décloisonnement des disciplines et des registres (versatilité des statuts amateur/professionnel) construit des rapports différenciés avec l'institution. *L'artist-run space* (espace d'exposition ouvert et géré par des artistes) des décennies suivantes repose sur les mêmes attributs.

Le mouvement des squats d'artistes recoupe dans de nombreux sites un vaste mouvement de réappropriation de friches (d'abord des infrastructures portuaires et des chantiers navals, puis de grandes fabriques industrielles et enfin des immeubles de services) par des initiatives spontanées de la société civile : artistes, habitants, collectifs d'agents culturels. Dépris de leur fonction initiale, la production étant délocalisée vers des contrées aux avantages comparatifs saillants (fiscalité, coût de la main-d'œuvre...), de nombreux sites industriels, issus pour la plupart d'entre eux des Trente Glorieuses, sont brusquement désaffectés. Commence alors, à la suite du Confort Moderne à Poitiers et sous l'impulsion de la militante Fazette Bordage, une aventure européenne, celle du réseau Trans Europe Halles de "*mise en culture des friches industrielles*", selon l'expression de la géographe Françoise Lucchini. Émergent ainsi une vague d'enchantement, par le sensible et les imaginaires, de la majesté de vastes volumes déserts, un dialogue artistique avec le "génie du lieu" et une attention particulière au territoire d'ancrage, souvent marqué d'une profonde mémoire ouvrière qui fait la matière brute des expérimentations et écritures artistiques à l'œuvre, comme à Saint-Ouen avec Mains-d'Œuvres, ancien gymnase ouvrier devenu "*lieu d'imagination artistique et citoyenne*". En 2001, Fabrice Lextrait, administrateur de la friche Belle de Mai à Marseille, livre au ministre de la Culture un rapport qui met en visibilité ces "*nouveaux territoires de l'art*". Des territoires, ni galeries, ni musées, ni centres d'art, qui dessinent des contours nouveaux pour une culture territorialisée, transitive, accessible et collective, et qui esquissent des pistes nouvelles pour les politiques culturelles décentralisées.

(2) Michel Foucault, "Des espaces autres (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967), *Architecture, Mouvement, Continuité*, n° 5, 1984.
<https://foucault.info/documents/heterotopia/foucault.heterotopia.fr/>

HYPOTHÈSE COLLABORATIVE. Dans le même temps, de jeunes architectes et urbanistes tout juste sortis d'écoles et refusant l'apprentissage en silo et les débouchés en agence, se mettent à rêver d'autres manières de penser la fabrique de la ville en misant sur le frugal et le local, le réemploi, le DIY (*do it yourself*). Ils cherchent à réaliser "*l'hypothèse collaborative*⁽³⁾" consistant à faire ville en incluant davantage les habitants et les usagers dans sa conception. À la suite de collectifs comme Etc ou Carton Plein, à la suite de l'urbaniste Patrick Bouchain et de ses manifestes en faveur d'un droit à l'expérimentation, de nouvelles générations de lieux émergent et tentent de faire jurisprudence en montrant qu'il est possible de faire ville avec des normes moins contraignantes, des réglementations plus souples, en intégrant les notions d'erreur et de temporalités hétérogènes. C'est une brèche de choix pour une nouvelle génération d'acteurs (YA+K, Hyperville, Yes We Camp) qui suggèrent des manières innovantes d'exploiter les dents creuses urbaines et de faire de l'urbanisme temporaire. Des bâtiments ponctuellement inoccupés hébergent des activités culturelles, sociales ou événementielles sur fond de mutations profondes des jeux et des postures des acteurs de l'aménagement du territoire. Souvent accusés, comme Plateau Urbain, la Belle Friche ou Entremise, de renforcer une criminalisation du squat en édulcorant et en légalisant l'occupation temporaire, ces acteurs évoluent vers un urbanisme de transition, à même de préfigurer les usages des espaces à venir et donc de leur trouver un impact autre que l'animation ponctuelle d'une parenthèse temporelle à des fins de valorisation. Ils vont jusqu'à défendre, avec l'urbanisme solidaire prôné par Plateau Urbain, la nécessité d'exploiter ces dents creuses à des fins exclusives d'intérêt général.

COMMUNAUTÉ INTENTIONNELLE. Cette généalogie située omet d'autres entrées disciplinaires, générationnelles et politiques, qui auraient été pertinentes pour dévoiler la multiplicité de référents possibles dans l'avènement actuel des tiers-lieux. Citons l'économie sociale et soli-

Ces lieux ont en commun des pratiques et des principes d'action : une communauté intentionnelle inventant des règles de vie, de gestion et de gouvernance autour de la ressource qu'est le lieu mutualisé.

daire qui a su incarner dans un certain nombre de lieux physiques le coopérativisme et le mutualisme. Citons également l'éducation populaire et l'aventure des maisons de la jeunesse et de la culture auxquelles les tiers-lieux, consciemment ou non, doivent sans doute beaucoup. La diversité de ces strates historiques et des référentiels (professionnels, disciplinaires et politiques) que ces lieux agrègent se retrouve dans la diversité des acteurs et de leurs modes opératoires – il en résulte toutefois une certaine homogénéisation de l'expérience utilisateur, parfois dupée par des décors conformes à un certain imaginaire alternatif. Malgré cette diversité, ces lieux ont en commun des pratiques et des principes d'action : une communauté intentionnelle (modèle à rapprocher davantage de la *community* anglo-saxonne que du communautarisme honni par la laïcité républicaine à la française) inventant des règles de vie, de gestion et de gouvernance autour de la ressource qu'est le lieu mutualisé. Ces collectifs visent l'encapacitation et la réflexivité critique sur un monde en mouvement ; ils cherchent à faire passer la ville d'une logique de stock (une fonction immuable pour un bâtiment) à une logique de flux ; ils s'appuient pour ce faire sur un décroisement des disciplines, des publics, des temporalités, des registres, en donnant la primeur à la ren-

.....
(3) Atelier Georges (Mathieu DELORME et Arthur POIRET) et Mathias ROLLOT (dir.), *L'Hypothèse collaborative. Conversation avec les collectifs d'architectes français*, Hyperville, 2018.

contre et à la convivialité. En un mot, ils proposent une nouvelle donne expérientielle dans la pratique de la ville.

CONSONANCE POLITIQUE. Parler de friche met l'accent sur le fait que l'espace physique est détourné de son usage premier. Comme le squat, la friche se donne avant tout à l'esprit en tant que système de signes visuels : cathédrales industrielles, usines en ruine, entrepôts et briques fondent une esthétique de la friche. Mais le référent "friche" conserve, au-delà de la pure esthétique, une consonance politique puisque ces espaces vides dans l'urbain contemporain signifient la possibilité d'usages spontanés, de libertés momentanées à même de prendre forme dans des parenthèses utopiques au sein d'une ville fonctionnaliste où chaque usage est programmé. Comme l'écrit très bien Marie Vanhamme dans son ouvrage *Arts en friches. Usines désaffectées : fabriques d'imaginaires* : "La friche est cet espace vide, inutile, inutilisé, et donc disponible, appropriable, que des associations, acteurs culturels, spectateurs passionnés artistes investissent et dotent de nouvelles fonctions⁽⁴⁾." Il est intéressant de voir que ces friches, apparues dans les années 1980 consécutivement au mouvement de désindustrialisation en Europe, n'ont intéressé que peu de monde à l'époque – si ce n'est des initiatives éclatées, apparues la décennie suivante et fédérées par des réseaux tels que Trans Europe Halles. C'est même le désintérêt de la puissance publique et des promoteurs pour ces espaces privés de leur fonction initiale qui a permis à la scène free party, aux raves et autres interventions artistiques pirates de se développer. Peu de mouvements de patrimonialisation ont été entamés entre les années 1980 et 1990 (malgré des mesures d'inventaire dès les années 1980). À l'époque, les friches ne semblent pas infuser l'imaginaire collectif ; elles sont plutôt les vestiges bancals d'une époque que l'on oublie sans peine, puisque héritant de la mauvaise image de l'industrie dans la société française.

En revanche, le phénomène progressif de patrimonialisation et de protection de certaines

de ces friches, ces dernières décennies, contribue peu à peu à faire considérer ces espaces comme des "lieux de mémoire", selon l'expression de Pierre Nora ; ce phénomène exprime l'attachement de l'opinion publique à une époque révolue. Le paradoxe mérite d'être souligné : alors que la patrimonialisation de bâtiments rime bien souvent avec une muséification aux allures de déterritorialisation, ce sont les interventions pirates de ces espaces et les dynamiques de réemploi qu'elles intègrent (une antipatrimonialisation, en somme) qui, trouvant une résonance dans des cercles de public de plus en plus larges, ont contribué (à leur échelle) à susciter une prise de conscience de la présence, et de la valeur, de ces friches, entraînant l'actuel phénomène de patrimonialisation qui les touche.

ESTHÉTISATION DU MONDE. Avec son essai *L'Art à l'état gazeux* publié en 2003, le philosophe Yves Michaud évoque un paradigme d'esthétisation du monde qui rompt avec l'œuvre comme objet physique dans la tradition de l'histoire de l'art : l'art contemporain s'évapore par le biais d'installations et de performances ; il vise à produire des effets et se place sous le régime de l'expérience. À sa sortie, cet essai est un pavé dans la grande mare de l'art contemporain. Neuf ans plus tard, Michaud persiste et signe avec *Ibiza mon amour*. Il prend cette fois comme objet d'étude la fête, médium qui consacre l'expérience comme modalité ultime de notre rapport au monde, et par-là, à l'art. L'art, comme la fête est expérience, ambiance, atmosphère : "[...] nous baignons ou nageons dans le bien-être, le plaisir ou le bonheur. C'est vrai au sens propre : nous recherchons le plaisir et le bonheur non pas au fil de listes de biens à acquérir et à consommer [...] mais au sein d'expériences à l'intérieur desquelles nous vivons comme dans des bulles ou, mieux, baignons dans un liquide. De là l'importance des sons, des odeurs, des atmosphères lumineuses et sonores, des 'ambiances' et des environnements – et de toutes les techniques pour les mettre en forme, pour les 'designer' (design

(4) Marie VANHAMME,
Arts en friches. Usines désaffectées : fabriques d'imaginaires, Alternatives, 2001.

(5) Yves MICHAUD, *L'Art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Stock, 2003.

sonore, design olfactif, design d'ambiance, design environnemental)">(6).

Au royaume des ambiances et du tout-design, le rapport à la création n'est plus à la contemplation d'une œuvre finie (objet potentiellement valorisable sur le marché de l'art), mais se range du côté d'une dimension expérimentielle de la culture. Un parallèle est à trouver lorsque la fête, et son atmosphère conviviale, devient l'un des moyens de la rencontre des œuvres et du public dans certains lieux hybrides avec, comme principal corollaire, le caractère partagé et collectif d'une œuvre que l'on expérimente à plusieurs. Un procédé qui reconfigure aussi la posture du spectateur : devenu actif, ce dernier devient une composante essentielle de la fête des formes et des ambiances qui s'y jouent. L'usage dominant des tiers-lieux et autres friches par ses publics va dans le sens de cette évaporation du fait culturel : on s'immerge dans des ambiances, parfois organiques (nées de la précarité, de l'urgence, du système D et du DIY), souvent scénographiées et designées à outrance avec "l'esthétique palette" que dénonce le journaliste Mickaël Correia dans son article "L'envers des friches culturelles" publié sur Mediapart en décembre 2018.

CHARGE UTOPIQUE. L'imagerie alternative telle que réinvestie au sein d'une culture expérimentielle frise avec un risque de cosmétisation et de packaging de ces lieux, offrant une expérience "décalée" à des publics sans que le pas de côté politique à l'œuvre dans ces lieux pionniers soit mis en avant. Le risque de récupération esthétique a pour corollaire immédiat l'homogénéisation progressive du phénomène et la neutralisation de sa portée politique. Si ces lieux puisent tous dans un imaginaire alternatif, cette dimension ne saurait se réduire à une esthétique (des palettes et des graffs) ou des moodboards (planches d'inspiration) sur Pinterest. Les tiers-lieux sont nés d'une scène alternative et militante. Ils sont marqués par les "utopies communautaires", "l'idée d'une opposition [...] au système et la volonté de repenser la vie des quartiers et des villes en

offrant des espaces culturels ou de rencontres alternatifs">(7)" selon les mots de Cécile Péchu.

La dimension politique, qu'elle s'incarne dans des espaces de réflexion collective ou dans des modes de gouvernance expérimentaux, est une donnée centrale des tiers-lieux, une partie de leur ADN. En faire des objets purement expérimentiels, marketés, esthétiques, c'est nier cette dimension politique, supprimer leur charge utopique et faire taire un héritage militant jusqu'à ce que la dimension politique du tiers-lieu ne s'énonce plus. Le in vient picorer dans le off un certain nombre de signes "alternatifs" et se garde bien, en faisant son marché, de conserver les traces de militantisme. Étienne Delprat, du collectif d'architectes YA+K, fait un parallèle entre le DIY (*do it yourself*), pratique on ne peut plus à la mode dont il s'est fait le spécialiste, et les tiers-lieux : "À ce prisme, le DIY est en miroir des tiers-lieux. Plus personne n'y affirme une dimension politique alors qu'il prend ses racines dans un héritage punk. Il y a une appétence nouvelle du public pour l'alternatif sous toutes ses formes mais il est aussi de la responsabilité des porteurs de projets d'affirmer et de défendre cette dimension politique, militante."

L'expérience promise dans ces lieux ne peut donc faire l'économie de l'affirmation de leur caractère essentiellement politique, éventuellement utopique, nécessairement inventif dans les sociabilités qu'ils permettent. Sans quoi, ces lieux risquent un devenir touristique au royaume du hipster planétaire tel que décrit par le journaliste Jean-Laurent Cassely dans son ouvrage *No Fake*(8). Un hipster en proie à la recherche compulsive, dans des médias prescripteurs comme *Time Out* ou *Resident Advisor*, des lieux alternatifs en vogue dans son territoire de villégiature à la recherche d'une expérience résolument bohème, hors piste, authentique(9). L'expérience de ces lieux tiers doit savoir rester celle de la communauté, avec ses zones de frottement, de friction, de recul critique : toutes ces zones grises où se pose en majuscule la question du collectif et de la vie commune.

(6) Yves MICHAUD,

Ibiza mon amour. Enquête sur l'industrialisation du plaisir, Nil, 2012.

(7) Cécile PÉCHU, *Les Squats*, Presses de Sciences Po, 2010.

(8) Jean-Laurent CASSELY, *No Fake : contre-histoire de notre quête d'authenticité*, Arkhê, 2019.

(9) Saskia COUSIN, "L'éternel temporaire dure-t-il ? Imaginaires bobos, Roms et bohème", dans Grégoire COUSIN, Gaëlla LOISEAU, Laurent VIALA, Dominique CROZAT et Marion LIÈVRE (dir.), *Actualité de l'habitat temporaire. De l'habitat rêvé à l'habitat contraint*, Terra-HN éditions, janvier 2016. <http://www.shs.terra-hn-editions.org/Collection/?L-eternele-temporaire-dure-t-il>

LES FRICHES DE LOISIRS, UN MOYEN DE SE RÉAPPROPRIER LES ESPACES DÉLAISSÉS

AUDE MASBOUNGI

Cofondatrice de La Belle Friche

< a.masboungi@labellefriche.com >

L'occupation transitoire des friches n'est pas une fin en soi, mais une méthode permettant d'enclencher de nouvelles étapes de fabrication de la ville, et notamment de définir des usages répondant aux attentes, formulées ou non, des habitants et des institutions. Grâce à la réinterprétation des lieux, à l'organisation de temps de rencontre (événements, locaux partagés, concertation) et au fait de "faire vivre" la friche, d'en faire une "friche de loisirs", les habitants s'intéressent alors à l'avenir de cette dernière et aux sujets urbains qui y sont liés.



Le Génie d'Alex © La Belle Friche

Les friches de diverse nature (terrains vagues, bâti abandonné, sites en déprise...) constituent des espaces sous-utilisés que nous considérons, à La Belle Friche, comme des potentiels à exploiter pour agir sur l'urbain. Ces lieux, qui sont en attente d'un aménagement pérenne, constituent des opportunités pour définir des usages répondant aux attentes, formulées ou non, des usagers et des institutions. Le *modus operandi* que nous proclamons, "*réveiller la ville qui sommeille*", consiste à identifier et à relier des savoir-faire et des pratiques spatiales à travers la réinterprétation des lieux et l'organisation de temps de rencontre (événements, locaux partagés, concertation). L'enjeu étant d'engager des changements d'usage durables.

Nous avons créé l'agence de stratégie urbaine La Belle Friche en juillet 2016. Nous menons, pour des maîtres d'ouvrage tant privés que publics, des actions opérationnelles de transformation urbaine (aménagements légers, programmation événementielle, occupation transitoire...) servant de support à une réflexion prospective, fondée sur une approche collaborative des usages du lieu.

Lors de la création de l'agence, notre ambition première était de mettre en relation propriétaires fonciers (de terrains ou de bâtis) et porteurs de projets temporaires. Nos premières expériences nous ont suggéré d'aller plus loin, d'assurer un rôle de pilote, de suivi et d'accompagnement des opérations, car la simple mise en relation ne pouvait se réaliser sans médiation. Par ailleurs, nous avons perçu que les habitants et les acteurs locaux exprimaient le désir de s'approprier ces sites, de comprendre et de maîtriser l'évolution de leur territoire. Nous avons donc mis en place des démarches de concertation ludique permettant d'enrichir la réflexion sur le lieu.

MOBILISATION DES HABITANTS. L'intégration des habitants et usagers dans la fabrication urbaine se développe, que ce soit pour des raisons juridiques ou pour éviter que la

contestation sociale ne bloque certains projets. De nombreux dispositifs s'y prêtent : participation aux jurys de concours d'architecture et d'urbanisme à l'instar des ateliers citoyens à Nantes, processus de concertation pour enrichir la programmation urbaine, habitat participatif, conseil citoyen, plateforme participative... L'expertise habitante se révèle de plus en plus utile, voire indispensable, pour coproduire la ville.

La première étape à toute démarche d'implication des habitants est leur mobilisation. Or nombre d'habitants sont souvent exclus de fait des démarches de concertation, pour différentes raisons : les horaires et le format des rencontres sont peu adaptés à leurs contraintes personnelles ; ils ne se sentent pas concernés par le sujet tel qu'il est proposé : le format de la concertation leur paraît trop fermé, relevant davantage de l'information que de la coproduction ; ils sont méfiants... Ainsi la représentativité de l'expertise habitante est-elle assez rarement au rendez-vous.

Le fait de "faire vivre" la friche, d'en faire une "friche de loisirs", permet alors d'intéresser les habitants à l'avenir de cette dernière et aux sujets urbains qui y sont liés. Les animations et autres activités proposées permettent d'engager les usagers dans le processus de concertation. Elles sont le support d'une mobilisation des habitants qui passe alors par des horaires d'ouverture larges, par le fait d'assurer une permanence sur le site, par une dimension culturelle et sociale, par une programmation variée à même d'attirer des publics d'âges et de profils différents...

Pour les équipes de La Belle Friche, la présence sur le terrain pendant un temps long permet de créer des liens avec les habitants, de vivre le lieu, et ainsi de mieux comprendre les enjeux spécifiques du site. Cette présence et l'apprentissage mutuel qu'elle permet font partie de notre méthode d'analyse des usages et des besoins du territoire. Cette présence apprenante est le support tant de l'élaboration de notre diagnostic que de la mise en place du processus de concertation. Les friches de

La Plaine Estivale (Paris, 20^e)

REDONNER CONFIANCE AUX HABITANTS

Nous avons la tâche de préfigurer, en partenariat avec le collectif d'architectes YA+K, les aménagements du quartier Python, dans le 20^e arrondissement de Paris, retenu comme quartier d'intérêt national par le NPNRU (nouveau programme national de renouvellement urbain). Le cadre urbain, social et économique du site est caractéristique des quartiers en attente depuis longtemps d'un projet de renouvellement urbain, où les annonces se succèdent depuis près de dix ans. Habitants et associations locales se disent fatigués d'attendre le lancement des travaux (les logements sont insalubres, les espaces publics sont délaissés et manquent d'aménité...). Ils sont lassés aussi de la récurrence des démarches de concertation, dont ils ont la conviction qu'elles ne servent à rien. Une défiance envers les acteurs publics s'est instaurée. Ce contexte rend la réalisation d'un diagnostic sur le temps court complexe, du fait notamment du refus de participation des habitants. C'est pourquoi nous avons mis en place des dispositifs alternatifs de communication pour piquer la curiosité de ce public détaché : défilés au rythme de la batucada dans les rues du quartier, événements pour les enfants, embauche d'un jeune du quartier pour assurer une présence continue sur place, mobilisation d'une quinzaine d'associations locales pour mettre en œuvre des activités dans les espaces publics... Dans ce projet, si la démarche a pour objectif de prescrire à terme des usages coprogrammés entre habitants et services techniques de la collectivité, elle a également pour ambition de proposer des actions immédiates permettant aux habitants de reprendre confiance dans l'avenir de leur quartier.

loisirs sont donc des outils de diagnostic urbain et de mobilisation citoyenne.

PROGRAMMATION OUVERTE. La programmation urbaine qui consiste à penser, en fonction des usages et des fonctions, les dimensions et le type d'espaces à aménager, a été bouleversée par les évolutions des paradigmes sur la fabrique de la ville. On est passé en quelques années de la planification urbaine au projet urbain, de la programmation conçue par les architectes et les urbanistes à la programmation ouverte mettant en avant le rôle central de l'usager et s'appuyant sur les sciences sociales. L'usager, qui arrivait en fin de processus dans la temporalité de l'aménagement urbain, intervient aujourd'hui plus en amont.

De notre point de vue, la programmation urbaine, même temporaire, nécessite de passer par un travail d'analyse du contexte urbain et social pour détecter des besoins et repérer des initiatives déjà là, par un recensement des besoins et attentes au travers d'entretiens avec la population, les associations locales, mais aussi par une méthode de programmation ouverte. Il s'agit de privilégier le "non-fini", de laisser la porte ouverte aux différentes utilisations qui pourraient être faites d'un site. Pour cela, La Belle Friche fait un appel à candidatures, diffusé en priorité dans les réseaux locaux, afin de trouver des porteurs de projet.

Nous avons expérimenté cela dans plusieurs projets. Citons le château de l'Amiral à Sceaux, ancienne maison de maître en centre-ville reconvertie en friche culturelle dans l'attente d'un projet de rénovation, ou encore le Génie d'Alex, ancienne boîte de nuit (le Showcase) située sous le pont Alexandre-III à Paris, transformée en lieu de divertissement diurne, en partenariat avec Plateau Urbain. Dans les deux cas, la méthode a consisté à assurer la mise en état et le bon fonctionnement du site (travaux de mise aux normes, de réparation, installation d'un bar-restaurant, sécurité, aménagements mobiliers et dispositifs scéniques, système son et lumière) afin de pouvoir accueillir des activités de tout type, issues de l'appel à initiatives le plus souvent.

Cette méthode permet une programmation plus inclusive que celle où, selon un schéma classique, les porteurs de projet doivent justifier de leur solidité financière. Le principal levier de diversité des projets accueillis sur le site est le faible coût des loyers, permis par le caractère temporaire des autorisations d'occupation allouées. Moyennant quoi, ce sont plus de mille porteurs de projet (art, formation, culture, agriculture, activités sportives, activités commerciales et animations participatives...) qui ont pu développer leurs activités dans des projets encadrés par La Belle Friche.

Nous explorons d'autres pistes pour éviter que l'effervescence de la phase temporaire ne s'essouffle. Parmi ces pistes : une veille locale avec un échantillon d'habitants qui restent garants de la démarche, la migration d'activités éphémères vers de nouvelles constructions, des montages immobiliers permettant l'accueil d'activités alternatives (loyers modérés, aménagements modulables), la création d'espaces publics qui intègrent les dispositifs et activités éphémères...

ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT. De manière générale, les grands projets d'urbanisme se mettent en place sur une durée d'environ quinze à trente ans. Le temps administratif, économique, politique et technique de la fabrique de la ville est donc long, et il n'est pas aisément assimilé par le riverain dont le vécu quotidien repose sur un temps court.

La chaîne de fabrication de tels projets est séquencée : les phases se superposent avec des moments d'accélération, de blocage et de ralentissement qui se succèdent dans un contexte d'incertitude grandissant (juridique, financier, politique), les procédures pouvant être rétroactives.

Lors de la phase opérationnelle, le phasage est tel que, bien souvent, les premiers programmes sont livrés et investis par de nouveaux occupants, alors que certaines parties du site sont encore en friche, en travaux ou en attente de réhabilitation. Le temps de la mutation urbaine est alors mal vécu par des

Maison de l'écoquartier de Montévrain (Seine-et-Marne)

CRÉATION D'UN ESPRIT DE QUARTIER

L'écoquartier de Montévrain, piloté par l'agence Philippe Madec, est un projet urbain s'articulant autour d'un parc agro-urbain de 153 hectares. Il a une forte ambition sociale, associée à une dimension écologique et économique, avec la préservation d'un cœur agricole. Le phasage du projet a conduit à l'installation des nouveaux habitants dans le quartier encore en construction. Les activités, services et commerces tardent à émerger, les pieds d'immeuble demeurent fermés. Dans ce nouveau quartier où l'histoire est entièrement à écrire, l'aménageur EPA Marne a chargé La Belle Friche et Écologie urbaine & citoyenne d'accompagner la création d'une culture locale. Le projet développé par nos équipes dans la Maison de l'écoquartier (en cours depuis 2016) permet à la fois de rassembler et d'engager les habitants et usagers du site dans le processus de constitution d'un esprit de quartier. En plus de son rôle d'information sur le projet urbain, la Maison est devenue le lieu d'accueil des événements et initiatives locales : ciné-débat, rendez-vous citoyens, occupation éphémère des locaux vides, visites et événements hors les murs pour découvrir le territoire, ateliers de formation au zéro déchet, disco-soupes...



**Les friches de loisirs peuvent
devenir le moteur de l'accompa-
gnement au changement des
pratiques quotidiennes
des habitants et des usagers.**

habitants qui vivent dans des chantiers pendant une longue durée. Ces temps longs étant relativement incompressibles, il y a nécessité à accompagner l'habitant et l'utilisateur dans ce processus de transformation, voire de l'associer à l'opération et de le rendre acteur de cette dernière. De cette façon, ces temps longs, qui permettent de familiariser l'habitant et le visiteur avec ces nouveaux espaces ou nouveaux usages d'espaces à reconverter, deviennent féconds.

Les friches de loisirs peuvent devenir alors le moteur de l'accompagnement au changement des pratiques quotidiennes des habitants et des usagers. À l'ère de la multiplication des écoquartiers en France et, plus largement, des approches durables, se pose la question de l'appropriation et de l'assimilation par les habitants des dispositifs pensés par les urbanistes, architectes, les collectivités et les maîtres d'ouvrage. Les friches de loisirs sont donc un support privilégié pour toucher les habitants et les accompagner vers des pratiques durables au quotidien car elles tablent sur la proximité, la mobilité douce. La flexibilité de ce support d'expérimentation permet à ces espaces de devenir des lieux de formation, d'échange, de partage, de mise en avant du potentiel local et des initiatives durables.

À Montévrain, en Seine-et-Marne, nous travaillons sur la question de l'éphémère et de l'après. La mission d'animation qui nous a été confiée permet d'accompagner les phases suc-

cessives de construction à l'échelle d'un écoquartier organisé autour d'un cœur agricole (150 hectares). La livraison étant à présent quasi achevée, nous souhaitons ancrer notre démarche dans le quartier de manière définitive. Nous accompagnons donc la reconversion de la maison de projet en tiers-lieu. Celui-ci est conçu progressivement et sur mesure ; sa gestion devrait être confiée aux habitants et associations avec lesquels nous travaillons depuis quatre ans.



L'occupation éphémère des friches n'est pas une fin en soi, mais une méthode permettant d'enclencher de nouvelles étapes de fabrication urbaine. Ces étapes s'inscrivent utilement dans le processus de fabrication de la ville, au même titre que les études de site, la conception du projet, le chantier, la livraison, etc. La valeur ajoutée de cette méthode réside dans l'intégration de la participation citoyenne aux projets urbains par le biais d'un lieu, d'un événement.

Les friches de loisirs donnent vie aux espaces non utilisés en leur fabriquant une histoire avec les habitants et en les ouvrant au-delà du quartier. Elles contribuent à fédérer des communautés locales, offrent une parenthèse salvatrice dans une urbanité bien souvent trop homogène. Reconnaître leur quasi-mission de service public serait leur donner les moyens d'aller plus loin encore et de permettre à leurs exploitants de trouver leur place au sein des différentes parties prenantes des opérations d'urbanisme (collectivités locales, aménageurs, promoteurs...).

Les friches de loisirs nous rappellent que l'espace public peut être utilisé à des fins de loisirs, de divertissement, de rencontre. Grâce à des mobiliers urbains adaptés, ces lieux peuvent accueillir de façon éphémère des commerces polyvalents, des espaces sportifs, des bars, des restaurants, des points de vente à emporter... On pense à Paris Plages ou encore à Urbanature à Genève. Ces installations éphémères ouvrent des pistes d'avenir pour la vie et l'organisation urbaine de demain. ■

Centre-ville de Sceaux (92)

PRÉFIGURATION DE L'ACTIVITÉ FUTURE

Dans le cadre de l'appel à projets urbains et innovants "Inventons la métropole du Grand Paris", La Belle Friche a été mandatée par le groupement de promoteurs immobiliers Pitch Promotion et Nacarat pour le projet de réaménagement du centre-ville de Sceaux, intitulé "À la croisée des S[cé]jens". Il s'agissait de préfigurer la transformation du site par une occupation immédiate des surfaces libres (bâties et non bâties), en l'occurrence une maison de maître du ^{XVI^e} siècle, le château de l'Amiral, propriété de la Ville et fermée au public depuis une dizaine d'années. Ce bâtiment emblématique et ses abords se sont mutés en lieu de vie, prolongeant la démarche de concertation citoyenne lancée par la Ville un an auparavant sur l'avenir de son centre-ville.

En attendant le lancement des travaux définitifs, le groupement a valorisé le site pendant huit mois, en préfiguration de la future occupation du bâtiment (une école de cuisine internationale avec des espaces ouverts au public). Préalablement, les différents espaces du site ont été qualifiés et agencés : salle d'exposition, espace scénique à l'extérieur, rendez-vous sportifs dans le jardin... Les activités, assurées par la population et les acteurs locaux (200 porteurs de projet), s'y sont succédé. Pour assurer la cohérence entre ces différentes activités, des semaines thématiques ont été organisées. De mai à octobre 2018, le château a accueilli 70 visiteurs par jour (panier moyen de 10 euros).



GROUND CONTROL, TIERS-LIEU LIBRE ET CURIEUX

INTERVIEW DE **DENIS LEGAT**

Directeur associé de La Lune rousse,
agence événementielle pilotant Ground Control
< denis@lalunerousse.com >

Ground Control est une marque emblématique de la transformation de friches urbaines en espace de loisirs. Ses implantations se développent, notamment grâce à un partenariat avec SNCF Immobilier, qui lui confie pour quelque temps ses friches afin qu'y soit mise en place une démarche d'urbanisme transitoire. L'objectif : associer les habitants à la réflexion sur l'avenir de ces espaces en devenir. Une démarche que Ground Control met en œuvre ailleurs sur le territoire, avec d'autres partenaires.



VOUS AVEZ INSTALLÉ GROUND CONTROL GARE DE LYON, EN 2018, DANS L'ANCIENNE HALLE DE TRI POSTAL DE CHAROLAIS, PRÈS DE LA GARE DE LYON À PARIS. AUPARAVANT, GROUND CONTROL A ÉTÉ INSTALLÉ SUR D'AUTRES SITES APPARTENANT À LA SNCF, QUE CE SOIT DANS LE 18^E ARRONDISSEMENT DE PARIS OU DANS LA GARE D'ARLES. QUELS TYPES DE RELATIONS ENTRETENEZ-VOUS AVEC LA SNCF ?

SNCF est l'un des rares acteurs de l'immobilier qui a compris que la démarche d'urbanisme transitoire était extrêmement vertueuse. Leur stratégie est née de la volonté de repenser et d'accompagner la transformation d'un gigantesque patrimoine (8,5 millions de mètres carrés, soit 25 000 bâtiments dans toute la France) en ouvrant certaines emprises désormais inutiles aux activités ferroviaires à de nouvelles initiatives et à de nouveaux acteurs. Les espaces créés sont des lieux d'opportunité pour imaginer la suite, inventer d'autres formes d'usage, avec des acteurs qui ont des prismes différents (culturel, social, environnemental). Ces acteurs ont une motivation commune : réinventer la ville et expérimenter un mode de vie plus respectueux de l'environnement à l'échelle d'un quartier, d'une ville.

J'estime que la relation que nous sommes parvenus à développer avec SNCF Immobilier est très positive car elle comprend une forme de réciprocité. Évidemment, en tant qu'occupant d'un site qui leur appartient, nous payons un loyer (avec une part variable sur le chiffre d'affaires) ; mais nous échangeons aussi beaucoup avec eux sur les moyens d'être plus pertinents sur les questions environnementales, sur l'accueil des publics... Même dans une très grosse entreprise comme la SNCF, notre point de vue de petite PME est pris en compte avec une certaine bienveillance. Cette écoute réciproque permet d'avancer ensemble de façon très constructive.

Bien évidemment, notre équilibre est fragilisé par la nature même de nos projets : ils sont lourds à monter pour des durées de vie très courtes. La viabilisation d'un site comme Ground Control Gare de Lyon (une halle de 4 000 mètres carrés de bâti) représente un investissement non négligeable, alors que les durées d'exploitation prévues sont faibles. Sur la halle de Charolais, nous avons entièrement porté l'investissement pour assurer la sécurité incendie d'un ERP (établissement recevant du public) de première catégorie, et cela s'est révélé beaucoup plus coûteux que ce qui avait été budgété au départ. En effet, nous avons dû répondre aux exigences de la préfecture qui n'a pas accepté de mesures compensatoires – comme c'est habituellement le cas pour une activité événementielle –, alors que la durée d'exploitation de Ground Control est bien inférieure à celle d'un ERP classique. SNCF Immobilier, de son côté, a pris en charge les obligations du propriétaire, soit l'arrivée des réseaux électriques et d'eau et l'aménagement d'un escalier. Au départ, nous avons signé pour trois ans d'exploitation (2017 à 2019). Cette convention d'occupation temporaire a été prolongée de deux ans, jusqu'en 2021, et pourra peut-être être étendue à nouveau si le projet urbain prend du retard.

Ground Control est plus qu'un simple lieu qu'on vient visiter. Nous essayons d'imaginer un lieu qui soit une nouvelle forme de commun, où chacun peut se sentir bien. Nos quatre

piliers sont la culture, l'engagement solidaire, la transition écologique et les acteurs du changement. À partir de ces thèmes, nous construisons notre programmation avec des événements qui ont lieu tout au long de l'année. En outre, pour alimenter la réflexion sur ces quatre thèmes, nous avons créé un média en ligne, sur lequel nous publions des podcasts, des vidéos, des interviews... Notre ambition est de créer une sorte d'écosystème.

Les équipes de SNCF Immobilier viennent puiser dans ces contenus et ressources afin de nourrir leur innovation. Ce site répond vraiment à la définition d'un urbanisme transitoire : notre présence, qui a un début et une fin, a vocation à inspirer le futur projet urbain. De notre point de vue, notre occupation mériterait d'être prolongée encore quelque temps car nous n'avons pas fini de créer, d'expérimenter, d'innover. Le modèle n'a pas fini d'être construit.

Parmi les nouveaux acteurs de ces occupations temporaires de friches urbaines, comment vous positionnez-vous ?

Nous aimons définir Ground Control comme un tiers-lieu libre et curieux. Notre originalité est d'articuler un lieu physique avec un média qui permet de prolonger l'expérience. Nous créons des lieux culturels, festifs, de convivialité. Nous nous posons sans cesse la question de comment aller plus loin, et nous faisons le pari de la curiosité.

L'idée, c'est d'attirer une personne qui vient d'abord simplement boire une bière parce que le lieu est sympa. À cette occasion, elle tombe sur une exposition, une conférence sur un sujet qui l'intéresse. Ensuite elle peut aller sur notre média pour creuser ce sujet. Ground Control est au sens propre un lieu ressource, un lieu qui met en avant les acteurs du changement, notamment ceux qui imaginent la ville de demain. Ainsi, même pendant le confinement, nous avons pu garder le lien avec notre com-

munauté grâce à ce média que nous alimentons régulièrement avec de nouveaux contenus, par exemple des interviews d'acteurs déjà venus à Ground Control pour des conférences. Ce média ne génère pas de revenus directs, bien sûr, mais nous permet de continuer à débattre sur les sujets qui nous intéressent.

Votre modèle économique repose sur la fréquentation du lieu. Pouvez-vous préciser qui sont vos publics et en quoi consistent vos recettes et vos charges ?

En termes de volume, ce sont 850 000 personnes qui ont fréquenté le site en 2018, toutes activités confondues (soit près de 30 000 personnes par jour). Avant l'épisode Covid-19, nous visions le million de visiteurs pour l'année 2019. Il m'est difficile de donner la part de touristes dans ce chiffre. Ce qui est sûr, c'est qu'on entend parler d'autres langues que le français. Nous estimons à 15-20 % la part de non-Parisiens parmi nos visiteurs. La proximité d'une gare est un atout : nous attirons facilement des provinciaux qui arrivent à Paris par la gare de Lyon. Ground Control est cité dans plusieurs guides de voyage étrangers, au Japon, en Espagne..., mais l'effet produit nous échappe.

Pour revenir à la question de notre modèle économique, nos recettes proviennent d'abord de ce que nous vendons en direct (bars, restaurants). Ensuite, nous louons des espaces à des concessionnaires (boutiques, cuisines) qui paient un loyer. Mais nous leur demandons d'être des contributeurs du projet – nous ne sommes pas un centre commercial proposant des cellules à louer. Le libraire, par exemple, prend part à la programmation des événements. La boutique de plantes, le concept store avec sélection d'artisans, les restaurateurs... tous participent à la programmation à travers des conférences ou workshops. Enfin, notre dernière ressource provient de la privatisation de nos espaces ou de la coproduction de mani-

festations : des entreprises ou institutions utilisent le lieu pour des événements pendant les heures de fermeture au public (lundi et mardi).

Les dépenses, elles, concernent la programmation des événements : des concerts, des spectacles, des tables rondes, des ateliers. Depuis trois ans, nous avons traité une quinzaine de thèmes sous différents angles en donnant la parole à des scientifiques, des écrivains, des artistes. La masse salariale est importante : elle correspond à une équipe permanente d'environ 70 personnes (plus d'une centaine en comptant les prestataires externes). Il faut ensuite compter le loyer et les charges, et enfin l'entretien du bâti et le gardiennage du site qui restent à notre charge. En tant qu'entreprise privée ne bénéficiant d'aucune subvention, nous sommes obligés d'atteindre au moins l'équilibre. J'aime rappeler qu'un lieu comme Ground Control ne coûte rien au contribuable.

**COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS
VOTRE IMPACT ? EN QUOI
VOTRE OCCUPATION DES LIEUX
CRÉE-T-ELLE UNE VALEUR ET DE
QUELLE NATURE EST-ELLE ?**

Nous avons des convictions, et je perçois que notre présence a un effet réel, mais nous n'avons jamais mené de véritable étude d'impact. Cette question peut être abordée de manière factuelle en évoquant par exemple le nombre d'emplois directs et indirects sur le site.

Mais il faut évaluer notre action à travers d'autres prismes. Ainsi, par exemple, nous hébergeons en résidence l'école des sans école (association Droit à l'école) qui accueille sur le site des enfants en situation d'exclusion. Nous menons par ailleurs un travail étroit avec le centre d'action sociale du 12^e arrondissement. Enfin, nous accueillons régulièrement des artistes en résidence.

Nous pouvons aussi avoir un impact négatif sur notre environnement direct, par exemple en raison du bruit lors des événements les plus festifs. Mais j'estime que nous apportons glo-

balement à ce quartier assez endormi qui dispose désormais d'une nouvelle offre pour ses habitants, qu'ils soient seniors, jeunes actifs, familles ou jeunes adultes.

Enfin, il y a un vrai sujet autour de la valorisation du foncier. Les urbanistes et promoteurs du futur quartier Gare de Lyon-Daumesnil vont forcément prendre en compte dans leurs réflexions ce que nous avons fait ici. Il paraît difficile par exemple d'y envisager la programmation d'un centre commercial traditionnel.

**QUEL EST SELON VOUS L'AVENIR
DE CE TYPE DE LIEUX ALTERNATIFS,
QUI SE MULTIPLIENT DEPUIS
QUELQUES ANNÉES ? COMMENT
IMAGINEZ-VOUS LEUR ÉVOLUTION ? ENFIN, QUE RÉPONDEZ-
VOUS AU RISQUE DE STANDARDISATION ?**

Nous avons déjà expérimenté des formats un peu différents, hors de Paris notamment. À Arles, pendant deux ans, Ground Control a occupé l'ancienne halle de fret de la SNCF, située à proximité de la gare, avec une programmation liée aux Rencontres de la photographie (expositions, concerts, projections...).

Nous sommes aujourd'hui à l'affût de nouvelles possibilités et nous nous développons autour de plusieurs types de compétences. Tout d'abord, nous accompagnons des personnes qui souhaitent mettre en place des projets comme les nôtres et leur faisons bénéficier de notre expérience, par exemple pour définir un modèle économique, monter une programmation culturelle, affiner un positionnement, ou encore former des équipes.

Nous ciblons aussi les promoteurs, au-delà de la relation que nous avons déjà avec SNCF Immobilier, pour réfléchir avec eux à de nouvelles manières de faire la ville et de créer des lieux festifs et conviviaux. Ce que nous réinventons n'est rien d'autre que la place du village dans le monde d'aujourd'hui et de demain. Nous sommes intéressés par ce qui se passe en

L'offre de Ground Control

Gare de Lyon

Un lieu en accès libre, ouvert à tous ■ Une offre de bars et restaurants variée et exigeante, labellisée Écotable, privilégiant circuits courts, acteurs de taille modeste ou intermédiaire, bio et durabilité : 12 cuisines gérées par des acteurs indépendants, 4 bars, 1 caviste, 1 café ■ Des commerces culturels indépendants et engagés : 1 librairie, 1 photographe, 1 boutique de plantes, 1 concept store ■ Une programmation culturelle riche, éclectique, gratuite, ouverte et exigeante avec, chaque année : une centaine de concerts d'artistes français ou internationaux et près de 200 DJ sets, une trentaine d'ateliers pour les grands et les petits (bien-être, sport, jardinage, cuisine, développement personnel...), un partenariat avec le centre d'action sociale du 12^e arrondissement de Paris pour l'accueil des enfants du quartier (animation et ateliers) ■ Un espace de rencontre, de partage d'idées et de débats : une centaine de conférences ou tables rondes, 45 expos, projections, une dizaine de foires ou salons avec des acteurs indépendants ■ Un média en ligne pour prolonger l'expérience et aller plus loin (production et coproduction de podcasts, vidéos, articles en accès libre) ■ Un espace de coworking de 350 m² qui accueille plusieurs structures des secteurs de la culture ou de la solidarité : Droit à l'école, Refugee Food Festival, l'Eco-Cirque, Playtime, Novo Prod ■ Une activité dédiée à la privatisation à destination des entreprises, institutions, mais également au bénéfice de grandes associations en pro bono (Asmae, Emmaüs, La Cloche, UNHCR...).

région, dans les villes moyennes ou dans les zones rurales. Nous avons travaillé sur une étude pour SNCF Immobilier sur 700 gares (projet qui s'appelle désormais "1 001 gares") autour de l'enjeu suivant : comment réutiliser les gares en périphérie des grandes villes pour accueillir des touristes une nuit ou plus ? Pour moi, il y a un vrai potentiel. On a souvent affaire à une architecture remarquable.

Je suis convaincu qu'il est possible de développer des lieux tel Ground Control partout en France, dans des contextes très différents de celui d'une friche parisienne. Mais évitons à tout prix de vouloir plaquer ex nihilo un modèle tout fait. Si Ground Control devenait une franchise de tiers-lieux, ce serait une catastrophe ! Chaque projet est très différent et il faut réfléchir avec ceux qui construisent le projet localement, sinon nous risquons fort de le faire avec nos yeux de Parisiens. Pour éviter la standardisation, il faut assurer l'indépendance de ces lieux et s'efforcer de partir d'une initiative locale : une municipalité, un collectif, une envie d'habitants...

PROPOS RECUEILLIS PAR HERMINE DE SAINT ALBIN





© Akim • Ground Control

DE LA VOCATION TOURISTIQUE DES FRICHES URBAINES DE LOISIRS

HERMINE DE SAINT ALBIN

Consultante, Le Tourisme dans le bon sens

Chargée de coordination éditoriale, revue *Espaces tourisme et loisirs*

< hermine@ltdlbs.fr >

Depuis plusieurs années, de nouveaux espaces hybrides, que d'aucuns qualifient de tiers-lieux temporaires, valorisent sites en déprise et autres friches urbaines. La force de leur concept confère une grande attractivité à ces lieux qui proposent généralement des activités de loisirs (bar et restaurant, a minima). Si certains craignent qu'une trop grande fréquentation touristique ne fasse perdre leur âme à ces tiers-lieux, force est de constater que cette fréquentation leur permet d'atteindre l'équilibre économique indispensable pour remplir leurs missions premières (sociale, artistique, écologique...). Et qu'elle contribue grandement à changer l'image du site.



© La Belle de Gabut (La Rochelle)

Depuis cinq ans environ, les projets de tiers-lieux culturels se développent dans le cadre de démarches d'urbanisme temporaire. Il s'agit souvent, pour le propriétaire (privé ou public) de "rentabiliser" le temps de vacance d'un lieu (pendant le temps de préparation d'une opération immobilière ou urbaine, notamment) en le confiant à un opérateur qui y développe son propre projet (artistique, culturel, social...). Cette période d'occupation, qui permet de ne pas laisser l'espace à l'abandon, est parfois utilisée pour penser l'avenir du site (ateliers participatifs avec les habitants du quartier, par exemple), pour y tester des équipements et services – on parle alors d'urbanisme transitoire.

La source d'inspiration de nombre de ces lieux se trouve dans les friches culturelles du Berlin des années 1980, qui prônaient "*la mixité des pratiques, la proximité avec les habitants et la convivialité des lieux de vie*⁽¹⁾". Dans le sillage de ces projets emblématiques sont nés le Confort Moderne à Poitiers, la Belle de Mai à Marseille, ou encore Mains d'Œuvres à Saint-Ouen.

La plupart du temps, ces tiers-lieux sont des sites ouverts au public avec buvette ou restaurant branché, espaces de loisirs, aménagements sportifs, expositions artistiques, projections ou concerts, conférences... Bien souvent, leurs promoteurs portent un discours en lien avec les valeurs de l'écologie, de l'économie sociale et solidaire, ou encore de la notion de bien commun. Leur modèle économique, fragile, consiste à financer leurs activités militantes (artistiques, sociales, écologiques...) grâce aux recettes directes des activités de loisirs (notamment les bars et les restaurants).

Cette offre de lieux alternatifs et hybrides, qui s'étoffe en ville, fait écho aux évolutions d'une demande qui souhaite de plus en plus découvrir des lieux méconnus près de chez soi, échanger avec les habitants, pratiquer un tourisme créatif fondé sur le "faire"... Ces sites, qui donnent à vivre des expériences fortes,

conviviales, deviennent des composantes à part entière du tourisme urbain. Leur succès auprès des habitants (à commencer par ceux du quartier) finit par toucher les touristes, surtout ceux qui se targuent de vivre *like a local* et cherchent à fréquenter des lieux authentiques, hors des circuits trop balisés.

OFFRE DÉCALÉE. Les exploitants de ces lieux ont un véritable savoir-faire en matière d'aménagement éphémère (récupération de palettes et autres matières bon marché, surcyclage...), de programmation événementielle et de restauration. Ils proposent une offre décalée, alternative, moderne, qui attire un large public. Celui-ci déambule pour découvrir les aménagements et services proposés sur le site ou le travail des artistes qui y ont élu résidence, y boit un verre, y fait la fête... Le côté provisoire, éphémère, de ces lieux leur donne un supplément d'intensité : il y a urgence à les découvrir car demain ils fermeront.

La Conférence nationale permanente du tourisme urbain (CNPTU) a organisé en 2019 son colloque annuel sur le thème "Tiers-lieux et espaces éphémères sont-ils les nouveaux lieux de tourisme en ville ?". L'organisateur, Pierre Labonte, directeur de Valenciennes tourisme & congrès et animateur de la CNPTU, a la conviction que ces espaces sont "*les âmes d'un territoire*", "*des lieux de confluence de la ville*". On y découvre en effet des initiatives solidaires locales, des pépites culturelles en devenir... Ces tiers-lieux occupent parfois des bâtiments historiques de la ville (ancienne caserne, ancienne usine...) qui renaissent à cette occasion. Touristes et habitants s'y côtoient sur un mode très convivial. Bref, ces lieux sont un concentré de ce qui fait l'attrait du tourisme en ville.

Cela étant, attirer les touristes ne fait jamais, ou très rarement, partie du projet des promoteurs de ce type d'espaces, qui visent d'abord à s'intégrer dans la ville pour mieux la transformer. Denis Legat, cofondateur de Ground Control, confie que le plus important est "*de s'ancrer dans le quartier, dans la culture d'une ville*". [Son] *ambition est de créer un lieu*

(1) Ève BEAUVALLET, "Les friches, copies trop conformes", *Libération*, déc. 2019.

https://next.liberation.fr/culture/2019/12/12/les-friches-copies-trop-conformes_1768885

authentique et qui a du sens, pas une attraction touristique. Ensuite, parce que le lieu est attractif, il devient une attraction et c'est tant mieux, mais ce n'est pas intentionnel⁽²⁾”.

POTENTIEL TOURISTIQUE. Dans la capitale, plusieurs de ces lieux sont nés de l'occupation de vastes friches urbaines. Ils sont situés en général dans des arrondissements éloignés du cœur patrimonial de la Ville Lumière, donc en dehors des flux touristiques traditionnels. Pour n'en citer que deux, emblématiques : les Grands Voisins dans le 14^e arrondissement à l'emplacement de l'ancien hôpital Saint-Vincent-de-Paul, ou encore Ground Control dans la halle Charolais, ancien centre de tri postal de la SNCF sis à proximité immédiate de la gare de Lyon. Ces sites ont amené un peu d'air frais dans des quartiers qui n'étaient pas réputés pour leur côté festif. Ils ont attiré spontanément des habitants du quartier, et plus largement des Parisiens. Aux Grands Voisins, l'exploitant du lieu, Yes We Camp, estime que le site accueille entre 500 et 1 500 visiteurs par jour depuis 2015 ; certains événements festifs font en outre venir ponctuellement des milliers de personnes.

Au nord-est de Paris, juste de l'autre côté du périphérique, le territoire de Plaine Commune accueille plusieurs tiers-lieux sur le site d'anciennes usines et manufactures – naturellement nombreuses dans ce département de banlieue industrielle. Parmi les sites les plus connus on peut citer : le 6B (dans un ancien bâtiment industriel de 7 000 m² sur les quais de Seine), l'Orfèverie sur le site de la manufacture d'orfèverie Bouilhet-Christofle), Zone sensible (sur les terres d'une ferme maraîchère datant du XIX^e siècle) ou encore la Villa Mais d'Ici (dans une ancienne usine de charbon).

La réalité touristique du Nord-Est parisien étant bien différente de celle de la capitale, ce territoire attire avec des arguments autres que le patrimoine traditionnel – même s'il n'en est pas dépourvu, la basilique de Saint-Denis étant un haut lieu patrimonial à l'échelle nationale ! – en mettant en avant ses talents créatifs, ses

artistes et la présence de tiers-lieux festifs et conviviaux. *“Les friches représentent un important potentiel en termes de contenus et d'offres touristiques à vocation culturelle”, souligne Régis Cocault, directeur de l'office de tourisme Grand Paris Nord, qui est convaincu que “cette offre est stratégique. Elle nous permet de cibler des Parisiens qui vont ainsi se faire une autre image du 93, mais aussi des city breakers européens repeaters qui cherchent une offre nouvelle, alternative au Paris des monuments et des musées. Grâce à ces friches, la banlieue nord-est renvoie l'image d'une destination décalée, insolite, ce qu'elle est effectivement”⁽³⁾.*

“Les acteurs institutionnels du tourisme ont conscience de la qualité touristique de ces friches, ce qui n'est pas nécessairement le cas des gestionnaires des lieux eux-mêmes⁽⁴⁾”, confie Emmanuelle Biton, qui dirige le pôle tourisme et patrimoine de Plaine Commune. “Certains sont assez ouverts, comme le 6B avec la Fabrique à rêves (FAR) qui fait venir de très nombreux Parisiens qui n'avaient jamais mis les pieds à Saint-Denis. Mais souvent, ces lieux ne sont ouverts que dans le cadre de leur politique événementielle”, précise Régis Cocault.

Le potentiel touristique de ces lieux n'a pas échappé non plus aux médias. Le guide *L'Autre Paris*, par exemple, propose 10 balades qui passent par les friches industrielles et contribuent à ce décentrage vers l'est du tourisme parisien. De même, un tiers des lieux *“où sortir absolument dans le Grand Paris⁽⁵⁾”* proposés par Enlargeyourparis sont des tiers-lieux temporaires.

NOUVELLE POLARITÉ. Il y a tout juste dix ans naissait à Bordeaux l'écosystème Darwin : un site assez incroyable, foisonnant, implanté dans l'ancienne caserne Niel, en bordure de la Garonne sur la rive droite. Cet immense site militaire du XIX^e siècle (près de 20 000 m² de bâtiments sur 3 hectares au total) devient une friche urbaine au départ de l'armée, en 2005. À partir de 2010, Darwin s'y implante progressivement, au milieu d'un écoquartier en

.....
(2) Interview réalisée en

mai 2020.

.....
(3) *Idem.*

.....
(4) *Idem.*

construction. Le projet de tiers-lieu, porté par le groupe familial Évolution, est essentiellement privé. Il conjugue avec succès l'art (véritable musée à ciel ouvert du street art, accueil d'artistes en résidence), le travail (espaces de coworking et pépinière d'entreprises rassemblant aujourd'hui plus de 180 structures, soit 400 personnes environ, du secteur de l'économie sociale et solidaire), le sport et le bien-être (skate, roller derby, yoga...) et le boire et le manger (le Magasin général, bistrot-réfectoire de Darwin, est le plus grand restaurant bio de France). Le site est ouvert tous les jours de l'année, en accès libre, et accueille très régulièrement des événements réflexifs et festifs, tel le festival Climax lancé en 2015.

Dédié au développement économique responsable, à l'entrepreneuriat social, à la transition écologique et à l'activisme citoyen, l'écosystème Darwin est désormais l'épicentre du Bordeaux alternatif. Il crée ainsi une nouvelle polarité touristique vers la rive droite. Depuis les Chantiers de la Garonne, vaste bar d'extérieur, on a d'ailleurs une vue imprenable sur Bordeaux. Le lieu aurait accueilli 1,2 million de visiteurs en 2018. *"Ce chiffre a été établi en effectuant des comptages précis à l'entrée du site ; il ne prend pas en compte les personnes qui viennent travailler quotidiennement à Darwin"*, explique Philippe Barre, l'un des fondateurs du lieu. *"Nous avons été les premiers étonnés de cette fréquentation, car nous n'avons jamais imaginé Darwin comme une attraction touristique. Notre ambition était de créer un lieu de vie et de ville, un lieu très ouvert, à l'image des friches artistiques et culturelles qu'on trouvait alors surtout en Amérique du Nord, en Scandinavie ou encore à Berlin, et qu'on retrouve maintenant dans toutes les capitales du monde. Donc oui, nous avons une vocation touristique, mais elle est indirecte. Elle n'était pas souhaitée au départ mais nous ne la refusons pas, même si nous restons attentifs et veillons à ne pas céder trop facilement à cette manne. Nous ne voulons surtout pas que Darwin soit rattrapé par le mouvement de touristification des villes qui*

fait de la culture un outil marketing au service du business et de l'attractivité⁽⁶⁾".

RENCONTRE AVEC LES LOCAUX. De son côté, l'office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole considère effectivement que Darwin est un lieu incontournable pour qui veut découvrir la ville. La friche, qualifiée de *"lieu alternatif de la rive droite"*, apparaît en bonne place sur son site internet. Olivier Occelli, directeur de l'OT, confirme que l'écosystème Darwin fait pleinement partie de l'offre touristique bordelaise, *"même si c'est réducteur d'en parler comme d'un produit parce que cela donne l'impression que le lieu a été créé pour attirer ce public. Or cela s'est fait très spontanément, d'abord parce que le projet est assez exceptionnel en tant que tel. Ensuite, parce qu'il est arrivé à un moment où la nouvelle génération de touristes urbains venant visiter Bordeaux avait envie de sortir des sentiers battus, de découvrir des nouvelles choses, de se situer davantage dans le partage, voire de participer à une cause. Darwin incarne bien ces nouvelles valeurs d'un tourisme écoresponsable et correspond à ce que recherchent les voyageurs en quête de sens"*. Naturellement donc, les touristes affluent à Darwin. Sur le site internet de l'OT, c'est le deuxième mot le plus utilisé dans les requêtes des internautes. *"C'est une aubaine d'avoir ce projet innovant, poursuit Olivier Occelli, car il nous permet de positionner la métropole dans la modernité. Le site est articulé autour d'une place conviviale qui a le grand mérite de mettre en contact touristes et habitants : un public très hétéroclite s'y croise. Ce type de rencontre avec les locaux correspond lui aussi à une des grandes tendances du tourisme urbain⁽⁷⁾".*

Selon Philippe Barre, environ 15 à 20 % des visiteurs de la friche n'habitent pas la métropole bordelaise. En été, ces non-Bordelais sont des touristes français (dont des clientèles de passage sur la route des vacances), des clientèles de niche, comme les skaters américains ou asiatiques qui font un tour d'Europe et viennent voir le skatepark en forme de bol "yin et yang", unique au monde. La jeune

.....
(5)

<https://www.enlargeyourparis.fr/artdevivre/douze-lieux-ou-sortir-absolument-dans-le-grand-paris>

.....
(6) Interview réalisée en mai 2020.

.....
(7) Idem.

entreprise Com&Visit, qui a fait partie des premiers occupants de Darwin (au sein de l'incubateur Bordeaux Aquitaine Pionnières), a lancé en 2017 des visites guidées du site destinées au grand public individuel (durée de la visite : une heure et demie). 1 800 personnes ont été accueillies dans ce cadre en 2019. *"C'est un public majoritairement local, avec des gens qui en général sont déjà venus sur le site pour manger ou boire un verre, et qui ont senti qu'il y avait d'autres volets du projet qu'ils n'avaient pas perçus"*, explique Audrey Oranger, une des fondatrices de Com&Visit. Si Darwin se visite, pour autant rien n'est balisé. *"On ne sait pas par où commencer, explique Philippe Barre. On flâne et on tombe par hasard sur une pépite. C'est important de laisser la place à la surprise, au hasard, à une certaine poésie, à l'informel. Les herbes folles dans la ville, ça fait du bien !"*

DÉMONSTRATION. Le modèle Darwin a essaimé sur le bassin d'Arcachon l'été dernier, sous l'appellation "Banzaï Darwin". Philippe Barre, enfant du bassin, a en effet souhaité œuvrer sur ce territoire qui subit selon lui *"une pression catastrophique lors du pic de fréquentation estival, dramatique pour les écosystèmes"*. Pour faire la démonstration qu'un autre développement touristique est possible, il est intervenu sur deux sites inoccupés, avec l'accord des municipalités. Sur le port d'Arcachon, Darwin a ouvert pendant deux mois, au cours de l'été 2019, la Piraterie, transformant l'ancienne capitainerie vouée à la destruction (100 m²) en espace de pique-nique gratuit où a été testé un nouveau système de toilettes sèches. Au Pyla, la Sauvagerie a proposé un concept plus récréatif. À 50 mètres de la plage, sur un axe passant situé en face du Cercle de voile, Philippe Barre a loué à l'entreprise Gaume un terrain au milieu d'un petit bois devenu une décharge sauvage. Il y a mis en place un petit point de restauration, sous la forme d'une installation légère faite d'architecture en bois démontable, avec filtration des eaux usées, récupération des eaux de pluie et toilettes sèches. Le site fermait à 22 h 30 et

toute musique amplifiée y était proscrite. Philippe Barre décrit le lieu comme *"une parenthèse de nature en pleine zone de pression touristique, visant à prouver qu'on peut ouvrir un nouvel établissement touristique avec un impact très faible"*. Il ne cache pas être en recherche d'autres sites pour monter ce type d'occupations saisonnières.

À La Rochelle, sur un lieu stratégique situé sur le vieux port, la Belle du Gabut est née en 2017 au sein d'un site en friche depuis les années 1980 (les Ateliers de construction rochelais). En trente ans, ce territoire, qui a été investi par les graffeurs et les amateurs de street art, a vu capoter de nombreux projets. Le dernier en date : un promoteur qui envisageait d'y construire un hôtel de luxe, ce qui aurait entraîné la destruction de la quasi-totalité des bâtiments. Face à l'opposition ferme d'une association de sauvegarde du patrimoine, le projet a été enterré.

Lors de "La Rochelle 2030", temps de réflexion globale sur l'avenir de la ville, la municipalité décide d'y tester une occupation temporaire (quatre saisons estivales, de 2017 à 2020). En novembre 2016 est lancé un appel à manifestation d'intérêt ; le projet retenu est celui de Petite Lune. De mai à octobre, la friche se transforme en guinguette et *"centre culturel évenementiel, populaire, gratuit et d'une grande diversité artistique"*. Ouvert de midi à minuit, le lieu est équipé d'un plancher modulaire, avec des espaces différents pour accueillir, autour d'une programmation culturelle et festive, les enfants (tables à dessin, spectacles, lectures...), les jeunes et les moins jeunes. Ce lieu crée un trait d'union entre le quartier des Minimes et le centre-ville, il renouvelle enfin l'image dégradée du quartier du Gabut. Le succès est immédiat, attirant Rochelais et touristes (et ce bien qu'il soit relativement peu promu par l'office de tourisme).

La friche du Gabut fait désormais l'objet d'un vaste projet de réhabilitation confié au cabinet d'architecture Flint qui a été sélectionné parmi 145 candidatures. À terme, la Ville prévoit d'y aménager un espace d'ex-

(8) Saskia COUSIN, "L'éternel temporaire dure-t-il ?

Imaginaires bobos, Roms et bohème", dans Grégoire COUSIN, Gaëlla LOISEAU, Laurent VIALA, Dominique CROZAT et Marion LIÈVRE (dir.), *Actualité de l'habitat temporaire. De l'habitat rêvé à l'habitat contraint*, Terra-HN éditions, janvier 2016. <http://www.shs.terra-hn-editions.org/Collection/?L-eterne-temporaire-dure-t-il>

(9) Aude LE GALLOU, "De l'urbex au tourisme de ruines. Enjeux touristiques et patrimoniaux des espaces urbains abandonnés", *Espaces tourisme et loisirs*, n° 340, janvier 2018.

pression artistique animé par le Centre national des arts de la rue et de l'espace public en Nouvelle-Aquitaine (Cnarep), le Carré Amelot (Espace culturel de la Ville) et un troisième opérateur à recruter. Ce ne sera donc plus une friche...



Les tiers-lieux éphémères proposant des activités de loisirs rencontrent un vif succès auprès du public. Les visiteurs y trouvent une atmosphère détendue, une ambiance de vacances, parfois tout près de chez eux. Ils découvrent une offre alternative, souvent militante, exploitée par des opérateurs aux postures très éloignées de celles des acteurs traditionnels du tourisme.

Pour l'anthropologue Saskia Cousin, le succès tient aussi au fait que ces lieux sont des friches : *“Les désigner comme friche, avec l'imaginaire du temporaire qui lui est associé, confère une aura particulière, une valeur de contre-culture, une esthétique de la bohème, une politique de la transgression. Avoir l'air d'une friche, même si on ne l'est pas (ou plus), c'est aussi s'affirmer comme le front pionnier de la métropolisation créative. [...] Une friche culturelle n'est pas mobile, c'est, à l'instar d'un champ en jachère, ou d'un rite d'initiation, un moment intermédiaire, une zone de marge qui permet de déstabiliser une identité pour en construire une autre⁽⁸⁾.”*

Le succès a toutefois son revers, qui est le risque d'une certaine standardisation de ces lieux alternatifs. La géographe Aude Le Gallou pointe la nécessité de s'interroger de manière critique sur les conséquences d'une visibilité croissante de ces espaces marginalisés : *“L'engouement pour la dimension alternative de ces espaces n'a-t-il pas nécessairement pour effet l'altération de cette identité alternative, ne serait-ce qu'à travers son intégration à des logiques marchandes et institutionnelles⁽⁹⁾?”* Le risque est réel, bien sûr, mais peut sans aucun doute être maîtrisé par des opérateurs avertis impliqués sincèrement dans une démarche militante. ■

DU CHAMP LEXICAL

DES TIERS-LIEUX TEMPORAIRES

Le champ lexical utilisé par certains opérateurs des tiers-lieux temporaires relève souvent de l'univers du tourisme. Le nom de l'association Yes We Camp rappelle les origines de son aventure, à savoir la construction d'un camping pas comme les autres, à l'Estaque, lors de Marseille-Provence 2013, puis à Paris, lors de la première saison des Grands Voisins en 2015, ou encore en octobre 2019 avec Vive les Groues à Nanterre. La métaphore touristique se poursuit lorsque Yes We Camp utilise des dispositifs mobiles appelés “caravanes” pour accueillir ses projets participatifs. Un autre exemple édifiant est celui de l'Hôtel Pasteur qui occupe l'ancienne faculté dentaire en plein centre-ville de Rennes. La métaphore hôtelière est utilisée pour définir ce qu'est le lieu : un hôtel à projets, qui en bonne logique dispose d'un lobby (lieu de l'accueil, du passage, de la rencontre fortuite et du rendez-vous organisé), d'un bar-restaurant, de salles de réunion... Les hôtes sont les personnes qui séjournent, qu'elles soient de passage ou porteuses de projet au sein de l'Hôtel Pasteur. La fonction de conciergerie – encore un terme emprunté au monde de l'hôtellerie – y est centrale. Enfin, et c'est peut-être un détail, Darwin a choisi d'utiliser pour son nom de domaine l'extension “.camp”.

YES WE CAMP

UNE OFFRE DE CAMPINGS ÉPHÉMÈRES QUI INTERPELLE LE CAMPING TRADITIONNEL



© Yes We Camp

SONIA TE HOK

Architecte, chargée de projet à Yes We Camp

< sonia@yeswecamp.org >

L'association Yes We Camp est spécialisée dans la création d'espaces communs temporaires visant à favoriser les échanges entre habitants et usagers d'un même environnement, mais aussi à accueillir temporairement des personnes vulnérables. Parmi les opérateurs pilotant ce genre de projets, Yes We Camp apparaît comme le spécialiste des hébergements éphémères de type camping. Avec des expériences réussies à Marseille (dans le cadre de Marseille-Provence 2013) et à Paris (sur la friche des Grands Voisins).

En 2013, Marseille est capitale européenne de la culture. Le camping le plus proche est à plus de 30 kilomètres du centre-ville, et il n'y a pas vraiment d'offre d'hébergement à petit prix dans la cité ou ses environs. L'association Yes We Camp est alors créée avec pour objectif l'installation d'un camping festif, écologique et artistique qui pourra accueillir touristes, riverains et curieux ; le projet s'inscrit dans le Marseille Off 2013, manifestation alternative à Marseille-Provence 2013.

DÉMONSTRATION. Pour les membres de l'association, il faut alors monter le projet, faire les dossiers, informer le public, convaincre les pouvoirs publics et obtenir le droit d'occuper un terrain. Pour y parvenir, l'équipe fait le pari de la démonstration. Un prototype grandeur nature du projet est construit à la friche Belle de Mai. Il est ouvert au public lors d'un week-end festif. Alors que l'association ne dispose encore d'aucun terrain, un article publié dans le quotidien *La Provence* présente la réalisation du camping comme inéluctable... Dans la foulée, le Grand Port maritime de Marseille met à la disposition de l'association, soutenue par la mairie des 15^e et 16^e arrondissements, une friche lui appartenant en bord de mer, à l'Estaque, à la condition que celle-ci lui soit rendue en l'état à l'issue de Marseille-Provence 2013. L'aventure Yes We Camp peut commencer !

En mai 2013, après trois mois de chantier mené par une cinquantaine de bénévoles venus de toute la France et d'ailleurs, le camping ouvre ses portes. Un terrain vague de 6 500 m², autrefois considéré comme décharge, a été transformé en un lieu accueillant et confortable. On y compte une centaine de couchages avec des tentes, des caravanes converties en nids douillots, des cabanes insolites, des douches et des toilettes. Mais il y a aussi une cuisine, un kiosque pouvant être utilisé comme bar, stand de marché ou espace de petite restauration, une cabane sur plusieurs étages pour accueillir des artistes en résidence, une caravane transformée en théâtre ambulant, un

grand jardin où des semis donnent vie à des courgettes, des potirons, des aubergines et autres légumes dont la récolte est faite chaque jour pour proposer une offre de restauration locale aux résidents et visiteurs du lieu.

L'ensemble de ces installations est pensé à travers le prisme de l'écologie. Par exemple, l'eau utilisée en cuisine ou dans les douches est ensuite filtrée par des plantes pour ensuite être rejetée en eau propre. Le savon de Marseille est d'ailleurs le seul savon autorisé à être utilisé sur le camping ! L'eau des douches est chauffée par une installation solaire, ce qui permet d'éviter l'utilisation de chauffe-eaux électriques.

Pour donner vie à ce camping, une programmation éclectique, ouverte et accessible à tous, est mise en place pendant : concerts, théâtre, karaoké, fabrication de masques, cours de jardinage... Elle invite visiteurs et campeurs à participer au projet en proposant leur propre animation.

Pendant les quelque huit mois d'ouverture, ce sont plus de 13 000 personnes qui ont dormi, mangé, appris, rencontré et célébré au camping Yes We Camp ; ce sont plus de 500 bénévoles qui ont aidé à la construction, la gestion et l'animation du site. Ces mois d'activités intenses prennent fin en octobre 2013. Il faut désormais ranger, démonter et vendre toutes les bricoles pour rendre le terrain comme il a été trouvé. C'est-à-dire vide.

OUVERTURE. En 2015, deux ans après l'aventure du camping de l'Estaque, la mairie du 14^e arrondissement de Paris fait appel à Yes We Camp pour investir un hôpital abandonné, l'hôpital Saint-Vincent-de-Paul, en partenariat avec l'association Aurore et Plateau Urbain. Le projet des Grands Voisins prend alors vie sur ce site de 3,4 hectares.

Les Grands Voisins, c'est la démonstration que, en plein centre de Paris, il est possible de faire exister pendant plusieurs années un espace commun avec des ambitions d'accueil, de partage et d'inventivité : loger des personnes dans le besoin ; favoriser la présence d'associations, d'artisans et d'entreprises solidaires... grâce à

des locaux à bas prix ; aménager un parc public d'un genre nouveau, avec des activités ouvertes à tous et sans distinctions. Mutualiser les espaces de travail, transmettre des savoir-faire, croiser les cultures, garder sa porte ouverte pour des rencontres inattendues : au quotidien, les fêtes et les projets tissent de nouvelles relations. Susciter l'implication de chacun, créer des activités qui répondent aux enjeux d'aujourd'hui : les Grands Voisins fabriquent des imaginaires positifs et écrivent une nouvelle histoire collective. Sur ce site, résidents, riverains et visiteurs partagent de l'espace et du temps. L'ouverture vers l'autre est le maître mot.

La mission de l'association Yes We Camp au sein de ce projet est multiple : aménager les espaces extérieurs autrefois abandonnés pour en faire des lieux accueillants ; proposer une offre de restauration de qualité et accessible au plus grand nombre, mettre en place une programmation éclectique et gratuite ; favoriser l'apprentissage et le partage de savoir-faire autour d'équipements tels que l'atelier de menuiserie. Au printemps 2016, l'idée naît de créer un camping au sein de ce projet.

MIXITÉ SOCIALE. Le camping vise à accueillir un nouveau public sur le site, international et touristique, et, à l'instar de tous les équipements des Grands Voisins, à favoriser la rencontre entre les différents usagers du site. C'est aussi, pour Yes We Camp, l'occasion de renouer avec le camping, un équipement qui lui tient à cœur.

Aménager un camping dans une friche est un geste particulier. En effet, la tente évoque à la fois l'imaginaire du loisir et l'imaginaire des campements en bordure d'autoroute. Si dans le premier cas le camping est un choix qui permet de voyager léger en pleine nature, il est dans le second cas un non-choix répondant à la nécessité de s'abriter. Aux Grands Voisins, nous avons échangé sur ces questionnements avec nos partenaires sociaux : il a été admis qu'il était important que ce camping existe, comme les autres équipements publics installés sur le site, car il renvoie au principe

de réalité, à savoir une activité de loisir et de vacances pratiquée et appréciée par une grande majorité de Français.

Le chantier démarre au printemps 2016. Pendant deux mois les équipes de Yes We Camp construisent des plates-formes en bois pour accueillir des tentes, des cabanes singulières, des sanitaires, un espace d'accueil, une bagagerie et un espace de détente pour se reposer à l'ombre des arbres. À l'image de ceux du camping de l'Estaque, les installations et les équipements intègrent une dimension écologique et artistique : l'eau des douches est traitée en phytoépuration ; les cabanes sont toutes singulières et pensées par des équipes de designers ; la signalétique et l'environnement graphique sont conçus par des graphistes ; tout le matériel bois est en réemploi...

Au cours des étés 2016 et 2017, le camping des Grands Voisins propose plus de 100 "lits" touristiques au cœur de Paris. Pour accueillir un public diversifié, l'association choisit de proposer des hébergements avec différents niveaux de confort et tous à petit prix : 8 euros la nuit en hamac, 11 euros la nuit en tente deux places et 21 euros la nuit en cabane. Proposer un panel d'hébergement diversifié est avant tout un choix permettant de favoriser la mixité des publics. En effet, le camping peut à la fois accueillir une personne aux revenus modestes comme celle qui a des revenus plus élevés : c'est un lieu d'hébergement pour tous.

Au total, ce sont plus de 8 000 personnes qui ont dormi au camping des Grands Voisins et le taux d'occupation atteint les 50 %. Sans être vraiment excédentaire, le bilan financier est équilibré et l'expérience est très positive : au cœur de Paris, le camping des Grands Voisins a réussi l'équation acrobatique d'accueillir des touristes du monde entier et de créer des espaces de rencontre entre différents publics.

INTIMITÉ. Alors que la majorité des campings sont souvent relégués en dehors des villes, sur des sites vastes et calmes, le camping des Grands Voisins est implanté en plein Paris (au cœur de plusieurs activités et équipements publics, entre des locaux d'artistes, des centres

d'hébergement et un café-restaurant) dans un site traversé chaque jour par plus de 500 visiteurs, 600 habitants et 300 travailleurs.

Outre qu'elle installe le camping au cœur d'un écosystème dense en activités et en fréquentation, l'association Yes We Camp fait le choix de proposer un camping ouvert, sans portes ni barrières ; seul un accueil signale l'entrée du camping. Cette configuration d'espace ouvert vient bousculer les pratiques des visiteurs et des campeurs. Ainsi, les activités quotidiennes telles que dormir, se laver, prendre son petit déjeuner, se brosser les dents sont exposées et mises à la vue de tous. Par ces dispositifs singuliers, l'association souhaite proposer une expérience de camping atypique et interroger ainsi les rapports au corps et à l'intimité.

Quelle activités sont considérées comme appartenant à la sphère intime ? Quelles sont celles qui peuvent être exposées au public ? Quels basculements cela produit-il sur nos corps et nos esprits ? Pour expérimenter ces questions, le camping des Grands Voisins propose des installations ludiques : par exemple, la douche spectacle, une douche dont les rideaux s'apparentent à ceux d'un théâtre et place le campeur dans une situation d'exposition plutôt que d'introversion, ou encore la machine à vélo, une machine à laver où il faut pédaler pour laver son linge.

Dans le même temps, il est indispensable de créer des endroits intimes pour le campeur et d'instaurer des seuils autour de certains espaces. Comment créer de l'intimité dans un camping traversé par des centaines de personnes ? Quels seuils imaginer entre la douche et le bar ? Comment apporter du calme dans un camping situé près d'une buvette ? Pour répondre à ces questions tout en gardant la qualité d'un espace ouvert, plusieurs dispositifs de seuils fins et légers sont mis en place. Ainsi, les tentes sont placées sur des plates-formes en bois légèrement surélevées, ce qui permet de dessiner un sol différent de celui des lieux de passage. Par ailleurs, un ensemble de panneaux signalétiques indiquent aux visiteurs les quelques

règles de savoir-vivre à respecter pour offrir un espace calme aux campeurs ("Après 20 heures, veuillez chuchoter s'il vous plaît !").

Ainsi, l'aménagement de seuils légers (des différences de niveaux, de couleur ou de matériaux) et l'installation de panneaux signalétiques permettent de recréer des sous-espaces tout en mettant le visiteur dans une position de questionnement : il n'y a pas de barrière, ai-je le droit d'entrer ? L'ensemble des aménagements et des informations induisent, sans le contraindre, un type de comportement. Ces seuils ne sont pas des barrières ni des limites tangibles, ils forment des zones de frottement et amènent le visiteur à s'interroger sur chaque porte. Inspirée par la nature, où les lisières et les seuils sont les écosystèmes les plus riches, Yes We Camp propose de faire de ces seuils des zones où chaque visiteur est amené à penser son comportement.

PARTAGE. La rencontre de différents publics est une volonté omniprésente dans les projets de Yes We Camp. Le camping, par son aménagement spatial spécifique, favorise ces rencontres. L'espace individuel et privé étant réduit au seul espace de couchage, tous les autres espaces sont de fait des espaces partagés et partageables. Ainsi, faire sa toilette, se brosser les dents, manger et se détendre deviennent des activités partagées dans un même endroit. La proximité entre campeurs pendant ces rituels du quotidien provoque un nouveau rapport à l'autre, une nouvelle intimité partagée à deux ou à plusieurs. L'espace du camping devient un grand espace partageable, une grande maison où on partage les sanitaires et la cuisine et dont il faut prendre soin ensemble.

Certes, il est difficile d'échanger sur son brossage de dents, mais la cuisine est un formidable lieu pour cela et partager le même besoin de manger dans un même espace crée une base commune qui favorise inéluctablement les échanges.

L'existence d'un camping au cœur d'un écosystème urbain, à deux pas d'activités récréatives et festives, d'apprentissage et de culture, permet de proposer une offre diversifiée aux

Les Grands Voisins (Paris, 14^e)

La première saison des Grands Voisins prend place sur les 3,4 hectares de l'ancien hôpital Saint-Vincent-de-Paul de 2015 à 2017. Le site accueille plus de 600 places d'hébergement social, 100 places d'hébergement touristique (camping), 250 structures (entreprises et ateliers de l'économie sociale et solidaire, boutiques, galerie d'art, atelier de menuiserie, boutique de troc). 2 000 travailleurs s'y côtoient. Une programmation ouverte et gratuite est proposée aux quelque 500 visiteurs quotidiens : concerts, jardinage, théâtre. À la fin de l'année 2017, le périmètre des Grands Voisins se modifie et rétrécit pour laisser place au chantier du futur écoquartier.



© Yes We Camp

campeurs. Ils peuvent venir dormir au camping, mais aussi écouter un concert dans la salle des fêtes, apprendre à souder à l'atelier, manger des bons plats dans les restaurants, et tout ça à deux minutes à pied de leur tente.

RÉVERSIBILITÉ. Installer le camping dans un écosystème urbain permet aussi de transformer facilement son usage en autre chose une fois la saison estivale terminée, de penser à sa réversibilité. Quand vient l'hiver, les restaurants, les ateliers et les centres d'hébergement qui entourent le camping des Grands Voisins continuent de fonctionner et les visiteurs continuent d'affluer et de traverser l'espace du camping. Dès lors, comment utiliser cet espace une fois les campeurs partis ? Les installations relativement simples du camping permettent de le transformer rapidement. On peut facilement démonter les tentes et laisser les riverains se promener dans un espace qui s'apparente désormais à un parc urbain : un espace ouvert, calme, ombragé, sans voitures, avec des sanitaires de base ainsi que des assises et des grandes tables pour pique-niquer.

Plus largement, cette expérience amène à s'interroger sur l'aménagement parfois lourd d'activités touristiques, tel celui des grands complexes hôteliers voués à ne fonctionner que quelques mois de l'année. Alors que l'espace d'un camping peut rapidement être transformé une fois la saison terminée, qu'en est-il des milliers de mètres carrés des grands centres de vacances ? Peut-on réfléchir à une forme de réversibilité une fois leur saison d'ouverture terminée ?



Le camping de l'Estaque en 2013 et le camping des Grands Voisins sont deux expériences atypiques dont la genèse, le contexte urbain et les équipements mis en place viennent bousculer tant le modèle de camping classique que celui de la friche de loisirs. Ces deux expériences permettent tout à la fois de proposer des espaces partagés, de favoriser la rencontre entre différents publics et de s'interroger sur le modèle traditionnel de l'hébergement touristique.

© Yes We Camp • Camping Les Grands Voisins (Paris)



© Yes We Camp • Camping de l'Estaque (Marseille)



L'ÉTÉ DU CANAL, ÉVÉNEMENT STRUCTURANT DE LA VISITE DES FRICHES DE LOISIRS DU NORD-EST PARISIEN



© Guendalina Flamini • La Station - La Colonie de vacances 2018

MATHILDE CHRISTNACHT

Responsable du service développement

Comité départemental du tourisme (CDT) de Seine-Saint-Denis

< m.christnacht@tourisme93.com >

L'Été du canal, créé en 2007, est un événement visant à animer le canal de l'Ourcq, puis le canal Saint-Denis, en pleine transformation. Mis en œuvre avec les villes et les acteurs riverains, il permet de montrer le potentiel de ces espaces et d'accompagner leurs mutations. Grâce à une programmation innovante et festive, l'Été du canal attire habitants, Parisiens, Franciliens et touristes sur les canaux et dans les nombreux lieux et friches bordant ces derniers. Son offre, riche, originale et alternative, est à l'image du Nord-Est parisien.

En 2007, les villes riveraines du canal de l'Ourcq commencent à se réapproprier la voie d'eau pour en faire un axe fort de leur développement et de leur cadre de vie. Au fil des années, les mutations vont être de plus en plus visibles, en commençant par Pantin. Entre 2009 et 2020, les premiers programmes d'aménagement sortent de terre sur d'anciens sites industriels reconvertis, avec des berges et des places réaménagées. Dans le secteur de la plaine de l'Ourcq, qui s'étend de Pantin à Bondy et qui ne compte pas moins de cinq ZAC (zones d'aménagement concerté), l'axe canal de l'Ourcq connaît, pendant une dizaine d'années, des métamorphoses spectaculaires.

ACTIVITÉS ÉPHÉMÈRES. Avant 2007, l'offre d'activités de loisirs, sportives et culturelles se limite au territoire compris entre le bassin de la Villette et le parc forestier de la Poudrerie. Les bateaux promenades (Paris Canal et Canauxrama) ne s'aventurent pas, ou rarement, sur l'Ourcq. Il y a bien une offre de restauration côté bassin de la Villette, dans le 19^e arrondissement de Paris, mais, côté Seine-Saint-Denis, il n'y a ni restaurant ni lieu de convivialité au bord du canal. Quand les premières initiatives de loisirs apparaissent, il s'agit généralement d'activités éphémères portées par des communes riveraines ; celles-ci programment des fêtes au bord de l'eau le temps d'un week-end. Deux villes s'engagent toutefois dans la programmation de manifestations plus importantes : la Ville de Paris, qui étend Paris Plages au bassin de la Villette en 2007 ; et Bobigny, qui organise "Bobigny-sur-Ourcq" pendant plusieurs semaines. Ces premières offres de loisirs au bord d'un canal qui n'est pas encore aménagé illustrent la volonté de ces villes d'en faire un lieu de vie festif pour les habitants.

En 2007, les partenaires du pôle touristique régional Nord-Est parisien – la région, le comité régional du tourisme, le département et le comité départemental du tourisme (CDT) de Seine-Saint-Denis – décident d'étendre le périmètre du pôle à l'axe canal de l'Ourcq-RN3, soit depuis le bassin de la Villette jusqu'aux

limites départementales. C'est dans ce cadre que le CDT met en place, avec les villes et acteurs du canal, l'opération "Été du canal". L'objectif est de favoriser l'identification du canal comme un support privilégié du développement d'activités nautiques, culturelles, sportives et événementielles et de donner à ces événements et manifestations une ampleur et un rayonnement dignes d'un grand rendez-vous populaire.

NAVETTES FLUVIALES. Le CDT aide les villes à organiser leurs pôles d'animation sur une plus longue durée (3 à 5 semaines), en étoffant l'offre et en apportant des financements. Il met en place un système de navettes fluviales reliant ces différents pôles entre eux. C'est le squelette de l'Été du canal : les passagers embarquent pour un euro le samedi, deux euros le dimanche, et descendent aux cinq escales (bassin de la Villette, parc de la Villette, Pantin, Bobigny, Bondy) pour profiter des animations à quai. Ces navettes, trait d'union entre les plages, fédèrent et créent une dynamique. En 2018, pour la 12^e édition de l'événement, les navettes accueillent en moyenne 5 000 personnes chaque week-end, soit un total de 40 000 passagers en un été. Cette expérience, qui fait la démonstration de l'attrait des navettes fluviales, alimente la perspective d'un service de transport public régulier par navettes fluviales.

Au fil des éditions, l'Été du canal expérimente des programmations culturelles : bals, péniches-spectacles, parcours street-art, croisières musicales... Au départ, les villes avaient tendance à proposer une programmation plutôt sportive, que ce soit sur l'eau (base nautique avec pédalos, Zodiac...) ou à quai (mur d'escalade, tyrolienne...). Le CDT, qui les accompagne, leur suggère d'introduire ou d'expérimenter des dimensions culturelles et artistiques.

Des "Bals Barges" sont ainsi imaginés sur tout le linéaire du canal. Programmés avec l'aide de l'organisatrice la Bâronne de Paname, ils permettent de renouer avec la tradition des bals populaires. Les orchestres s'installent alors sur des scènes flottantes à Bondy, Bobigny, Pantin.

Dix ans après, les parquets de danse peuvent être installés sur des espaces comme neufs, devant les Magasins généraux réhabilités à Pantin ou sur les berges aménagées à Bondy.

CROISIÈRES-PROMENADES. Des péniches culturelles, comme Antipode et Anako, présentes sur le bassin de la Villette mais qui ne s'étaient encore jamais aventurées sur l'Ourcq côté Seine-Saint-Denis, sont invitées, à partir de 2009, à venir s'amarrer à Aulnay, Bobigny et Pantin pendant l'Été du canal. Elles accueillent concerts, ateliers, et permettent de tester des formules de restauration. Ainsi la péniche culturelle Metaxu est, depuis octobre 2019, amarée à l'année sur la place de la pointe à Pantin. Elle a été sélectionnée dans le cadre d'un appel à candidatures de la Ville de Paris destiné à attribuer des emplacements à des péniches d'animation – appel qui, pour la première fois, intégrait Pantin.

Les croisières-promenades proposées aux vacanciers dans le cadre de l'Été du canal se sont diversifiées au fil du temps. Si au départ toutes se limitaient à raconter l'histoire du canal sur le mode de la visite patrimoniale, de nouvelles croisières ont été créées avec le concours d'une cinquantaine de partenaires : des croisières gourmandes, des croisières préludes aux soirées de cinéma en plein air de la Villette, des croisières festives en musique, des croisières street art et hip-hop... Pour l'Été du canal 2019, 120 croisières ont été programmées qui ont accueilli 7 000 passagers, sur l'Ourcq mais aussi sur le canal Saint-Denis.

Précurseur en matière d'animation fluviale, l'Été du Canal l'est également en matière de démarches éphémères et transitoires sur le canal de l'Ourcq – des démarches désormais mises en place dans le cadre d'appels à manifestation d'intérêt (AMI) portés directement par l'établissement public territorial Est Ensemble et par l'aménageur Sequano, partenaires historiques de l'Été du canal.

PORT DE LOISIRS. En 2014, la Ville de Bobigny décide de ne plus programmer "Bobigny-sur-Ourcq" dans le parc de la Bergère. En raison du caractère exceptionnel du site, en prise

directe avec le canal, le CDT décide dès 2015 de se substituer à la ville pour animer l'escale de Bobigny. C'est ainsi qu'est créé le Port de loisirs de l'Été du canal.

Le lieu choisi se situe sur la rive sud du canal, juste en face du parc, au pied de la passerelle Pierre-Simon Girard inaugurée en 2014. Celle-ci donne sur une place fraîchement aménagée et sur la friche Miko, encore inoccupée et dont les travaux doivent démarrer trois ans plus tard, en 2017, pour réaliser une opération comprenant logements, crèche privée et cellules commerciales. Ce site est au cœur de la ZAC Écocity : Est Ensemble et Séquano y voient l'occasion de communiquer sur les transformations urbaines de la plaine de l'Ourcq, d'occuper la friche avant les travaux et d'en préfigurer des usages. Un financement, issu du budget communication des ZAC de la plaine de l'Ourcq, est alloué par Est Ensemble à la construction et à l'animation de ce port de loisirs. La construction des équipements (buvette, scène musicale, structure sur laquelle le public peut s'asseoir et jouer) est confiée au collectif d'architecture expérimentale Bellastock, expert en réemploi de matériaux de construction. Le port de loisirs éphémère propose restauration, ateliers et concerts tous les week-ends de l'Été du canal. Il rencontre un beau succès.

Fin 2015, pour la première édition de l'appel à manifestation d'intérêt Tempo' pour la mise en place d'occupations temporaires, Est Ensemble sélectionne exclusivement des secteurs de la plaine de l'Ourcq (dont la parcelle Écocity sur laquelle est implanté le Port de loisirs). Par ailleurs, les candidats sont explicitement invités à proposer des actions s'inscrivant dans la continuité de l'Été du canal 2015, *"pour franchir une nouvelle étape de l'occupation éphémère de sites disponibles aujourd'hui pour mieux préfigurer l'avenir"*. La coopérative Bellastock est choisie pour la parcelle Écocity et, en 2016, elle y organise son festival Superstock : 600 étudiants conçoivent et construisent des aménagements temporaires lors d'un grand chantier participatif. Ces aménagements sont utilisés pour les activités du

Port de loisirs de 2016, qui débute juste après le festival.

URBANISME TRANSITOIRE. L'année suivante, la région Île-de-France lance son AMI "Soutien aux initiatives d'urbanisme transitoire". Est Ensemble, Séquano et Bellastock y répondent avec le projet Mobilab, laboratoire mobile de partage d'idées sur le réemploi des matériaux. Les constructions de Mobilab sont utilisées en 2017 par l'Été du canal sur la friche Miko. Fin 2017, lorsque les travaux d'aménagement définitif de cette friche commencent, le Mobilab est déplacé en face, dans le parc de la Bergère, pour y accueillir les activités du Port de Loisirs de 2018 et 2019.

Le Port de loisirs, de 2015 à 2019, accueille entre 30 000 et 40 000 personnes chaque été ; il leur est proposé restauration, ateliers, concerts, cirque... tous les week-ends de juillet et d'août ou presque. La programmation est confiée à des collectifs qui cherchent des lieux atypiques vacants pour en faire des lieux de fête, de convivialité et de partage. Soukmachines, par exemple, anime plusieurs événements sur le Port de loisirs. Ce collectif favorise les échanges artistiques par la conception et l'organisation d'événements ainsi que par la mise à la disposition des artisans, artistes et jeunes entreprises, d'espaces de travail et de convivialité à faible coût. Soukmachines a notamment mené, dans le cadre du dispositif Tempo', le projet de la Halle Papin, à Pantin, où ont été mis en place : des ateliers de travail, de création et de répétition ; un lieu d'expérimentation et de festivité avec organisation de concerts, de workshops, de foires solidaires, de banquets festifs (les "Bouffes mondaines")...

D'autres friches de la plaine de l'Ourcq bénéficient des AMI d'Est Ensemble et de la région Île-de-France. C'est le cas de la friche dite MBK, située non loin de la friche Miko à proximité du carrefour de La Folie. C'est sur cette friche qu'était installée l'entreprise Motobécane, appelée ensuite MBK, qui y assemblait les moteurs de la célèbre Mobylette, fabriquée à partir de 1949 et vendue à 14 millions d'exemplaires. Après l'arrêt de l'activité et la démolition du

bâti, la friche industrielle a été rachetée par Séquano.

L'AMI Tempo' sélectionne une partie de la parcelle et confie en 2017 son occupation temporaire à l'association la Sauge (Société d'agriculture urbaine généreuse et engagée). La Sauge est toujours active sur cette friche qu'elle a transformée, grâce à des chantiers participatifs, en une ferme écologique éphémère. Ce lieu d'expérimentation, baptisé "Prairie du canal", est aussi un lieu de partage qui accueille différents publics pour des ateliers de jardinage (bénévoles, familles de Bobigny, personnes en réinsertion) et un lieu de formation sur l'agriculture urbaine. C'est aussi un espace culturel qui propose des concerts, tous les quinze jours de mai à octobre. La friche étant éloignée des quartiers de Bobigny, la Sauge va à la rencontre des habitants en créant des jardins partagés dans les cités Paul-Éluard et Hector-Berlioz et en animant des ateliers dans les écoles. C'est cet éloignement qui lui permet d'organiser sans risque de nuisances sonores des concerts qui attirent un public nombreux et génèrent les recettes nécessaires au développement d'activités pédagogiques gratuites.

DÉVELOPPEMENT DURABLE. La friche MBK fait partie du nouvel appel à projets international "Reinventing Cities" visant à transformer 31 espaces urbains en hauts lieux du développement durable dans 14 métropoles du monde. Le projet MKNO, porté par le promoteur Nodi, est désigné lauréat en 2019. Il prévoit une programmation mixte (logements, résidences pour étudiants, pôle économique dédié aux nouvelles mobilités, hôtels, bureaux et, pour animer les rez-de-chaussée, des commerces de proximité, une médiathèque, une capitalinerie de quartier...). La Sauge pourra rester sur le site jusqu'au lancement des travaux. Et elle échangera avec Nodi pendant la phase de préfiguration pour voir comment elle pourrait être intégrée au programme.

En attendant, la Sauge continue sa programmation et a déjà accueilli 20 000 visiteurs. Pendant l'Été du canal, des croisières musicales au départ du bassin de la Villette débarquent

devant la Prairie où les passagers poursuivent la fête engagée à bord.

NOUVEAUX LIEUX FESTIFS. Depuis ces trois dernières années, la dynamique d'occupation temporaire des friches s'accélère ; de nouveaux lieux festifs rejoignent la programmation de l'Été du canal. Parmi ces initiatives, de plus en plus nombreuses, on peut citer :

- Jardin21, lieu festif créé par Glazart et implanté à la limite de Paris et de Pantin, juste devant la Halle aux cuirs, ancien entrepôt en béton qui servait au salage et au stockage des peaux de bête des abattoirs de la Villette. Depuis 2018, cette friche verdoyante est ouverte de mai à octobre et propose des ateliers de jardinage, de la restauration et des concerts pour préfigurer le futur projet. À l'automne 2021, deux nouvelles salles de spectacle seront créées à l'intérieur de la halle ;

- la guinguette des Grandes Serres à Pantin, située devant l'ancien site industriel Pouchard. Elle a été créée par Alios Développement, qui conduit la transformation du site qui accueillait cette manufacture de tubes ;

- la péniche itinérante Le Barboteur, équipement culturel conçu spécialement pour naviguer et s'amarrer sur les canaux parisiens. Sur le bateau, une scène pour les musiciens et une cuisine : le public ne monte pas à bord, mais prend place sur les quais animés en musique par Le Barboteur pour danser, boire, se restaurer. Le Barboteur a signé une convention de dix ans avec le service des canaux de la Ville de Paris. Depuis 2017, il s'amarre chaque jour de mai à octobre à des escales différentes.

En 2019, pendant le dernier week-end de mai, avant l'Été du Canal, ces acteurs ont organisé un mini-festival, intitulé le "Cri du canal".

Toutes ces initiatives préfigurent les activités de loisirs et de culture qui feront partie intégrante des projets d'aménagement sur ces sites. Des dynamiques comparables sont à l'œuvre sur le canal Saint-Denis, avec des atouts supplémentaires liés à l'ouverture sur la Seine et aux projets d'équipements olympiques. L'Été du canal a d'ailleurs prévu de s'étendre jusqu'à la Seine... Parmi ces projets :

- le 6B s'installe en 2010 dans les anciens locaux d'Alstom pour une durée de vingt-trois mois. Dix ans après, ce lieu de création et de diffusion devient pérenne ;

- la Station-Gare des Mines est quant à elle animée depuis 2016 par le collectif MU qui, dans le cadre de l'appel à projets de la SNCF "Sites artistiques temporaires", a transformé l'ancienne gare à charbon, située porte d'Aubervilliers, en laboratoire convivial et festif consacré aux scènes artistiques émergentes ;

- au bord du canal Saint-Denis, le site de l'ancienne manufacture Christofle, acquis à l'été 2016 par le groupe immobilier Quartus, a été rebaptisé "L'Orfèvrerie" et fait l'objet d'une occupation temporaire par Soukmmachines, de l'automne 2018 à fin 2020, avant sa transformation en projet immobilier. Une journée de portes ouvertes a été orchestrée, le 6 juillet 2019, dans ce lieu étonnant, un des rares ensembles qui, à ce jour, a avoir conservé son unité architecturale d'origine. Au programme : découverte des ateliers des résidents, scènes musicales, marché des producteurs, espace détente, bar et bar-becue. De 11 heures à 2 heures du matin, plus de 3 800 visiteurs ont participé à ces animations, témoignant de la forte demande pour des lieux conviviaux et festifs dans des cadres hors normes ;

- dernier en date, Lil'Ô, pôle d'activités sociales et écologiques innovantes, transforme une ancienne friche industrielle de l'Île-Saint-Denis en ferme florale. Halage, l'association qui porte le projet, rêve de produire les fleurs des bouquets des futurs médaillés des Jeux olympiques de 2024, qui se dérouleront à quelques mètres de là.

Ces friches et lieux festifs au bord des canaux rencontrent un vrai succès et attirent habitants et touristes. Les ingrédients de cette réussite : des espaces vacants réinvestis, des acteurs proposant des offres alternatives et originales, et un soutien de collectivités publiques ou de partenaires privés lors du lancement du projet. ■

Pour en savoir plus : <https://www.tourisme93.com/ete-du-canal/>



© Corbay • La Station



© Otto-Zinsou

LA FERME OUVERTE DE SAINT-DENIS NE SERA PAS UNE FRICHE



XAVIER LAUREAU

Codirigeant des Fermes de Gally

< xlaureau@gally.com >

Les Fermes de Gally ont ouvert en 2018 leur troisième ferme pédagogique en lieu et place de la dernière ferme maraîchère encore en activité aux portes de Paris. D'une surface de 3,7 hectares, située au cœur de Saint-Denis, cette ferme ouverte conserve aujourd'hui, et pour les vingt-cinq ans à venir, le rôle de production maraîchère (vente sur place) de la ferme d'origine datant du xix^e siècle. Elle propose une exposition sur le patrimoine maraîcher de la plaine Saint-Denis... L'ouverture au public fait partie du modèle économique du lieu.

La ferme ouverte de Saint-Denis, à l'instar de celles de Saint-Cyr-l'École et de Sartrouville, se veut un trait d'union entre la ville et la campagne. Située dans une zone urbaine extrêmement dense et urbanisée, à 500 mètres du métro Saint-Denis Université (ligne 13), cette ferme urbaine se situe dans une ancienne dépendance de l'abbaye de Saint-Denis. Elle propose depuis son ouverture en 2017 des animations pour les enfants, qu'ils soient en famille ou avec leur classe, et pour un public adulte autour des productions locales (initiation à la création d'un jardin potager). Elle dispose de tous les centres d'intérêt d'une ferme : découverte des animaux, fabrication de pain, de jus de pomme, de beurre, atelier nature, etc. La ferme accueille des séminaires d'entreprise et des événements dans des locaux évoquant avec modernité l'extraordinaire patrimoine culturel des lieux.

Quand les Fermes de Gally reprennent le site, en 2017, il ne reste que des surfaces agricoles consacrées à la monoculture de salades et un bâti très dégradé, que la ville pensait détruire : les anciens logements des saisonniers, des granges vétustes et des frigos sous des hangars métalliques. On n'était donc pas très loin de la friche... Seul le logement de l'exploitant et les réservoirs d'eau caractéristiques du territoire marquaient de leurs empreintes la mémoire maraîchère de la "plaine des vertus".

HISTOIRE RÉCENTE. En 1860, la plaine Saint-Denis fournissait plus de la moitié des légumes de la capitale et, à l'orée du ^{xx}e siècle, c'est à cheval que, tractant leurs tombereaux, les maraîchers à moitié endormis et abrutis de fatigue livraient le "ventre" de Paris, dès 4 heures du matin, jour après jour. Ils étaient les dépositaires de techniques ancestrales – culture sur couches chaudes⁽¹⁾ et méthodes aujourd'hui regroupées sous l'appellation de permaculture⁽²⁾. Autrefois la ferme reprise par les Fermes de Gally produisait plus de 60 tonnes de fruits et légumes.

En 1912, on comptait dans le département de la Seine 2 456 maraîchers, dont 10 % dans Paris intra-muros. Ils affluaient tous les matins vers les halles de Paris pour apporter leurs productions variées. La pression foncière et démographique se faisait encore peu sentir en dehors des arrondissements parisiens. Les 80 000 chevaux parisiens produisaient 344 000 tonnes de fumier qui alimentaient les couches chaudes des maraîchers des faubourgs. On se servait de cloches de verre pour assurer des températures plus élevées pour la production en primeur de salades et légumes, avec de très bons rendements. Les maraîchers et leurs salariés travaillaient 16 à 18 heures par jour selon les saisons. En 1914, l'éclat de la Lune sur les 6 millions de cloches permit aux aviateurs allemands de repérer Paris, presque entièrement ceinturé de verre. Puis, peu à peu, les châssis de verre ont remplacé les cloches, rendant ainsi la culture maraîchère moins gourmande en main-d'œuvre.

Il ne restait en 1959 que 626 maraîchers, dont seulement 2 dans Paris intra-muros. Le développement des transports ainsi que la pression foncière les ont progressivement éloignés de Paris. Les cloches et les châssis ont été remisés et la culture sur couches chaudes, faute de fumier, a disparu. La destruction des halles Baltard, en 1969, a sonné le glas d'un système qui a nourri Paris pendant 150 ans.

En 1983, la Ville de Saint-Denis rachète les terres de la dernière ferme en activité pour protéger l'agriculteur en place, René Kersanté, issu d'une famille bretonne implantée à Saint-Denis depuis 1920 et véritable figure régionale. La Ville s'engage à ne jamais construire sur cette parcelle. Ce choix politique fort et clairvoyant a permis de geler cet espace malgré une pression foncière très intense et une urbanisation galopante. Au départ à la retraite de René Kersanté, le lieu fait l'objet d'un appel à projets. Celui-ci est remporté par les Fermes de Gally (pour le projet de ferme ouverte), en coopération avec

.....
 (*) Xavier LAUREAU est l'auteur de : *Les 101 Mots de l'agriculture urbaine à l'usage de tous* (Archibooks, 2016). Il est coauteur, avec Jean-Paul CHARVET, de *Révolution des agricultures urbaines, des utopies aux réalités* (France agricole, 2018).

 (1) Culture sur couches chaudes : culture sur sol artificiel, le plus souvent constitué de fumier de cheval, préparé sur 60 cm de haut pour placer les plantes dans un milieu à température plus élevée que celle de saison grâce à la fermentation du fumier.

 (2) Permaculture : agrosystème durable et productif fondé sur l'observation de la nature et la préservation des sols par couverture permanente des cultures : utilisation de paillis, culture sur buttes de terre et association dense de végétaux.

le collectif d'artistes Parti poétique (pour le projet Zone sensible : permaculture, programmation culturelle). Les Fermes de Gally signent un bail agricole de vingt-cinq ans avec la ville de Saint-Denis.

VOCATION MARAÎCHÈRE. Désormais, les quelques hectares de production maraîchère (salades, choux, courgettes, concombres, tomates...) permettent d'alimenter le marché de la ferme en fruits et légumes frais et de saison qui sont vendus sur place, la production de la ferme étant complétée par la production d'agriculteurs partenaires. Dernière représentante du long passé agricole dionysien, la ferme ouverte de Saint-Denis a donc conservé sa vocation maraîchère. Elle propose aux Dionysiens et aux Parisiens de consommer des produits bons, sains et cultivés au pied de chez eux depuis plus de trois siècles : les choux de Saint-Denis, les oignons blancs de Paris, les laitues d'Aubervilliers...

Moult traces de l'histoire de la ferme sont encore sur place, dont notamment une collection très fournie d'outils (moules à navets, pics à betteraves, planches à poireaux...) et de matériels (meules, wagonnets pour le transport sur place, pompes à bras, laveuses de légumes...). Cet inventaire poétique représente la mémoire des techniques culturelles et de la créativité semencière francilienne. Il constitue le cœur de l'exposition dédiée au patrimoine maraîcher, que l'on doit au travail d'inventaire et de conservation réalisé par le service du patrimoine de la ville de La Courneuve, dépositaire de ces objets et matériels depuis de nombreuses années. Cette exposition est complétée sur place par un espace dédié aux innovations françaises en matière d'agriculture urbaine (modules d'hydroponie, d'aquaponie).

Les imposants frigos ont été partiellement détournés pour accueillir des ateliers et un espace d'exposition photographique autour des légumes et des outils – exposition réalisée en collaboration avec l'agglomération Plaine Commune. Les hangars ont été sécurisés et

réaménagés pour permettre une déambulation didactique, entre l'histoire du maraîchage intensif et la création de variétés locales. Une salle de projection de films inédits retraçant l'histoire des immigrés bretons venus travailler la terre et de leur vie quotidienne au début du XX^e siècle complète les photos très grand format exposées sur les murs extérieurs de la ferme. Un habillage bois des frigos et de nouveaux espaces d'accueil des publics donne au bâti une unité architecturale nouvelle. Les ravalements des façades intérieures et la restauration des logements par la régie de quartier ont permis la remise en état de cinq logements pour les salariés.

En ouvrant ses portes au grand public, la Ferme de Saint-Denis entend susciter des vocations, accueillir des jeunes scolaires, des adultes en formation aux métiers de l'environnement et les nombreuses entreprises locales installées sur le territoire de Plaine Commune.

Pour sa première année d'ouverture au public, en 2019, la ferme a accueilli environ 19 000 visiteurs, dont 4 500 jeunes scolaires (80 % d'entre eux issus du territoire proche).

Nous espérons que ce site connaîtra le même succès que son aîné, la ferme ouverte de Saint-Cyr, qui accueille chaque année 120 000 visiteurs pour son activité de ferme pédagogique et d'ateliers !



Cultiver la fierté d'habiter ce territoire, redécouvrir son histoire et sa dynamique au XIX^e comme au XXI^e siècle, accueillir les entreprises pour sensibiliser les salariés aux enjeux de la biodiversité et de l'alimentation sont les défis que les Fermes de Gally souhaitent relever dans cette ferme restaurée. La ferme urbaine de Saint-Denis, c'est l'ambition d'une entreprise régionale, les Fermes de Gally, de faire vivre la solidarité des territoires entre l'Ouest et le Nord parisien, c'est la passion de révéler les techniques de couches chaudes pour cultiver les légumes primeurs, inspirant aujourd'hui toutes les théories de la permaculture. ■



LE TOURISME DANS “LE MONDE D’APRÈS”

- Le tourisme moderne est mort.
Vive le tourisme postmoderne !**
52 **MICHEL MAFFESOLI**
- La société industrielle est morte.
Vive la société postindustrielle !**
57 **RAPHAËL LIOGIER**
- La crise ne va pas tuer
l'imaginaire touristique !**
62 **JEAN-DIDIER URBAIN**
- Le tourisme face à ses limites
en période de crise**
68 **PHILIPPE BOURDEAU**
- Profitons de la crise pour inventer
le tourisme de demain !**
73 **ANNE FUZIER, CHRISTOPHE GAY ET
SYLVIE LANDRIÈVE**
- La crise du Covid-19, un changement
stratégique pour le tourisme ? L'analyse
de la recherche internationale**
79 **ANNE GOMBAULT, JÉRÉMY LEMARIÉ ET
CLAIRE GRELLIER FOUILLET**
- La crise du Covid-19, une catastrophe
qui contraint les acteurs du tourisme
à changer de point de vue**
86 **JEAN MOCHON**
- Les destinations à forte dépendance
touristique vont devoir se réinventer**
93 **MIGUEL SEGUÍ LLINÁS**
- Pistes pour concevoir
l'offre touristique de demain**
99 **RÉMY OUDGHIRI**
- Espoirs et désillusions des sorties
de crise. De la nécessité d'être patient**
104 **YVES-MARIE EVANNO ET JOHAN VINCENT**
- Réponses politiques au Covid-19.
En Suisse, pas de transition écologique
en perspective**
109 **CHRISTOPHE CLIVAZ ET TRISTAN LOLOUM**
- Les nuits urbaines à l'épreuve du Covid-19**
115 **LUC GWIAZDZINSKI**
- Dossier dirigé par HERMINE DE SAINT ALBIN**

Les deux mois de confinement planétaire ont eu un effet cataclysmique sur le secteur du tourisme. S’il est difficile de savoir ce qu’il adviendra à l’issue de la crise économique qui se profile, on peut imaginer que, après une période de transition longue et douloureuse, nos sociétés développées entreront dans un monde nouveau – un monde dont chacun espère qu’il sera meilleur et qu’il prendra en compte les enjeux climatiques. Pour entrevoir le tourisme dans ce “monde d’après”, nous avons interrogé des intellectuels (philosophes, sociologues, géographes, historiens...). D’aucuns pensent que la crise va transformer radicalement les mobilités à l’échelle mondiale, que le tourisme de masse a fait long feu et que le monde d’après va réinventer le rapport au voyage, aux lieux et aux gens, faisant la part belle à la proximité et à la lenteur. Parallèlement, des alternatives au tourisme, fondées sur de nouvelles valeurs (l’enracinement local, l’engagement associatif, le développement personnel...), devraient se développer.

Le tourisme moderne est mort

VIVE LE TOURISME POSTMODERNE !

MICHEL MAFFESOLI

Sociologue, professeur émérite à la Sorbonne

< michelmaffesoli@gmail.com >

Symbole de l'époque moderne, le tourisme de masse s'est développé sur les valeurs de la société de consommation et de la mondialisation à outrance. L'épidémie de Covid-19 nous fait prendre conscience que le modèle progressiste est saturé. De nouvelles valeurs émergent, ainsi que le besoin de retrouver une sérénité, un enracinement local. Bien sûr, les tentatives de rebâtir le monde d'avant vont d'abord prévaloir, mais on peut espérer aussi que les mutations à l'œuvre vont profondément changer le tourisme.

A lors que la cathédrale Notre-Dame de Paris brûlait, divers responsables (du Premier ministre à la maire de Paris) évoquaient le nombre de touristes (et donc d'euros) potentiellement perdus par la ruine du monument. Difficile alors de ne pas penser que l'âme de la cathédrale est sinon morte, du moins très fragile.

Dans le même temps, à Athènes et à Venise, les bateaux de croisière polluent les eaux du Pirée et de la lagune. Partout dans le monde, les masses, blafardes à l'aller, rougeoyantes au retour, participent de la marchandisation généralisée de l'esprit, du matérialisme inhumain et de la course effrénée au progrès. Symbole de l'époque moderne, le tourisme de masse s'est développé sur les valeurs de la société de consommation et de la mondialisation à outrance.

Un tel tourisme est non seulement sans esprit ni culture – ce qui, au fond, importe peu –, mais aussi sans affect, sans sentiment, sans racines – ce qui est plus grave.

Souvenons-nous que, déjà au Moyen Âge, les professeurs d'université et les moines étaient souvent de grands voyageurs, tel saint Thomas d'Aquin, qui a enseigné de Naples à Paris en passant par Cologne. Plus tard, Goethe, Stefan Zweig ou Thomas Mann (pour ne citer que ces quelques écrivains allemands) ont voyagé pour préserver les racines européennes des nationalismes naissants et menaçants. De tout temps, le voyage a été un temps d'enrichissement réciproque, d'échange, pour les artistes, les artisans, les philosophes, les étudiants...

C'est peut-être cela qui est en train de renaître ! L'épisode de l'épidémie de Covid-19 nous fait prendre conscience que nous sommes à un tournant, que le modèle progressiste est saturé et que de nouvelles valeurs émergent. Des valeurs qui, on peut l'espérer, vont profondément changer les attentes des touristes et leurs relations avec les professionnels de ce secteur. Le tourisme, au lieu d'être un acte consommatoire répétable à l'infini, va-t-il renouer avec son caractère initiatique ? Va-t-

il permettre la découverte de l'autre, dans cette altérité de racines communes ?

DIVERTISSEMENT. Toute société se construit dans un balancement entre la clôture, l'intimité une fois la porte de son chez-soi refermée, et l'attraction vers l'ailleurs, l'altérité, le pont – pour reprendre la métaphore du pont et de la porte du sociologue allemand Georg Simmel. Si ce balancement est une structure anthropologique, l'accentuation se fait, selon les époques, plutôt sur l'ailleurs, l'attraction pour le monde ou, inversement, sur l'intériorité, l'expression spirituelle, la méditation.

L'époque actuelle, en particulier le XX^e siècle, est celle d'une ouverture totale sur le monde. Universalisme politique, marchandisation des échanges, idéologie du progrès. Alors que, aux XVIII^e et XIX^e siècles, le voyage était encore l'apanage d'une élite (intellectuels, artistes, scientifiques, explorateurs...), il est devenu, avec le progrès des moyens de transport, une sorte d'obligation généralisée dans tous les pays développés : il faut avoir "fait" au moins quelques pays extracontinentaux. Et, quand il reste national, le tourisme a peu à peu perdu son enracinement dans la ruralité familiale pour devenir une pure consommation de loisir.

En contrepoint de ce tourisme giratoire s'est mis en place un flux migratoire inextinguible. Si bien que se croisent sur les routes, sur les mers et dans les airs les hordes de ceux qui cherchent le dépaysement et de ceux qui tentent de trouver une résidence stable dans un pays riche. Pourtant, tandis que le touriste pare l'étranger du pays visité de toutes les qualités, il lui dénie toute vertu quand il le croise dans les rues de sa propre ville.

Dans l'idéologie progressiste de la modernité, le localisme, la lenteur, la solitude, la ruralité sont autant de valeurs considérées comme dépassées. Chacun sait cependant que, dans l'histoire humaine, les choses changent : les valeurs structurant l'imaginaire d'une époque finissent par se saturer et d'autres valeurs émergent. La dialogique pont et porte, après avoir laissé la porte ouverte vers tous les ponts, est en train d'en refermer un certain nombre.

Sans doute qu'à une forme exacerbée de cosmopolitisme succède aujourd'hui une forme plus douce de retour au local. Un localisme qui met l'accent sur la mémoire collective, sur cette voix de l'instinct, propre à la sagesse populaire pourrait-on dire, qui privilégie l'espace que l'on partage avec d'autres. Une sagesse populaire, un inconscient sachant, un savoir incorporé qui rappelle que le lieu fait lien.

Souvenons-nous du texte de Pascal décrivant comment les hommes tentent d'échapper au sentiment de leur finitude par diverses agitations et activités. C'est ce qu'il nomme le "divertissement". L'attraction pour l'ailleurs a sans aucun doute enrichi la culture de l'humanité et promu des valeurs comme la liberté d'aller et venir, la liberté de penser, la relativisation des croyances dogmatiques, le progrès de la connaissance. Mais cette évolution s'est faite en laissant de côté l'enracinement dans le terroir, l'ancrage dans la tradition, en oubliant les valeurs de l'imaginaire, du rêve, la spiritualité. Au lieu d'être voyage qui enrichit le retour, le tourisme de masse est devenu pur divertissement, au sens pascalien du terme.

"Quand je m'y suis mis quelquefois à considérer les diverses agitations des hommes et les périls et les peines où ils s'exposent dans la Cour, dans la guerre, d'où naissent tant de querelles, de passions, d'entreprises hardies et souvent mauvaises, etc., j'ai dit souvent que tout le malheur des hommes vient d'une seule chose, qui est de ne savoir pas demeurer en repos dans une chambre. Un homme qui a assez de bien pour vivre, s'il savait demeurer chez soi avec plaisir, n'en sortirait pas pour aller sur la mer ou au siège d'une place. On n'achète une charge à l'armée si cher, que parce qu'on trouverait insupportable de ne bouger de la ville. Et on ne recherche les conversations et les divertissements des jeux que parce qu'on ne peut demeurer chez soi avec plaisir. Etc.

Mais quand j'ai pensé de plus près et qu'après avoir trouvé la cause de tous nos malheurs j'ai voulu en découvrir la raison,

j'ai trouvé qu'il y en a une bien effective et qui consiste dans le malheur naturel de notre condition faible et mortelle, et si misérable que rien ne peut nous consoler lorsque nous y pensons de près." (Pascal, *Pensées*)

NOUVEL IMAGINAIRE. Dans notre modernité finissante (ce que, avec d'autres, j'appelle la postmodernité), on voit à la fois des signes de saturation de ces grandes valeurs de l'idéologie progressiste et l'émergence d'un nouvel imaginaire. En témoignent nombres d'indices, tels que :

- l'attention portée à la préservation du patrimoine naturel (écosphie) ;
- le mouvement en faveur d'un relativisme des valeurs visant à privilégier l'échange symbolique plutôt que l'échange marchand ;
- le retour vers la tradition et le désir d'enracinement.

Ce qui caractérisait la modernité, c'était sans doute la volonté d'abolir les limites, toutes les limites, dans tous les domaines :

- par la domination de la nature. On sait à quelles dévastations cette *ubris* a mené ;
- par le scientisme. Il n'existe pas de lois de la nature, ni d'ordre des choses ;
- par l'économicisme. Tout est monnayable, tout peut devenir marchandise, les rites et les objets de culte des cultures étrangères comme les merveilles du passé.

Mais cette prétention d'abolir toutes les limites, cette volonté d'émancipation individuelle et politique, est en train de se saturer : la barbarie des phénomènes migratoires, l'exacerbation des xénophobismes, les saccages écologiques et peut-être tout simplement l'épuisement de l'intérêt pour le voyage sont les signes les plus noirs de cette saturation.

Le destin funeste des bateaux de croisière, interdits d'accoster dans quelque port que ce soit de peur qu'ils n'apportent à terre le Covid-19, a sans doute porté un coup fatal à l'engouement pour la croisière de masse. Le paquebot s'est transformé en prison ! Et le voyage en cauchemar.

Cet exemple, tout anecdotique qu'il soit, signe peut-être la fin de la pulsion pour l'illi-

mité, pour le toujours plus, toujours plus loin, qui a conduit au libéral-mondialisme dont le tourisme de masse est l'un des avatars les plus parlants. Le confinement, au-delà de son caractère délétère d'un point de vue épidémiologique et économique, a mis en relief le danger d'un monde sans limites, d'une humanité hors sol.

Souvenons-nous que, dans la Rome antique, une cité digne de ce nom ne pouvait exister que si elle acceptait l'idée même de limite. C'est ainsi qu'un culte était rendu au dieu Terminus, fils de Jupiter tout-puissant, et dont le rôle était de garder les bornes. Le culte de cette divinité, garante de la paix et de la concorde entre les voisins, souligne l'importance de la limite pour vivre ensemble. Terminus était d'ailleurs représenté sans bras et sans jambes, de manière qu'on ne puisse le déplacer. Dans le même ordre d'idées, le terme latin *determinatio* ("ce qui détermine"), désignait la borne marquant la limite entre le terrain fertile et le désert. Ainsi, la borne, la limite, c'est ce qui donne à être, c'est ce qui assure la fructification et l'efflorescence de toute vie sociale.

C'est cela qu'a cru pouvoir dépasser l'idéologie progressiste de la philosophie des Lumières, de la révolution industrielle et scientifique du XIX^e siècle, du libéral-mondialisme du XX^e siècle. Cet homme "nouveau", qui s'est cru délivré du rapport au passé et à la tradition, de l'oppression des croyances en l'invisible, des contraintes naturelles, voit soudain tous ses appuis vaciller. Dehors est le danger, l'autre est le danger, l'échange est le danger.

On voit alors émerger de nouveau des valeurs que l'on croyait dépassées : la production locale, les coutumes locales, l'entraide de voisinage, sans parler des longues plages de méditation (plus ou moins conscientes) promues par l'absence de ce divertissement dont parlait Pascal. Tout cela se dessine en pointillé, et ces valeurs, qui émergent à bas bruit, sont vite recouvertes par les annonces catastrophées des économistes, des chefs d'entreprise, des gouvernants, pressés que l'on retrouve le monde

**Pour advenir, la renaissance
a besoin de s'asseoir sur
une nouvelle définition du rapport
au local et au mondial, à l'humani-
té et à la nature, au proche et
au lointain.**

d'avant, le monde productif, travailleur, actif.

Pour advenir, la renaissance a pourtant besoin de s'asseoir sur une nouvelle définition du rapport au local et au mondial, à l'humanité et à la nature, au proche et au lointain. C'est ce que l'école de Palo Alto, en Californie, nomme la "proxémie", terme soulignant le rapport étroit existant entre l'environnement naturel et l'environnement social.

PHILOSOPHIE PROGRESSIVE. À la brutale idéologie progressiste ne peut que succéder une philosophie progressive plus douce. En termes imagés : non plus la flèche du temps orientée vers le lointain, mais la spirale. C'est une autre manière de dire l'enracinement et de dire que, comme toute plante, l'homme a besoin de racines pour croître !

Le secteur du tourisme, au-delà de l'immense désorganisation qu'il a subie dans ses aspects économiques et sociaux du fait du confinement, illustre les changements de valeurs profonds qui traversent la postmodernité naissante. Il y a une saturation de ce tourisme de masse, de cette accumulation quantitativiste de miles et de sites touristiques, de selfies et de prestations de services. Saturation du fait de la prise de conscience des dégâts causés à la nature et à l'histoire par ces piétinements frénétiques, mais saturation aussi due au besoin de retrouver une sérénité, un enraci-

nement local presque disparus. Ce que je nomme un "enracinement dynamique".

Bien sûr, le monde ne va pas changer brutalement et les tentatives de rebâtir le monde d'avant vont dans un premier temps prévaloir : marketing, promotion, appel à toujours plus de consommation. Mais la contrainte d'un tourisme local va peut-être ouvrir les yeux à nombre de personnes. La relocalisation des industries "essentiels", la redécouverte du goût et des produits de saison, la mise en valeur des richesses du terroir redonnent une place au local. Sans oublier, à l'image de cette fête mémoriale qu'est la cinéscénie du Puy du Fou, le développement des célébrations locales, patrimoniales, autour d'un château, d'un monastère et autres "hauts lieux" de la même eau.

À la horde de touristes rassemblés par les tour-opérateurs on va préférer les retrouvailles

annuelles dans les campings et les gîtes ruraux, les vacances chez l'habitant, à la ferme, les échanges entre particuliers ruraux et urbains. Bref, tout ce qui fait communauté. Tout ce qui fonde un "être ensemble" construit non plus sur la valeur d'échange et la marchandisation des rapports humains, mais sur un véritable idéal communautaire. Le voyage touristique retrouverait, de cette façon, le caractère initiatique du Grand Tour des jeunes aristocrates du XVIII^e siècle ou du tour de France des Compagnons du devoir.

Nos portes, celles de nos pays, de nos villes, de nos maisons, ne doivent pas rester fermées dans la terreur de l'autre distillée par les pouvoirs en place durant le confinement. Mais elles doivent s'ouvrir et se fermer, retrouver ce balancement équilibré entre le pont et la porte. C'est cela l'enracinement dynamique nécessaire à l'être ensemble. ■



© MXWorksStudios • Shutterstock

La société industrielle est morte

VIVE LA SOCIÉTÉ POSTINDUSTRIELLE !

INTERVIEW DE RAPHAËL LIOGIER

Philosophe, professeur des universités, IEP d'Aix-en-Provence, chercheur au Sophiapol (université Paris Nanterre) et à Columbia University (New York)

La crise du Covid-19 manifeste un épuisement de la mythologie industrialiste qui fonde notre société marquée par une dichotomie entre temps laborieux, d'un côté, et temps de vacance (de vide), de l'autre. Le virus est un révélateur social d'un changement de société, celui d'un passage à une société postindustrielle. On assiste aujourd'hui à une remise en cause des loisirs (moments de recharge) au profit du loisir (l'extension de la liberté, la définition de soi, le développement de soi).

IL Y A UNE DIZAINE D'ANNÉES, VOUS AVEZ AFFIRMÉ QUE LE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL SPIRITUEL SERAIT LA RELIGION DU XXI^E SIÈCLE⁽¹⁾. LA PÉRIODE DE CONFINEMENT A-T-ELLE ÉTÉ L'OCCASION DE PRATIQUER CETTE NOUVELLE RELIGION ?

La période de confinement a mis en lumière le fait qu'il y a plusieurs manières de pratiquer la nouvelle religion qu'est le développement personnel.

Certains ont vécu le confinement dans la posture de l'"industriel", néologisme dont je suis l'auteur. Pour eux, l'équilibre personnel est une injonction. Au lieu de se laisser être ou de méditer, ils vont chercher à se remplir de compétences spirituelles, à capitaliser. Pour décrire ce phénomène, j'ai parlé de "stagiarisation" du monde ou principe de la religion à niveaux. On fait un travail sur soi, on passe des étapes, on a le désir de progresser, de se remplir. Vouloir remplir son temps est une caractéristique du monde industriel, chacun cherche à tout industrialiser, même l'esprit. Cela répond à une angoisse. Et l'on n'obtient guère de résultats en matière de développement personnel en suivant cette méthode !

Il y a une autre manière, post matérialiste, de vivre le développement personnel. Les valeurs post matérialistes, ou valeurs du bien-être, sont celles de la légèreté, du lâcher-prise : on se sent mieux quand on est plus léger, quand on se vide. La recherche permanente de compétences est en effet un piège. Elle revient à appliquer les règles du capitalisme à la vie intérieure ; un peu comme s'il y avait une banque du bonheur personnel dans laquelle on pouvait ajouter des points.

Ces deux postures ont pu être observées à travers les réactions des gens pendant le confinement, notamment dans le "rapport au caddie". Il y a ceux qui ont été obsédés par l'urgence de remplir leur caddie coûte que coûte, et ceux qui ont pris conscience qu'une certaine frugalité était la voie à suivre. Ces derniers ont pressenti que le bonheur, c'est aussi parvenir

à se passer de choses qui nous paraissaient indispensables.

QUE RÉVÈLE DE NOTRE SOCIÉTÉ LA CRISE DU COVID-19 ? QUE VA SELON VOUS ENGENDRER CETTE CATASTROPHE ?

Pour moi, la vraie question est : pourquoi a-t-on basculé dans le confinement, dans cette disruption politique et sociale inédite, alors que, du point de vue médical ou sanitaire, ce phénomène viral est commun au cours des siècles ? Ainsi, de 1956 à 1958, une autre pandémie, la grippe asiatique, a causé la mort de quelque trois millions de personnes dans le monde, dont probablement 70 000 morts en France, sans qu'il y ait eu de confinement.

Pourquoi un tel radicalisme dans le traitement de ce virus ? Pourquoi un tel effondrement complet de nos institutions ? Qu'est-ce que cela signifie de notre rapport à la mort et au risque ? Nous sommes obligés de nous interroger sur la raison pour laquelle un phénomène assez banal (un virus qui devient une pandémie mondiale) renverse ce que nous croyions être si solide : la démocratie, notre économie mondialisée.

Le moment que nous vivons est effectivement de l'ordre de la catastrophe. Mon hypothèse est que nous attendions une catastrophe et que, d'une certaine façon, la pandémie est devenue la catastrophe attendue.

Depuis les années 1970, lorsque se sont fait entendre les premières prises de parole des écologistes, nous nous attendons à une catastrophe écologique majeure... Aujourd'hui, nous étions tous, à l'exception de quelques climatosceptiques, convaincus que cette catastrophe allait survenir. Nous étions même étonnés que cette catastrophe ne survienne pas plus vite. Nous avons souhaité interpréter le virus comme étant la catastrophe à laquelle nous nous attendions. Et, en conséquence, nous nous sommes mis en état de catastrophe.

Les raisons de cette catastrophe sont à chercher dans la profonde anxiété de notre société, anxiété qui était jusque-là contenue, non expri-

(1) Raphaël LIOGIER, "Le développement personnel spirituel sera la religion du XXI^e siècle", *Espaces tourisme et loisirs*, n° 271, juin 2009.

mée. Le virus révèle la situation d'essoufflement de notre civilisation. Nous sommes dans une période de transition. C'est-à-dire que nous sommes obligés de vivre selon les valeurs d'un monde industriel, alors que plus personne n'adhère fondamentalement à ces valeurs, qu'elles ne nous font plus vibrer. Mais il faut bien gagner sa vie... Le virus a provoqué soudain le relâchement d'une anxiété latente.

Dès lors, je vois deux possibilités. Soit ce relâchement entraînera une angoisse plus grande encore. Les gens réactionnaires seront plus angoissés encore qu'avant, dans une logique industrialiste. Ils considéreront le confinement comme un temps perdu à rattraper. On entend cela dans le discours d'injonction à faire redémarrer l'économie comme avant, à réindustrialiser, à travailler plus... Soit, au contraire, ce relâchement sera le point de départ d'un monde différent, le d'après. Le confinement a montré qu'il est possible de répondre aux enjeux écologiques, qu'il est possible de vivre les valeurs auxquelles on adhère vraiment... Du point de vue de l'écologie, par exemple, on a eu la preuve qu'il est possible de réduire drastiquement les gaz à effet de serre. Cela implique de changer de système, de prendre une autre direction.

POURQUOI CONSIDÉREZ-VOUS CETTE QUESTION COMME ÉMINEMMENT SPIRITUELLE ?

Ce qui est en jeu n'est pas la remise en cause du capitalisme au sens matériel (qui est un fonctionnement), ni du libéralisme (qui est issu du grand rêve du XIX^e siècle de libérer l'homme). Ce qui est en jeu, c'est la remise en cause de l'outrance avec laquelle ces deux doctrines sont pratiquées.

Le marché est devenu un espace dans lequel on forme – ou plutôt on formate – l'homme pour qu'il soit adapté à cet espace. La bureaucratie économique industrialise l'homme lui-même : d'un côté, elle l'adapte à la consommation, le "marketise" en quelque sorte ; de l'autre, elle le formate au travail qu'elle lui demande d'exécuter.

Nous avons souhaité interpréter le virus comme étant la catastrophe à laquelle nous nous attendions. Et, en conséquence, nous nous sommes mis en état de catastrophe.

Si le capitalisme permet effectivement l'enrichissement de chacun, il change de nature quand il devient un principe d'agression qui creuse la fracture entre pauvres et riches, quand la richesse de certains devient abstraite (les personnes les plus riches dans le monde possèdent plusieurs milliards de dollars !) : on est là face à un démembrement de la société. Quand le capitalisme n'est plus un moyen au service de l'homme, quand l'accumulation capitaliste devient une fin en soi, on entre dans l'industrialisme.

À mes yeux, l'industrialisme est une trahison du capitalisme et du libéralisme, qui s'écartent alors de leurs valeurs d'origine. Et c'est cela qui est remis en cause aujourd'hui par le coronavirus. Une remise en cause qui ne signifie pas que cet industrialisme va nécessairement disparaître.

JUSTEMENT, LA REMISE EN CAUSE DE L'INDUSTRIALISME OUVRE-T-ELLE, OU NON, UNE NOUVELLE ÈRE DU TOURISME ?

La mythologie industrialiste qui fonde encore notre société suppose une dichotomie entre temps laborieux, d'un côté, et temps de vacance (de vide, donc), de l'autre. Dans l'industrialisme, l'effort laborieux crée la valeur.

Si bien que le rapport au loisir a changé. Le loisir, étymologiquement, c'est faire ce qui est loisible, ce que je suis libre de faire. L'industrialisme quant à lui a l'obsession des loisirs (au pluriel), c'est-à-dire du remplissage systématique du temps. Il favorise un tourisme productiviste. Les loisirs sont l'expression du glissement vers l'industrialisme.

Les loisirs (dont on peut considérer que le tourisme fait partie) sont remis en cause depuis l'essor du développement personnel, essor que je situe dans les années 1960⁽²⁾. Depuis lors, on réfute progressivement la logique selon laquelle il faudrait, pendant ses loisirs, faire le plein d'énergie nécessaire pour pouvoir repartir au labeur. Dans cette forme de tourisme, centré notamment sur la plage, le farniente, le vacancier se détend, il se détourne du travail pour pouvoir mieux y retourner.

Le tourisme des années 1990 et du début du XXI^e siècle est marqué par la croissance d'un tourisme de niche, culturel, humanitaire... Il aboutit aujourd'hui à une remise en cause des loisirs (les moments de recharge) au profit du loisir (l'extension de la liberté, la définition de soi, le développement de soi). Ce loisir peut comprendre une activité professionnelle, dès lors qu'elle plaît à son auteur et ne sert pas simplement à subvenir à ses besoins.

Si je continue à m'accomplir dans mon travail, il n'y a plus disjonction entre la sphère du travail et celle des loisirs. On atteint alors une vision plus générale d'un monde de loisir, où je fais ce qui m'est loisible, y compris dans le choix de mon travail, le tourisme faisant partie de la continuité de ce système. C'est ce que j'appelle l'"individuo-globalisme".

**LE CONSERVATISME ET LE
RENFORCEMENT DE L'IDENTITÉ NE
RISQUENT-ILS PAS D'ÊTRE EXA-
CERBÉS, CE QUI AURAIT UN FORT
IMPACT SUR
LE TOURISME ?**

Il est très difficile aujourd'hui de dire vers quoi le monde va basculer. L'industrie touristique va-t-elle continuer à fonctionner de façon

industrialiste ? Ou bien va-t-elle prendre conscience qu'elle ne peut plus se définir comme une activité en opposition au travail et qu'elle a intérêt à se situer dans une certaine continuité ? Le temps libre (non travaillé et non contraint) représente environ les deux tiers de notre temps. La crise que nous avons vécue peut provoquer deux réactions opposées : soit elle accroît notre sentiment d'être lié aux autres, notre sentiment de solidarité, notre envie de connaître l'autre ; soit elle accentue notre angoisse, notre anxiété et, en réaction, elle pousse certains à se prémunir contre les autres, à rester chez eux, à moins s'intéresser aux autres sociétés, aux personnes différentes.

Selon moi, le tourisme doit œuvrer pour l'ouverture au monde. On a tous soif d'une plus grande cohérence. Quand on est dans la logique de continuité du loisir, la vie dans son ensemble devient une aventure. Il me semble que les organisations touristiques pourraient s'emparer de cela. L'hôtel pourrait représenter un retour à l'hospitalité.

Le secteur du tourisme est devenu une machinerie gigantesque, une sorte de vitrine illusoire où les touristes se voient dans le troupeau des gens qui se reposent, qui ont besoin d'être hors de chez eux, de sortir de leur condition habituelle (leur travail, qu'ils n'apprécient pas, qui leur est imposé). L'hébergement touristique est un bâtiment posé au milieu d'une culture mise en scène pour que les touristes jouissent d'un effet exotique. On sent une volonté des gens de quitter ce modèle dépassé d'un monde riche accueilli par un monde pauvre qui se met en scène pour répondre à l'imaginaire des touristes occidentaux ; un monde pauvre où les habitants surexpriment des choses qu'ils ne sont pas (ce que j'ai appelé les "hyper zoulous").

Le tourisme post-Covid pourrait ainsi consister en un retour aux origines du tourisme, lorsque les artistes de la fin de la Renaissance partaient faire une expérience de l'Europe, dans un monde de plus en plus en paix, pour s'acclimater à l'ambiance des différents pays et rencontrer leurs pairs (se frotter aux

(2) *Idem.*

manières de faire des maîtres italiens ou flamands...). Le tourisme des origines consistait à voyager pour se construire soi-même, par l'assimilation des expériences des autres et par le partage avec les personnes rencontrées. Il y a un avenir pour un tel tourisme, qui serait une coconstruction d'expérience entre soi-même et l'autre. Depuis des années déjà se développe une appétence pour la participation à la culture locale qui soit à l'inverse de la demande d'exotisme exprimée durant les précédentes décennies. Le développement personnel nourrit la curiosité, mais une curiosité non exotique. À travers le voyage, nous désirons désormais faire une rencontre avec les personnes telles qu'elles sont, et non telles qu'elles se mettent en scène. Nous progressons vers un mode où chacun se laisse être ce qu'il désire être, un mode qui est de moins en moins dans la représentation, au sens théâtral du terme.

Mais il y a aussi un risque de reprise du tourisme industrialiste. Les phénomènes autoritaires observés pendant le confinement – plus de contrôle, plus de sécurité, plus de distance, plus de fermeture – induisent plus d'exotisme (moins de mélange) et par là-même un refus de la rencontre spontanée, dans une mise à distance de l'autre encore plus forte. Il est étonnant de constater que les pays les plus fermés, les plus obsédés par leurs spécificités nationales, sont aussi parmi les plus touchés par le virus (c'est le cas des États-Unis et du Royaume-Uni, notamment). La vraie leçon à tirer du virus est peut-être que la seule manière de le combattre est la coopération, non le repliement sur soi.

COMMENT ALORS VOYEZ-VOUS L'AVENIR DU TOURISME ?

L'avenir du tourisme est lié à l'évolution sociale et économique des pays. Le secteur sera directement impacté par les choix politiques pris par les gouvernants. Le risque de voir le tourisme renouer avec des pratiques d'un autre temps (zoos humains des empires coloniaux, à la fin du XIX^e - début du XX^e siècle) où le public

est relégué à observer les indigènes à distance, par peur de la contamination, est réel. Le tourisme est le secteur économique le plus frappé par la crise actuelle, avec des acteurs économiques qui ne s'en relèveront pas (des compagnies aériennes, des tour-opérateurs et d'autres intermédiaires déjà en difficulté avant le Covid-19). L'industrialisme hôtelier a été mis à mal par ce que j'appelle le mode de production interactif (Airbnb et consorts). La crise actuelle ne fait qu'accentuer des tendances qui existaient déjà.

Le secteur du tourisme peut choisir de poursuivre dans la voie de la désindustrialisation et se reconstruire dans le moule postindustriel. Certains acteurs vont survivre, se recomposer, s'adapter aux nouveaux désirs actuels.

Le secteur peut aussi choisir de jouer à nouveau la carte du remplissage, de la sécurisation, de l'expérience exotique. Je pense que ce serait une erreur et j'ai l'intuition que nous ne pourrions pas revenir au modèle de développement de la fin du XX^e siècle.

La désindustrialisation ne se fera pas du jour au lendemain, mais, ce qui finira par l'emporter, ce sont les aspirations et les désirs profonds des gens, qui ne sont plus dans l'industrialisme touristique⁽³⁾. Plus on résiste à ce mouvement de fond, plus on a l'impression de se sauver dans l'immédiat (ce sera la tentation des grands acteurs touristiques, c'est plus facile, c'est ce qu'on connaît), mais, à moyen et long terme, ce tourisme est condamné. La remise à plat que nous a permise l'expérience du confinement devrait nous engager à ne pas souhaiter renouer avec l'ancien modèle, mais plutôt à favoriser le plus vite possible la continuité du loisir pour répondre aux attentes des gens.

C'est la première fois que l'on assiste à un épisode de confinement à l'échelle planétaire. C'est donc l'occasion ou jamais de changer de paradigme, dans le tourisme comme dans d'autres domaines.

(3) Raphaël Liogier, *L'Horreur du vide : critique de la raison industrialiste, Condition de l'homme postindustriel*, t. 2, éd. Les liens qui libèrent, (à paraître) sept. 2020.

PROPOS RECUEILLIS PAR HERMINE DE SAINT ALBIN

La crise ne va pas tuer l’imaginaire touristique !

INTERVIEW DE **JEAN-DIDIER URBAIN**

Sociologue, linguiste et ethnologue, professeur émérite à l’université Paris-Descartes

< jean-didier.urbain@wanadoo.fr >

Le désir de voyage est porté par de puissants imaginaires qui ne devraient pas s’écrouler du fait de la crise du Covid-19. Il est probable en revanche que le tourisme voie son modèle se complexifier. Aux côtés du tourisme de masse, du tourisme expérientiel et du tourisme alternatif, d’autres offres devraient voir le jour. Souhaitons qu’elles s’attacheront à décrypter réellement la demande et non pas, comme c’est le cas habituellement, à imposer le point de vue de l’offre.

**LE COVID-19 TRANSFORME-T-IL
VOTRE REGARD D'ANTHROPOLOGUE
SUR LE TOURISME, OU PLUS
LARGEMENT SUR LE VOYAGE ?**

J'ai toujours opposé le touriste au tourisme, le sujet au phénomène, et donc le fait sociétal à son exploitation par une industrie. En effet, la relation entre le sujet (le touriste) et le phénomène (le tourisme) reste problématique, la lecture du phénomène étant plutôt dépréciative du point de vue tant des pays hôtes que des professionnels de l'accueil.

Si bien que le touriste devient le bouc émissaire des dérives du tourisme et de son industrie. On incrimine l'individu plutôt que le phénomène. En tant que linguiste, je suis très attaché au sens des mots et, depuis trente ans, je reste constant dans mon approche. Je distingue deux grands types de voyageurs : le touriste, au sens strict, qui circule et trouve son plaisir dans la mobilité même ; et le villégiateur, un casanier qui cherche un lieu où s'installer et rester. Le confinement a accentué la lisibilité de ces deux versants du voyage d'agrément et il me semble important de tenir compte de ces différences.

Le tourisme est une construction culturelle. Or la construction du plaisir de voyager est remise en question par la crise que nous vivons. Cela concerne les deux types de voyageurs : celui qui aime le mouvement et souhaite arpenter le monde, et celui qui aime l'immobilité choisie (il voyage pour ne pas voyager !). Ce dernier, le villégiateur, cherche seulement à s'installer ailleurs, effectuant pour un temps un transfert de sédentarité. Il trouve son bonheur dans l'installation même. Il vient dans un lieu choisi vivre idéalement ses habitudes et accéder ainsi à une vie domestique parfaite. Qu'il s'inscrive dans l'un ou l'autre cas, le voyageur a l'envie de bouger pour son plaisir. Il faut alors se demander pourquoi : à quels désirs profonds cela répond-il ? qu'est-ce qui pousse l'homme à voyager ? La réponse ne va pas de soi.

**PENSEZ-VOUS QUE "L'ENVIE DU
MONDE", SELON VOTRE EXPRES-**

**SION, VA SE RÉDUIRE DANS LES
ANNÉES QUI VIENNENT ?**

Le désir de voyage reste porté par de puissants imaginaires qui, selon moi, ne seront pas déboullonnés. Le voyageur va intégrer de nouveaux paramètres liés au principe de protection, entre souci de l'autre et protection de soi.

La pandémie du Covid-19 ne va pas modifier les habitudes (un schéma de comportement) mais l'application de ces habitudes. Un imaginaire en effet n'est pas une mode mais un modèle d'interprétation du réel : il est constitutif de notre intellect, de notre aptitude à donner du sens, et donc très résistant. On touche là aux sources de la conscience du voyage. Les paradigmes de représentations modelées par des siècles de culture ne se modifieront pas. L'humain est intelligent, il pratiquera une psychologie du détour ; les modifications superficielles qui vont s'ensuivre ne vont pas transformer les fondamentaux psychologiques de la représentation du voyageur.

Il est possible que des voyageurs renoncent au voyage, estimant qu'ils en ont tiré tout ce qu'ils avaient à en tirer à un moment donné. Le temps est venu pour eux de faire une pause ; une pause qui peut durer une vie, une décennie ou une année. Les statistiques du tourisme sont annuelles, ce qui ne permet pas de traduire la réalité des comportements. Par exemple, ceux qui font un grand voyage tous les quatre ans sont comptés comme des non-voyageurs trois années de suite...

**APRÈS L'EXPÉRIENCE DU
CONFINEMENT, DANS QUELLE
MESURE LES MOTIVATIONS DU
VOYAGEUR D'AGRÉMENT VONT-
ELLES CHANGER ?**

La période de confinement a évidemment constitué un frein majeur au voyage, puisque tout déplacement était interdit. À moyen terme, je pense que d'autres freins vont émerger, comme la restauration de la peur liée au voyage – peur de la maladie, de l'intoxication, rapport craintif du voyageur à l'inconnu et au danger qu'il représente. À court terme, cette peur va

très probablement avoir un impact sur les déplacements. Par exemple, les voyages à l'étranger risquent d'être boudés un temps.

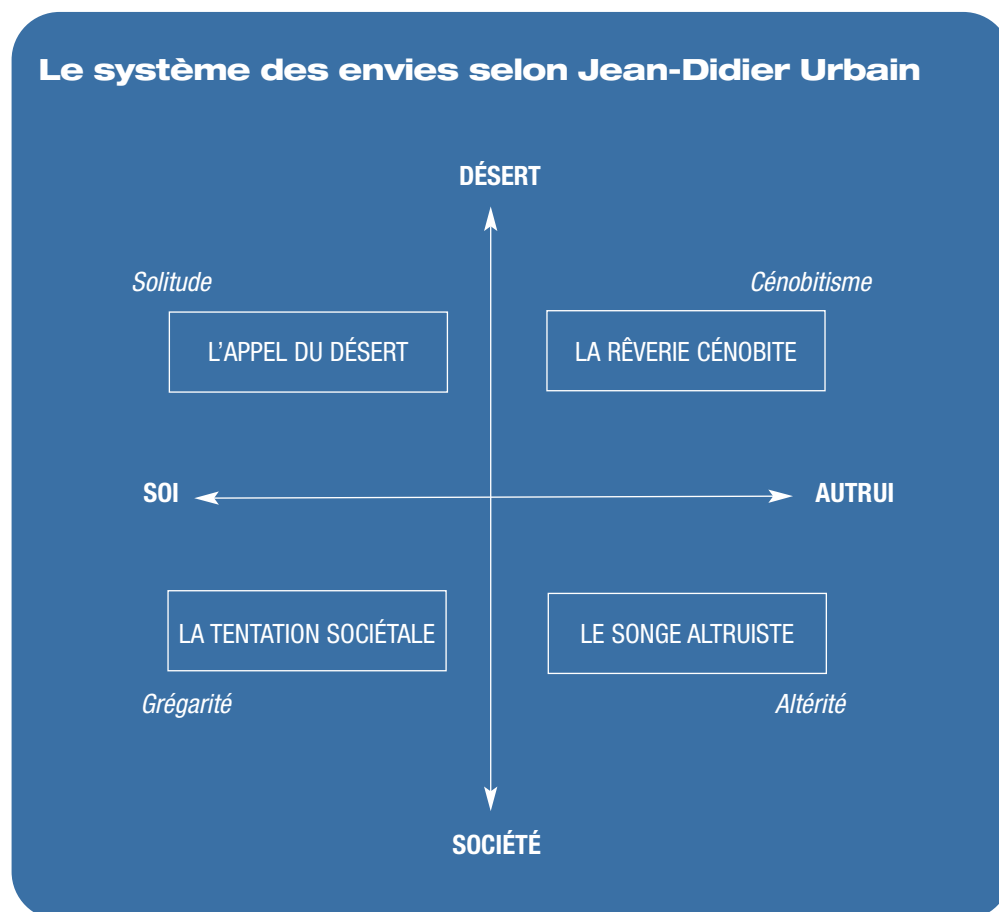
Pour aborder les comportements des voyageurs après cette pandémie, référons-nous au système que j'ai décrit dans *L'Envie du monde*⁽¹⁾, qui place sur deux axes les quatre désirs capitaux du voyageur : l'appel du désert, la tentation sociétale, la rêverie cénobite, la tentation altruiste (cf. schéma ci-dessous).

Dans cette construction culturelle qu'est le tourisme, on observe une tension permanente entre le désir de découvrir le monde et celui de s'éloigner du monde, l'envie de se mêler aux autres et celle d'apprendre à vivre sans les hommes.

Considérons la partie haute du schéma, celle qui tend vers le désert. Il est possible que le

confinement ait provoqué des expériences psychologiques suffisamment fortes pour marquer durablement le désir de voyager. Certains vont souhaiter retrouver ce qu'ils ont vécu dans le confinement, mais ailleurs. Ainsi, chacun va chercher son désert (dans la solitude) ou son île (au sein d'une compagnie choisie). J'ai eu des témoignages divers de gens confinés qui ont peur du retour à la vie normale. Ils ressentent une nostalgie anticipée du temps où ils étaient enfermés, le confinement étant dans leur esprit un état douillet, confortable, rassurant. Ils y ont construit leur bulle, sorte de paradis domestique où ils se sentaient à l'abri. C'est le syndrome de Robinson Crusoé : au début, il est enfermé et cela ne lui plaît pas, puis, peu à peu, il transforme le subi en choisi. Le confinement rend les gens méfiants, peureux, très

(1) Jean-Didier URBAIN,
L'Envie du monde, Bréal,
2018 [2011].



critiques vis-à-vis de leur environnement social. Il fournit l'occasion de découvrir le bonheur d'être coupé du monde, aux antipodes d'une idéologie du contact, de la rencontre avec l'autre. Il s'agit plutôt d'un entre-soi, d'un enfermement consenti, comme le serait un voyage immobile à domicile. Bachelard évoque la figure du "*topophile*" quand on est à la recherche d'un lieu à soi, pas forcément justifié par des origines historiques ou parentales, mais plutôt un lieu qu'on a décrété être sien. Comment cette tendance va-t-elle se traduire dans les comportements ? À l'instar de Jean-Jacques Rousseau qui "*prend congé des hommes*", le voyageur poursuit parfois un désir de solitude, même si souvent il n'ose pas se l'avouer. Il y a cette envie de se débarrasser des hommes. Le confinement met en lumière un marché qu'on a sous-estimé : celui de la solitude partagée, du huis clos restreint et choisi : l'ermitage collectif ou cenobitisme. Le groupe isolé peut être familial, tribal, réuni autour d'un projet commun ou d'une passion commune. J'y vois l'aspiration communautaire, voire sectaire, qui resurgit régulièrement dans notre société, dans une logique de club ou de petite amicale. Le confinement pourrait être considéré comme cette expérience propitiatoire pour découvrir cette dimension cenobite de l'existence que permet le voyage.

Le Club Méditerranée, les Center Parcs et leur "bulle tropicale" et toutes les autres "*coquilles hôtelières*" (campings-clubs, villages de vacances...), pour reprendre une expression de Georges Cazes, rentrent assez bien dans ce schéma. Tous ces lieux de villégiature ressemblent dans une certaine mesure à une forme de confinement choisi ; le bonheur s'y trouve dans le repli, l'entre-soi. Il y a aussi des avatars cinématiques de cette île-ermitage : les paquebots, qui sont de véritables îles flottantes, mais aussi les péniches-hôtels ou les modestes pénichettes du tourisme fluvial, le camping-car qui s'apparente à une coquille automobile. Toutes ces formes de cenobitisme, qui relèvent d'une sorte de plaisir de l'enfermement, correspondent d'ailleurs à des filières en progrès constant.

ENTRE LE DÉSERT ET L'ÎLE, QUELLES AUTRES TENTATIONS VOYEZ-VOUS APRÈS LE CONFINEMENT ?

La résilience, qui est le nouveau mot à la mode, ne me semble pas traduire la réalité. Pour la plupart des gens confinés, je parlerais plutôt de soumission, de renoncement. Et l'on peut penser que certains voyageurs réagiront par opposition à cette dictature du repli sur soi et les siens. Cet enfermement, cette séquestration, nous a laissé entrevoir ce que serait une société dictatoriale, voire totalitaire, dans laquelle on n'a même plus le droit à la vie privée. Cet épisode où des gendarmes sont intervenus chez des Parisiens car ils jouaient aux cartes entre voisins est tout de même assez dérangeant. Beaucoup de personnes ont mal vécu cette privation de liberté. Dès lors, plus que jamais, le voyage va être associé à cette liberté que la société veut bien nous accorder à la marge. L'autoritarisme du confinement a alimenté les désirs d'une culture plus critique, plus militante, plus résistante. Ceux qui ont refusé cette soumission ont ressenti cette période comme une atteinte aux libertés. Dans une société sédentaire, le voyage de désobéissance, c'est le nomadisme, c'est l'errance.

Pour l'instant (à l'heure de l'interdiction de se rassembler en grand nombre), un des axes du système des envies est tout à fait neutralisé : celui du collectif affinitaire (la tentation sociétale). Les festivals, les grands rassemblements sont totalement à l'arrêt : le désir de grégarité en prend un coup. Cette envie de collectif s'exprime ponctuellement en des lieux "autorisés", tels les quais du canal Saint-Martin, à Paris. Les Robinson Crusoe sont heureux de quitter leur île, ils recherchent l'autre, les autres, pour sortir de leur isolement.

La tentation altruiste, autre pôle du système des envies, va également être ralentie pendant une période. Le voyage international, sous-tendu par le désir d'un contact avec d'autres cultures, risque d'être limité pendant un certain temps. Mais, selon moi, ce marché va repartir assez vite. En général, on observe un

retour à la normale très rapide après une situation de crise, comme après les attentats du 11 septembre 2001, ceux du Bataclan, ou encore celui de la promenade des Anglais à Nice. Les gens oublient très vite.

Cela dit, à court terme, le cénobitisme va l'emporter très largement, avec probablement, dans un réflexe de solitude, un regain de fréquentation de l'espace rural. Le confinement a eu pour effet de révéler l'importance de l'espace, ce qui va probablement entraîner une appétence pour les grands espaces peu fréquentés, pour leur vacance plus que par attrait pour la nature. C'est déjà ce qu'exprimait Edouard Hall avec son concept de proxémie. On vit dans des espaces emboîtés, de l'intime jusqu'au public. Le confinement a réduit l'individu à une sphère étreinte dont celui-ci va, d'une manière ou d'une autre, essayer de sortir pour aller vers l'espace, les immensités.

QU'EN EST-IL DE LA RELATION À L'AUTRE, UNE DES DIMENSIONS DU VOYAGE ?

La relation à l'autre est aujourd'hui viciée par le risque que l'autre peut être porteur du virus. La tentation de l'altruisme sans frein va s'arrêter un temps. On va choisir sa destination en fonction de quasi-labels attestant la qualité en matière de sécurité sanitaire. Cela étant, pendant le confinement, chacun a fortement ressenti que l'absence de lien social était un handicap terrible. Comme l'espace, le lien social est essentiel.

Je pressens que le syndrome du hérisson va dominer les comportements des vacanciers. On va être trop nombreux, on va se piquer, mais on aura besoin des autres. Les vacances de cet été seront réparatrices ; elles viendront combler nos manques d'espace et de lien social. On verra probablement un fort développement des rassemblements familiaux.

La saison touristique 2020 est une chance formidable pour l'espace rural. Les résidents secondaires vont sûrement habiter plus longtemps leur maison, y accueillir plus de monde, et donc engendrer davantage de retombées

pour les territoires. Les zones qui sont synonymes de bonne santé seront attractives : tout le littoral atlantique peu touché par le virus, par exemple.

Parmi les traces qui pourraient rester de notre crise actuelle, il est probable que la notion de proximité-distance dans les lieux collectifs va être pensée différemment. Contre la surfréquentation et les concentrations insupportables tant pour les visiteurs que pour les accueillants, les politiques dispersives vont se multiplier. En ville, démultiplier les attractions peut constituer une solution, notamment en diversifiant les patrimoines. Le patrimoine alternatif, l'ethnographie du quotidien peuvent permettre de détourner une partie des flux. Par exemple, à Rome, au-delà du Colisée ou de la place Saint-Pierre, le touriste peut flâner sur les petites placettes, profiter des terrasses des cafés, voir les Romains dans leur quotidien. Cela exige une valorisation sensorielle des lieux, avec une large place laissée à l'animation nocturne, un temps souvent non pensé pour les touristes.

ON PARLE BEAUCOUP D'UN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DE PROXIMITÉ, QU'EN PENSEZ-VOUS ?

D'un point de vue psychologique, le tourisme chez soi s'apparente à de la schizophrénie ludique. Certaines villes l'ont bien perçu, considérant que les premiers touristes étaient probablement leurs habitants. Notez que la proximité est une notion éminemment relative. On ne parle pas forcément de proximité immédiate, de voisinage direct, mais plutôt d'espace proche transformé en espace d'exploration. C'est exactement ce que ne fait pas le résident secondaire : il n'explore pas puisqu'il a juste transporté son propre monde.

Dans *Ethnologue, mais pas trop*⁽²⁾, je montrais comment, dans les pratiques de découverte, il y a un emprunt, même inconscient, aux ethnologues. Le tourisme d'immersion, par exemple (ce que représente Airbnb aujourd'hui), reprend l'observation participante des ethnologues, inventée en 1920. L'ethnographie,

(2) Jean-Didier URBAIN,
Ethnologue, mais pas trop,
Payot, 2003.

qui s'est construite par le choc exotique au contact d'une civilisation étrangère, a une résurgence à domicile. On peut l'exercer en milieu familial : dans le tourisme de proximité, on se réapproprie le regard du dépaysement exotique pour découvrir un espace connu. Ce regard a la vertu de nous rendre étranges des mondes familiers que nous n'interrogeons plus parce que nous vivons dedans.

POUR CONCLURE, LE VOYAGE D'AGRÉMENT VA-T-IL CHANGER DE PARADIGME SELON VOUS ?

Je suis assez réticent à cette notion de changement de paradigme. Je ne crois pas que l'on s'apprête à passer d'un modèle à un autre. En revanche, il est probable que nous passions d'un degré de complexité à un autre. Nous n'allons pas abolir l'ancien modèle, mais lui intégrer d'autres types de modélisation. Dans *L'Idiot du voyage*⁽³⁾ déjà, je décrivais trois paliers dans le tourisme, qui ne s'excluent pas. Il y a le tourisme *initial* : ritualisé sous forme de circuit programmé en suivant les guides imprimés, fait de "*grands panoramas et de main stream*". Il y a ensuite le tourisme *expérimental* qui consiste à sortir des circuits pour voir les choses autrement, c'est le tourisme de la ruelle. Ce touriste expérimental conteste le touriste initial une fois qu'il en a acquis les compétences. Enfin, il y a le tourisme *interstitiel* : aller vers les endroits où habituellement on ne va pas, dans les lieux non touristiques, flirter avec la transgression, ne pas se plier aux règles. Appliquons ces trois paliers à la visite d'un musée : le premier palier consiste à suivre la visite guidée ; le deuxième, à visiter le musée sans guide ou à le visiter en sens inverse ; le troisième, à se laisser enfermer toute la nuit dans le musée.

À l'avenir, avec la rupture que représente le Covid-19, je crois que les pratiques seront démultipliées. La nouvelle donne va enrichir la demande. J'appelle de mes vœux un tour-nant déjà évoqué à plusieurs reprises : qu'on arrête de considérer le tourisme du point de vue de l'offre comme on l'a toujours fait, et qu'on s'attache enfin à décrypter la demande.

Aux voyageurs d'appréhender cette complexification. Il faut cesser de percevoir le touriste comme le simple touriste qu'il n'est pas.

La plupart du temps, les voyageurs ne se préoccupent pas de l'imaginaire des voyageurs : ils promeuvent leur propre imaginaire. Cette profession m'apparaît très ethnocentrique, chacun ayant sa vision du voyage. Il est urgent que les professionnels du voyage fassent preuve de décentration et qu'ils se préoccupent en priorité de l'imaginaire de leurs clients, qu'ils proposent le voyage que leurs clients souhaitent faire.

Je crois que le confinement a été un élément suffisamment perturbateur pour que, au-delà des déclarations d'intention, on passe à l'acte concernant l'investigation de la demande, pour que l'intérêt se porte davantage sur la psychologie des voyageurs... Bref, pour qu'on cesse de croire que les pratiques de voyage se résument aux vitrines des voyageurs.

Ensuite, je pense que les pratiques et les imaginaires des voyageurs auront à se confronter aux nouvelles contraintes logistiques. La pandémie va bien changer certaines choses, mais pas forcément dans le tourisme en priorité. Il y aura en revanche des répercussions sur le secteur de l'immobilier. Les gens piégés à la ville pendant le confinement réclament un habitat différent, avec un jardin. C'est le syndrome de Candide que, à la fin de l'ouvrage de Voltaire, on voit cultiver son jardin après avoir parcouru le monde. Une partie de la population qui vit dans les villes veut désormais son jardin, son espace clos, son potager, pour y assouvir un désir d'autosuffisance, d'autarcie. Malheureusement, ces demandes d'espace entrent en contradiction avec les choix écologiques (habitat collectif avec des immeubles de grande hauteur...) et de limitation de l'artificialisation des sols dans nos villes. Demain, la fabrique de la ville sera, elle aussi, beaucoup plus complexe.

.....
(3) Jean-Didier URBAIN,
L'Idiot du voyage, Payot,
1991 [2003].

**PROPOS RECUEILLIS PAR HERMINE DE SAINT ALBIN
LE 12 MAI 2020**

Le tourisme face à ses limites en période de crise

PHILIPPE BOURDEAU

Professeur de géographie, Institut
d'urbanisme et de géographie alpine,
université Grenoble-Alpes, UMR Pacte
< philippe.bourdeau@univ-grenoble-alpes.fr >

En vidant les lieux touristiques et en clouant les avions au sol, la crise sanitaire a mis en œuvre une partie du programme de l'antitourisme. La crise économique annoncée parachèvera-t-elle cette décroissance et permettra-t-elle l'avènement d'un après-tourisme fondé sur des alternatives au tourisme (loisirs, développement personnel, engagement associatif...) ? Tout dépendra de la façon dont se feront les arbitrages politiques, selon qu'ils privilégient une transition soutenable ou un consumérisme ne remettant pas en cause les modes de vie des plus nantis.

A bien des égards, le coronavirus a mis le monde à l'envers. La célébration de la mobilité et de la croissance a temporairement fait place à l'injonction de sédentarité et à l'arrêt de l'activité économique non "essentielle". L'incitation à la consommation et la promesse d'un accès immédiat aux expériences ont été remplacées par l'impossibilité de consommer et par des délais imprévisibles... De même, l'évidence de l'abondance dans les pays privilégiés a cédé le pas à des pénuries... Les départs en vacances et en week-end ont été proscrits. Après les dégâts du surtourisme, ce sont ceux du sous-tourisme qui ont fait l'actualité. On a même vu les règles de fréquentation des plages proscrire le farniente...

Le tourisme n'est évidemment qu'un tout petit bout de la lorgnette par laquelle aborder les conséquences économiques et sociales de cette crise sanitaire. Le secteur n'a d'ailleurs pas attendu le Covid-19 pour faire l'objet de profonds doutes et remises en question. D'autant que sa relation à la crise sanitaire est aussi ambiguë que celle qu'il entretient avec la crise climatique : tout comme il est un acteur à part entière du changement climatique qui le menace, le tourisme a aussi joué un rôle non négligeable dans la propagation du virus. Plus encore que des déclencheurs conjoncturels, les crises agissent comme des révélateurs et des amplificateurs de déséquilibres structurels. Que révèle celle-ci du pic de contradictions dont le tourisme fait l'objet face aux enjeux de transition ?

MOBILITÉ. La première interrogation porte sur la mobilité, qui est en même temps le moteur et l'essence du tourisme. Les mesures prises pour contrôler le coronavirus ont, en affolant le "*récit officiel de la mondialisation*"⁽¹⁾, grippé la fluidité de déplacement sur laquelle repose le tourisme. Cette dé-mobilité a (ré)interrogé brutalement la relation à l'ailleurs, réactivant la loi d'airain de la proximité⁽²⁾ : ce qui est proche finit toujours par compter davantage que ce qui est loin.

Après le *travel detox* du confinement, observera-t-on une frénésie de départs le plus loin possible, à la manière d'une décompensation pour "*profiter du moment présent, à fond*"⁽³⁾ ? Ou au contraire un réapprentissage progressif d'une relation à l'ailleurs recentrée et réétablie sur notre espace de vie ? Avec comme initiation intense à l'altérité un périple à pied ou en vélo de quelques dizaines de kilomètres ?

"Madagascar ? Non, Jura !" , "Se sentir bien sans aller loin... Les slogans forgés après la crise de 2007 reprennent du service, célébrant les charmes et vertus de la proximité. Cet endotisme⁽⁴⁾ sera-t-il vécu comme une révélation et un ré-enchantement durable du quotidien ? Comme une rassurance face au caractère anxigène de l'altérité ? Ou bien comme une frustration, voire une punition, dont le désir d'ailleurs sortira exacerbé ? La sortie du confinement suscite-t-elle un renforcement des pratiques à domicile sur fond de syndrome de la cabane ou, au contraire, un ras-le-bol du staycation ? Le coronavirus consacrera-t-il le *slow travel* ? Le vélo connaîtra-t-il l'engouement annoncé, à la fois comme moyen de transport permettant la distanciation physique, mais aussi comme mode de vacances itinérantes redonnant tout son sens au trajet (par rapport à l'obsession de la destination) ? La voiture fera-t-elle durablement figure de cocon protecteur face aux risques de promiscuité du train et de l'avion ? Le camping-car raflera-t-il la mise du combo transport/hébergement centré sur le régime prudentiel de la cellule familiale et amicale ? Telles sont quelques-unes des questions posées par le retour de la mobilité touristique.

LIMITES. Une autre interrogation posée au tourisme est celle des limites, non plus seulement géographiques, mais aussi culturelles et sociales, que la crise est susceptible d'activer. Jusqu'à la crise sanitaire, l'injonction aux records d'affluence et de fréquentation rendait improbable toute mesure significative de régulation des flux de fréquentation, sauf dans quelques cas extrêmes de surtourisme. Une telle régulation est pourtant, temporairement

(1) Michel LUSSAULT, *Chronique géovirale*, n°4, 27 mars 2020.

<https://seenthis.net/messages/835044>

(2) Abraham MOLES et Élisabeth ROHMER, *Psychosociologie de l'espace*, L'Harmattan, 1998.

(3) Marie BORDET, "Henri Giscard d'Estaing : 'On aura tous une grande envie de vivre'", *Le Point*, 2 avril 2020. https://www.lepoint.fr/economie/henri-giscard-d-estaing-on-aura-tous-une-grande-envie-de-vivre-02-04-2020-2369888_28.php#

(4) Franck MICHEL, *Désirs d'ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages*, Presses de l'Université Laval, 2000 [2008].

(5) Ernst F. SCHUMACHER,
*Small is beautiful, une
société à la mesure de
l'homme*, Le Seuil, 1979.

(6) Hartmut ROSA, *Rendre le
monde indisponible*. La
Découverte, 2020.

(7) Philippe BOURDEAU et
Florian LEBRETON, "Les
dissidences récréatives en
nature : entre jeu et
transgression",
Espace temps.net, octobre
2013.

[http://www.espace temps.net
et/articles/les-dissidences-
recreatives-en-nature-entre-
jeu-et-transgression/](http://www.espace temps.net/articles/les-dissidences-recreatives-en-nature-entre-jeu-et-transgression/)

(8) Rachael ANTONY et Joël
HENRY, *Le Guide Lonely
Planet du voyage
expérimental*. Lonely Planet,
2006.

(9) Boris VALLAUD, Hervé
SAULIGNAC et les députés
membres du groupe PS et
Apparentés, *Tourisme,
rebondir vite et loin*. 34
propositions pour que vive le
tourisme français, mai 2020.
[https://lessocialistes.fr/wp-
content/uploads/2020/05/Pla
n-Tourisme.pdf](https://lessocialistes.fr/wp-content/uploads/2020/05/Plan-Tourisme.pdf)

(10) Voir, par exemple, les
"solutions pour guérir le
tourisme", Organisation
mondiale du tourisme,
mai 2020.
[https://www.unwto.org/fr/he
aling-solutions-tourism-
challenge](https://www.unwto.org/fr/healing-solutions-tourism-challenge)

(11) Hartmut ROSA,
Aliénation et accélération,
La Découverte, 2012.

au moins, appelée à devenir la règle en matière de circulation, d'accès aux espaces et aux sites, avec des jauges également revues à la baisse pour les événements et les spectacles. Observera-t-on, sur le modèle du *small is beautiful*⁽⁵⁾, un regain d'attractivité des petits sites, des petits groupes, des petits déplacements, des petits hébergements, des petits événements ? Quels effets de fragmentation, d'individuation, de diffusion et de dispersion dans l'espace et le temps seront engendrés ou renforcés ? Les grands espaces (mer, montagne, forêts...) feront-ils figure de destinations refuges ? À moins que des capacités d'hébergement réduites par précaution sanitaire ne restreignent encore leur accessibilité ? Verra-t-on apparaître de nouvelles saisonnalités fondées sur les cycles de confinement-déconfinement imposés par le coronavirus et ses avatars ?

On peut aussi se demander si le phénomène n'accentuera pas les effets d'autolimitation, de ralentissement, voire de renoncement, individuels et collectifs jusque-là surtout liés à des choix éthiques : moins prendre l'avion, partir moins souvent, moins loin, moins vite, plus longtemps, ne pas chercher à aller systématiquement dans tous les endroits de rêves qu'offre la planète... À rebours de la promesse de surenchère expérientielle orchestrée par l'industrie touristique, une telle démarche contribuerait à "*rendre le monde indisponible*"⁽⁶⁾ pour renouveler la possibilité d'un émerveillement. En cessant d'être une exception pour (re)devenir la règle, cette inaccessibilité serait-elle vécue comme un réenchantement ou une insupportable régression ? Les mesures de contrôle social plus ou moins autoritaires qui font déjà débat vont-elles exacerber le tourisme de la dernière chance ? Susciteront-elles des dissidences récréatives⁽⁷⁾, des plus infimes aux plus transgressives, y compris pour casser les codes du tourisme (à la manière du voyage expérimental⁽⁸⁾ et de la micro-aventure, par exemple) ?

MODÈLES. Tout autant que les pratiques, la crise sanitaire réinterroge et bouscule les modèles de développement fondés sur le tou-

risme. On ne s'étendra pas sur le constat largement partagé selon lequel le Covid-19 a réussi en quelques semaines ce que des années de manifestations pour le climat n'ont jamais pu amorcer : arrêter une part significative de la mobilité généralisée. On ne glosa pas non plus sur le déficit d'anticipation des impacts d'une pandémie sur le tourisme. On notera en revanche que le consensus général sur le tourisme, en tant qu'industrie non délocalisable, a largement négligé une condition impérative, à savoir l'importation massive de visiteurs en capacité de se déplacer. La révélation de cette vulnérabilité impensée conforte deux leçons possibles à tirer de la crise : d'une part, il faut privilégier les clientèles locales et régionales, perspective que les opérateurs ont commencé à réintégrer de manière positive dans leur discours, alors qu'elle faisait plutôt figure d'archaïsme jusque-là ; d'autre part, il faut réduire la dépendance au tourisme dans les territoires où il est devenu une mono-activité, ce qui est un facteur de fragilité. Le débat sur la relocalisation de l'économie se double donc d'un enjeu de déspecialisation des territoires, avec à la clé une sortie du tout-tourisme qui implique de penser en termes de diversification économique.

Cette double leçon à tirer de la crise résistera-t-elle aux élans fougueux de la relance ? La promesse de "*rebondir vite et loin*"⁽⁹⁾ pose une fois de plus la question de la réorientation de l'allocation des ressources publiques. Puisque l'État et les collectivités sont convoqués pour sauver le soldat tourisme, ce sauvetage devrait être guidé par une vision prospective qui prendrait à bras-le-corps les enjeux de la transition. Pour l'heure, la seule ambition "disruptive" qui se retrouve invariablement dans tous les programmes de soutien au tourisme semble être la transition numérique⁽¹⁰⁾. Cet "*immobilisme accéléré*"⁽¹¹⁾ ne règle pourtant aucune des questions de fond posées au tourisme. En revanche, il annonce de nouvelles dépendances : et si le prochain virus figeant le monde était informatique ? ! On peut imaginer que l'omniprésence du numé-

rique renforcera les niches touristiques fondées a contrario sur la relation humaine, l'innovation sociale et la convivialité⁽¹²⁾. Mais elle contribuera peut-être plus sûrement encore à accélérer la concentration des opérateurs du tourisme. Avec à la clé une ubérisation des travailleurs indépendants et des TPE, via des plates-formes de services de plus en plus puissantes⁽¹³⁾ ?

DILEMMES. La crise, nous dit-on, valide la nécessité d'un changement de modèle. Qu'en est-il dans le secteur touristique ? En passant en quelques décennies d'un bricolage localisé à une industrie mondialisée, et de l'ingéniosité à l'ingénierie, n'a-t-il pas perdu une bonne partie de sa capacité à faire face aux incertitudes du futur ? Sans rien oublier des impacts en matière d'emploi et des drames qui vont avec, ce serait, selon Bruno Latour, "*gâcher une crise*"⁽¹⁴⁾ que d'esquiver une énième fois certaines interrogations. Les sociétés contemporaines, dont le tourisme n'est qu'un miroir, semblent plus que jamais confrontées à un indécidable dilemme entre norme consumériste et norme pro-environnementale.

Quitte à forcer le trait, la façon dont cet antagonisme imprègne le tourisme peut être résumée en quelques questions : quête d'harmonie apaisée ou surenchère expérientielle ? mode contemplatif ou mode suractif ? immersion dans la nature ou shopping et parcs d'attraction ? bricolages intimistes ou grands équipements de prestige ? fêtes patrimoniales ou clubbing débridé ? convivialité ou orgie de masse ? médiations humaines ou tout numérique ? *digital detox* ou wi-fi partout ? montée en gamme ou tourisme pour tous ? plus loin ou plus près ? Si ces jeux d'opposition n'ont rien d'exclusif, ils sont porteurs d'univers culturels qui sous-tendent de multiples injonctions contradictoires : accélérer ou ralentir ? high-tech ou low-tech ? *bigger is better* ou *small is beautiful* ? croissance ou décroissance ? démesure ou modération ? hyperconnexion ou déconnexion ?

À la faveur de cette crise (ou de la prochaine !), ces dilemmes apparemment indé-

**Quête d'harmonie apaisée ou
surenchère expérientielle ? Mode
contemplatif ou mode suractif ?
Immersion dans la nature ou
shopping et parcs d'attraction ?
Bricolages intimistes ou grands
équipements de prestige ? Fêtes
patrimoniales ou clubbing
débridé ? Convivialité ou orgie de
masse ? Médiations humaines ou
tout numérique ? Digital detox ou
wi-fi partout ? Montée en gamme
ou tourisme pour tous ? Plus loin
ou plus près ?**

passables feront-ils l'objet d'arbitrages dans le sens d'une transition soutenable, ou bien le "*choix politique des groupes dominants de ne pas remettre en cause leur mode de vie*"⁽¹⁵⁾ l'emportera-t-il ?

La tension entre modèles de référence accentue les effets de fragmentation et de transformation invitant à une lecture en termes d'"après-tourisme"⁽¹⁶⁾. En écho à l'interpellation des modes de vie portée par les crises, le fait touristique est contaminé par la sphère des loisirs quotidiens et la recherche d'épanouissement existentiel. Les cadres et codes

(12) Ivan ILUCH, *La Convivialité*, Le Seuil, 1973.

(13) Luc BÉAL et Mustafeed ZAMAN, "Comment les plates-formes mettent la main sur le développement touristique des territoires", *The Conversation*, 27 juin 2019.

(14) <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-03-avril-2020>

(15) Simon BLIN, "Jean-Paul Demoule : 'Dès le Néolithique, la maison 'en dur' scelle le confinement des humains dans une boîte immobile'", 2 mai 2020»

<https://psyzoom.blogspot.com/2020/05/jean-paul-demoule-des-le-neolithique-la.html>

(16) Philippe BOURDEAU, "L'après-tourisme revisité", *Via*, n° 13, septembre 2018. <http://journals.openedition.org/viatourism/1936>

(17) Niels MARTIN, Philippe BOURDEAU et Jean-François DALLER (dir.), *Les Migrations d'agrément : du tourisme à l'habiter*, L'Harmattan, 2013.
(18) Voir "Le blog de l'Office de l'antitourisme de Grenoble. Un blog d'analyse critique du tourisme". <http://antitourisme38.over-blog.com>

(19) Rodolphe CHRISTIN, *La vraie vie est ici. Voyager encore ?*, Écosociété, 2020.

(20) Philippe BOURDEAU, "L'agir créatif dans le tourisme de montagne", *Urbanisme*, n° 411, hiver 2018.

(21) Voir l'outil d'aide à la transition proposé par Bruno Latour : <https://aoc.media/opinion/2020/03/29/imaginer-les-gestes-barrieres-contre-le-retour-a-la-production-davant-crise/>

construits par et pour le tourisme sont débordés, parfois même inversés à la faveur d'un déplacement du registre du "visiter" vers celui de l'"habiter"⁽¹⁷⁾. À l'égal des formes de tourisme alternatives, ce sont des alternatives au tourisme que d'aucuns recherchent aujourd'hui (activités manuelles et culturelles, jardinage, volontariat et actions collectives, sociabilité, spiritualités...).



En vidant les lieux touristiques les plus emblématiques et en clouant les avions au sol, la crise sanitaire a mis en œuvre une partie du programme de l'antitourisme⁽¹⁸⁾. La crise économique annoncée parachèvera-t-elle cette décroissance touristique ? Va-t-elle surclasser l'expérience des catégories sociales privilégiées en leur réservant l'accès à des sites touristiques soustraits au tourisme de masse ? La

crise consacrera-t-elle la conviction que "*la vraie vie est ici*"⁽¹⁹⁾ par une vision émancipatrice ou au contraire par un repli sur des lieux refuges plus ou moins gentrifiés, dans lesquels la promotion immobilière n'aura plus besoin du tourisme pour vendre des placements sûrs dans un monde incertain ?

Jusqu'à quel point l'investissement massif dans le numérique va-t-il masquer ou évacuer l'enjeu d'innovation sociale et territoriale ? Dans quelle mesure la crise va-t-elle contribuer à renforcer la légitimité de pratiques créatives⁽²⁰⁾ jusque-là marginal(is)ées ou limitées à des sites ou publics restreints ? Et vous, que feriez-vous avec (au bas mot) 18 milliards d'euros ? Que garderiez-vous et que changeriez-vous des activités touristiques perturbées par la crise sanitaire ? Quelles mesures préconiseriez-vous pour faciliter la transition des activités et emplois concernés⁽²¹⁾ ? ■



© Alexander Raiths • Shutterstock

Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain !

ANNE FUZIER

< anne.fuzier@sncf.fr >

Chargée de projets, Forum Vies mobiles

CHRISTOPHE GAY

< christophe.gay@sncf.fr >

Codirecteur du Forum Vies mobiles

SYLVIE LANDRIÈVE

< sylvie.landrieve@sncf.fr >

Codirectrice du Forum Vies mobiles

La crise du Covid-19 peut être l'occasion de transformer le modèle actuel du tourisme, caractérisé par de fortes inégalités d'accès, pour imaginer des pratiques touristiques plus durables, plus résilientes et plus démocratiques. Les auteurs se projettent en 2030 et décrivent ce qui pourrait être le futur soutenable, souhaitable et possible d'un tourisme qui a acté la fin programmée des déplacements carbonés rapides. Un tourisme qui réinvente le rapport au voyage, aux lieux et aux gens, en faisant la part belle à la proximité et à la lenteur.

Dans son ouvrage *What Is the Future?*⁽¹⁾, John Urry invite à saisir l'occasion d'événements intervenant au cours de l'histoire et bouleversant de longues périodes de stabilité pour réfléchir à des futurs alternatifs. Emblématique de ces fenêtres d'opportunités qui s'ouvrent soudainement, la crise actuelle du Covid-19 bouscule notre système de mobilité, système qui repose sur la possibilité de se déplacer vite, loin et souvent. Le tourisme, dont le développement a pleinement profité de l'accès à cette mobilité rapide essentiellement fondée sur le pétrole, a été mis à terre.

Selon de nombreux experts, cette crise en annonce d'autres, notamment sanitaires ou environnementales, contribuant à une plus grande instabilité de nos sociétés mondialisées. Nous devrions donc saisir cette occasion pour transformer notre modèle de tourisme, caractérisé notamment par de fortes inégalités d'accès, pour imaginer des pratiques touristiques plus durables, plus résilientes et plus démocratiques. Reprenant la définition de Rémy Knafou et Mathis Stock, nous considérons le tourisme comme un "système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la 'recréation' des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors du quotidien"⁽²⁾. Le tourisme se caractérise donc d'abord par la récréation, "la reconstitution, après le travail, du corps et de l'esprit"⁽³⁾ nécessaire dans le contexte d'une société industrialisée qui exerce souvent de fortes contraintes sur les individus. Il nécessite ensuite un déplacement qui permet une rupture avec le quotidien ; il peut s'agir d'un déplacement physique, mais par extension il peut selon nous inclure le déplacement virtuel, qui par l'image nous emmène loin de chez nous, ou encore simplement un changement de regard qui nous fait voir la proximité comme un ailleurs.

Dans cette perspective, il nous faut imaginer des pratiques touristiques qui répondent aux aspirations des individus à faire rupture

avec leur quotidien et à se recréer, tout en consommant moins, beaucoup moins, de carbone.

Dans cet article, nous nous projetons en 2030 en Europe, dix ans après la crise du coronavirus. Nous présentons ce qui pourrait être le futur soutenable, souhaitable et possible d'un tourisme qui a acté la fin programmée des déplacements carbonés rapides. Si cet arrêt est incontestablement une perte, il permet pourtant de réinventer le rapport au voyage, aux lieux et aux gens, en faisant la part belle à la proximité et à la lenteur⁽⁴⁾.

REMISE EN CAUSE. Mai 2030. Depuis la crise du Covid-19, beaucoup de choses ont changé sous l'influence des forces sociales. De nombreuses voix se sont élevées pour que le monde ne retourne pas au *business as usual* et qu'une transition écologique socialement juste soit engagée. Les imaginaires sociaux se sont renouvelés, l'action des pouvoirs publics s'est réorientée, dessinant de nouvelles aspirations et de nouveaux possibles, notamment dans le domaine touristique.

Avant la crise, l'intensification de nos modes de vie, structurés par une mobilité parfois effrénée et épuisante, aux impacts environnementaux considérables, était déjà connue⁽⁵⁾. Après la crise, les aspirations de la population à la décélération, à des rythmes de vie moins intenses, moins structurés par le travail, dans des cadres de vie plus proches de la nature, se sont fortement exprimées. L'action des pouvoirs public à l'échelle nationale, mais parfois également à l'échelle européenne, s'est orientée en conséquence, contribuant à transformer le besoin de récréation de soi par le voyage, soit en le faisant disparaître, soit en ouvrant de nouvelles possibilités de l'assouvir.

La réduction du temps de travail a ainsi permis de libérer du temps pour des activités récréatives et familiales, favorisant la réappropriation du quotidien. La législation a ouvert à toute la population la possibilité de prendre des congés longs de quatre mois tous les trois ans ; elle encourage par ailleurs, via

(1) John URRY, *What is the Future?*, Polity Press, 2016.

(2) Rémy KNAFOU et Mathis STOCK, "Tourisme", dans Jacques LÉVY et Michel LUSSAULT (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, 2003.

(3) Philippe VIOLIER, "Tourisme et médias : regards d'un géographe", *Le temps des médias*, n° 8, 2007.

(4) Dans cet article, nous imaginons un tourisme futur soutenable et désirable, sans traiter des enjeux économiques, considérables, auquel devra se confronter le secteur touristique à la suite de la crise du Covid-19 (pertes d'emplois, requalification des friches touristiques liées à la forte réduction du tourisme à destination de la France, etc.). Ainsi, notre angle de vue n'appréhende pas le tourisme comme secteur économique, mais comme activité de récréation.

(5) <https://fr.forumviesmobiles.org/projet/2016/05/23/aspirations-liees-mobilite-et-aux-modes-vie-enquete-internationale-3240>

des aides financières, la prise de congés sabbatiques.

Actant qu'en moyenne 59 % des citoyens européens n'entreprennent pas de voyage touristique⁽⁶⁾ au moins une fois par an, des politiques volontaristes de soutien aux familles modestes ont été instaurées.

Les politiques d'aménagement du territoire ont été relancées pour transformer les cadres de vie afin de mieux répondre aux aspirations de nombreuses personnes à vivre dans un environnement moins dense et plus proche de la nature⁽⁷⁾. Les modèles métropolitains ont été repensés au profit des villes moyennes et des espaces périurbains et ruraux. Les villes ont été métamorphosées, estompant l'opposition entre ville et nature : trottoirs élargis, réduction de la pollution, rues plus calmes et plus vertes.

Parallèlement, de nouveaux imaginaires⁽⁸⁾ se sont développés, remettant en cause l'hyperconsommation, la recherche d'efficacité par les déplacements rapides, au profit de la low-tech et d'une mobilité touristique plus apaisée. Les hiérarchies culturelles dominantes ont été bouleversées. Alors que, dans les années 2010, revenir bronzé de ses vacances de février aux Maldives ou passer le mois d'août en Australie était socialement valorisé, accumuler les voyages aux quatre coins du globe n'est plus en 2030 le symbole du cosmopolitisme et de l'ouverture d'esprit. À côté du voyage lointain, blogueurs, magazines de voyages et médias prônent la redécouverte du patrimoine de sa région, revalorisent la recreation de soi par des pratiques "ordinaires" (lecture, cuisine, promenade...) et l'ouverture au monde par les ressources numériques.

Ce mouvement de remise en cause de la primauté systématique accordée au voyage lointain s'est accompagné de la revalorisation culturelle des vacances "ordinaires". Certaines municipalités l'ont encouragé en organisant des événements festifs, culturels, sportifs d'une semaine à l'échelle des quartiers ou des villes dans des espaces fermés au trafic, deux ou trois fois par été.



© Freeda Michaux • Shutterstock

Partir au soleil est désormais moins recherché du fait de la multiplication des épisodes caniculaires liés aux changements climatiques. Enfin, les préoccupations sanitaires et la lutte contre la sédentarité valorisent fortement l'activité physique, refaisant la part belle au voyage à pied ou à vélo.

MESURES FORTES. À l'échelle nationale ou européenne, des mesures fortes ont été prises afin d'accompagner ces évolutions. Un droit à la mobilité carbonée, plus équitable que les taxes du type taxe carbone, a été instauré en 2021 : a été attribué à chacun un quota de mobilité carbonée tout en distinguant la valeur donnée aux différents déplacements habituels (travail, loisir, tourisme) ou exceptionnels, comme les interventions d'urgence, les actions humanitaires, etc. L'objectif est d'amener à diminuer progressivement les déplacements carbonés jusqu'à leur disparition en 2050.

Dès 2020, les pouvoirs publics ont tiré parti de la crise frappant l'ensemble du secteur aérien et de son besoin de recapitalisation

.....
(6) Impliquant au minimum 4 nuits à l'extérieur de chez soi.

.....
(7) Près d'un Francilien sur deux aspire à quitter l'Île-de-France, selon une étude du Forum Vies mobiles.
<https://fr.forumviesmobiles.org/projet/2018/04/18/enquete-sur-laspiration-quitter-lille-france-12408>

.....
(8) Les imaginaires sont envisagés ici comme des formes de vie sociale et de valeurs imaginées et exprimées collectivement par des images, des discours et des manières de faire. C'est une vision sous-jacente de la société qui donne de la légitimité et de la pertinence à certaines pratiques et aspirations et qui façonnent les attentes des individus.

pour accompagner la reconversion du personnel des entreprises de ce secteur dans des secteurs d'activité de transport plus écologiques et pour réduire drastiquement la place de l'avion dans les déplacements. Les compagnies low cost, au modèle désormais dépassé, ont disparu. Les vols intérieurs ont été interdits et les vols intracontinentaux radicalement réduits, au profit d'une politique européenne qui refait du train un moyen de circuler facilement à l'échelle du continent (confort, fréquence, correspondances, information, tarifs intégrés...). Les pouvoirs publics ont également impulsé le développement du transport fluvial, d'une industrie des croisières à voile et du voyage en zeppelin. Les voitures à pétrole qui demeurent en circulation, minoritaires, sont légères et vont moins vite tandis que les voitures électriques ou à hydrogène se généralisent à grande vitesse. Vélo et marche ont fait l'objet de nombreux investissements à l'échelle du territoire européen : aménagement de routes cyclables et piétonnes ponctuées d'hébergements, développement d'un réseau d'ateliers de réparation de vélos et de points de dépannage, formations de mécanicien vélo, etc.

PLAISIR DE REDÉCOUVRIR. L'impossibilité de se déplacer aussi rapidement qu'auparavant a été compensée par le plaisir de redécouvrir d'autres moyens de se recréer et de se dépayser, parfois à deux pas de chez soi. En 2030, les pratiques de mobilité circulaires déjà répandues, notamment en Espagne, se sont considérablement développées ; des centaines de milliers de personnes passent chaque année leurs vacances dans le lieu de leur enfance ou auprès de leur famille. D'autres redécouvrent le patrimoine naturel et industriel de leur région, avec un regard renouvelé sur leur territoire, qu'ils arpentent comme un ailleurs. Alors que la crainte des pandémies conduit à fuir les espaces denses, le tourisme rural fait de plus en plus d'adeptes.

Si beaucoup continuent à se loger dans des hôtels et locations touristiques, le logement chez l'habitant séduit chaque année des mil-

liers de personnes en recherche de dépaysement et d'immersion dans des modes de vie différents des leurs. Le temps d'un été, des Parisiens partagent la vie d'une famille d'élèves ; des habitants du périurbain ouvrent la porte de leur pavillon à des touristes désireux de découvrir leur cadre de vie, entre ville et campagne ; d'autres vont s'immerger dans le quotidien de pêcheurs.

Les pratiques touristiques immersives sont davantage recherchées. La découverte d'un territoire ne se fait plus seulement par la vue, mais par un engagement corporel plus fort : faire, goûter, toucher, sentir, écouter font partie intégrante de l'expérience touristique. On fabrique du fromage en Normandie, on ramasse des huîtres dans le bassin d'Arcachon, etc. L'appétence pour la consommation locale et bio a également éveillé l'intérêt pour le tourisme de découverte de l'agriculture vivrière.

D'autres continuent de privilégier les vacances consacrées avant tout à la détente, seuls ou avec des proches. Des groupes d'amis se retrouvent dans un camping à côté d'un lac pour s'y prélasser en profitant d'un climat plus clément que ceux des bords de mer que l'explosion des températures a rendus presque hostiles, quand d'autres passent leurs vacances à se reposer dans une maison de campagne. Le tourisme sportif continue également de fédérer chaque année de nombreux groupes.

DISPOSITIFS IMMERSIFS. Nombreux sont les Européens qui aspirent encore à la découverte du monde et à l'exotisme. Ils ne peuvent plus voyager loin aussi souvent et aussi facilement qu'avant, mais de nombreuses ressources s'offrent néanmoins à eux pour accéder à la culture et au monde. Si, jusqu'à la fin des années 2010, la foule affluait dans les grands musées à notoriété internationale, ceux-ci n'accueillent désormais plus qu'un nombre limité de personnes. Un réseau dense de petits musées a été développé dans tout le territoire. Ces musées allient reproductions d'œuvres et exposition d'originaux qui circulent d'un musée à l'autre ou sont répartis entre différents musées locaux ; ceux-ci disposent tous

de quelques spécimens des grandes périodes et des grands peintres. Ainsi, en 2030, les œuvres viennent à nous plutôt que nous n'allons à elles.

Les dispositifs immersifs proposent également des expériences de découverte de cultures ou d'époques physiquement inaccessibles, voire imaginaires. Des lieux spécialisés reproduisent des endroits emblématiques du patrimoine mondial grâce à des décors et à la recreation d'atmosphères par un climat, des odeurs, des bruits. On peut visiter la Lune, Mars ou le monde d'*Avatar*. En faisant ses courses dans des centres commerciaux, on peut également déambuler dans la forêt amazonienne en écoutant le chant des oiseaux tropicaux, ou encore suivre une visite guidée dans une reconstitution du Colisée. Des groupes de passionnés organisent des événements immersifs sur le modèle des reconstitutions historiques, permettant d'expérimenter, le temps d'un week-end, la vie dans un village traditionnel japonais, en s'habillant, vivant et mangeant comme un "local".

Internet offre également la possibilité d'accéder au monde à la maison. L'explosion des usages des technologies de l'information et de la communication dans les années 2000 a profondément transformé les manières de se divertir. Le confinement prolongé de 2020 a été pour beaucoup l'occasion de prendre goût à l'expérience d'une visite virtuelle de musée ou d'exposition, ou encore d'assister à des événements en ligne. En 2030, de nombreux Européens en mal de dépaysement s'évadent de leur quotidien en se plongeant dans des reproductions de paysages lointains en 3D, ou encore en jouant à des jeux vidéo qui les emmènent dans des univers lointains et exotiques, voire fictifs.

On peut désormais visiter New York, Sydney, Shanghai et les plus fabuleux paysages naturels du monde grâce à des robots permettant de les découvrir en réalité virtuelle. Leur coût écologique⁽⁹⁾ limite toutefois leur développement ; par ailleurs, en raison de la pauvreté des sensations qu'ils procurent en

comparaison avec une expérience réelle, les dispositifs virtuels nourrissent souvent des projets de voyage.

LENTEUR. Dans les années 2010, l'avion permettait de se retrouver en quelques heures à des milliers de kilomètres de chez soi sans que, déconnecté du territoire, on ait eu le temps de se rendre compte de la distance parcourue au-dessus des nuages. En 2030, on redécouvre l'expérience d'un déplacement lent, partie intégrante du voyage, qui permet de s'imprégner des paysages traversés. On prend le temps de regarder les plaines d'Europe centrale défiler derrière la vitre du train, d'explorer les Balkans à vélo par tous les temps, de découvrir des sentiers de montagne en traversant les Carpates à pied. Bons pour la santé, le cyclotourisme et le voyage à pied font de plus en plus d'adeptes. Les routes commerciales historiques, telle la Route de la soie, sont sillonnées par des caravanes tirées par des chevaux. Les croisières à voile le long des fleuves permettent d'y découvrir des richesses peu souvent explorées. Si l'avion est devenu rare, le voyage aérien est réinventé grâce à des voyages en ballon, lents et faiblement carbonés. Sur le modèle de l'Orient-Express, le train touristique s'est fortement démocratisé en Europe et permet une expérience immersive grâce à des wagons panoramiques ou encore à une cuisine emblématique de la culture des régions traversées. Pour les plus pressés, le train de nuit permet de parcourir de longues distances rapidement et de profiter des multiples possibilités qu'offre le continent européen. Quelques heures de train seulement permettent d'accéder aux Alpes pour des vacances à la montagne, à l'un des nombreux lacs d'Europe pour du tourisme balnéaire, ou encore à une grande ville européenne pour y pratiquer des activités culturelles.

Puisque, en 2030, on part moins souvent loin, on y part plus longtemps. Les voyages lointains sont des projets que l'on réalise moins fréquemment, mais que l'on prend le temps de construire. Finis, les départs à l'autre bout du monde sur un coup de tête. Certains

(9) En 2020, 5 % des émissions de gaz à effet de serre proviennent du numérique.

mûrissent pour leur retraite un projet de tour du monde en train ou en bateau, tandis que des étudiants prennent une année de césure pour parcourir l'Europe à vélo. Si les familles dispersées aux quatre coins du globe souffrent de se voir moins souvent, elles apprécient de se retrouver durant de longues périodes. Moins facilement accessible, le voyage lointain en acquiert plus de valeur. On prépare son voyage minutieusement, pendant des mois, on apprend la langue, on s'informe sur la culture locale et, une fois sur place, on prend le temps de découvrir cet ailleurs sous toutes ses facettes : paysages, architecture, langus, population, rythmes de vie, cuisine...



Quelles seront nos pratiques touristiques en 2030 ? Nous irons moins vite, moins loin,

moins souvent. Nos rapports au temps, à l'espace, au proche et au lointain auront été transformés par la fin de la mobilité rapide carbonée, tant dans nos environnements quotidiens que dans les lieux que nous irons visiter. Chez nous, nos rythmes de vie seront moins effrénés, nos cadres de vie plus agréables, plus conviviaux ; un regard renouvelé, des activités immersives pourront faire de la proximité un ailleurs propice à la récréation. Nos voyages seront plus lents ; la possibilité de partir plus longtemps nous permettra de profiter plus pleinement d'une destination dont nous aurons rêvé longtemps. Si la fin de la mobilité carbonée rapide nous aura imposé de nouvelles contraintes, elle aura aussi été une formidable occasion d'inventer d'autres manières de voyager, plus soutenables mais aussi plus désirables. ■



© Michael Rosskottinen • Shutterstock

La crise du Covid-19, un changement stratégique pour le tourisme ? L'ANALYSE DE LA RECHERCHE INTERNATIONALE

Le confinement mondial lié au Covid-19 a été propice aux réflexions et échanges entre chercheurs du monde entier, que cet article synthétise. À court terme, la crise du coro-

navirus aura des effets destructeurs sur l'industrie du tourisme. Toutefois, les chercheurs pensent voire espèrent que la crise va transformer radicalement les mobilités à l'échelle mondiale et que le tourisme va devenir plus responsable et plus durable. La crise ne révolutionnera pas l'industrie du tourisme du jour au lendemain, mais elle induira des changements opérationnels, et stratégiques, à plusieurs niveaux.

ANNE GOMBAULT

< anne.gombault@kedgebs.com >

Professeur de management, directrice du centre d'expertise Industries créatives et Culture à Kedge Business School

JÉRÉMY LEMARIÉ

< jeremy.lemarie@gmail.com >

Docteur en sociologie, chercheur rattaché au Sophiapol (université Paris-Nanterre)

CLAIRE GRELLIER FOUILLET

< claire.grellier@kedgebs.com >

Coordinatrice pédagogique du centre d'expertise Industries créatives et Culture à Kedge Business School et doctorante en sciences de gestion à l'université de Bourgogne

Depuis la montée en puissance de la crise sanitaire en Chine, en janvier 2020, les chercheurs du monde entier se mobilisent pour échanger régulièrement sur les conséquences de cette crise sur le tourisme.

Un des derniers colloques scientifiques sur ce thème s'est tenu fin février 2020 à l'université de Wakayama au Japon, quelques semaines avant que le stade pandémique ne soit déclaré par l'Organisation mondiale de la santé. Ce colloque, dont nous étions, a réuni quelque 150 chercheurs de plus de 30 pays du réseau Critical Tourism Studies - Asia Pacific, sur le thème "Tourism in Troubled Times". Son objectif était de faire se rencontrer des chercheurs et des professionnels du monde entier, parmi lesquels, par exemple, Richard Sharpley⁽¹⁾, professeur à l'université centrale de Lancashire, et Tony Wheeler, cofondateur des guides Lonely Planet.

À partir de février 2020, durant la période de confinement, c'est sur les réseaux académiques en ligne que se tiennent les échanges les plus soutenus. Le Tourism Research Information Network (Trinet), qui est l'un de ces réseaux les plus actifs, accueille des contributions majeures de chercheurs situés en Amérique du Nord ou en Asie-Pacifique. Fondé en 1988 par Pauline Sheldon (université d'Hawaï, États-Unis) et Jafar Jafari (université de Wisconsin-Stout, États-Unis), ce réseau rassemble 3 000 chercheurs issus de plus de 60 pays.

En mars 2020, Geoffrey Crouch (université de La Trobe, Australie), rédacteur en chef du *Journal of Travel Research*, est l'un des premiers chercheurs à annoncer que l'économie touristique mondiale amorce un tournant majeur. Il affirme que l'impact du Covid-19 est si important qu'il faudra parler désormais d'un tourisme pré-Covid et d'un tourisme post-Covid et qu'il est inconcevable, que l'on soit chercheur ou professionnel du tourisme, de l'hôtellerie ou de la restauration, de faire abstraction de cette crise⁽²⁾.

Le présent article présente de façon synthé-

tique les principales réflexions actuelles de la communauté scientifique internationale sur le tourisme et les organise selon quatre thèmes : la sortie de crise, la nouvelle normalité, les nouvelles possibilités pour le secteur en matière de durabilité, les destinations gagnantes.

SORTIE DE CRISE. La crise du Covid-19 est l'événement le plus disruptif pour le tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale, analysent Antje Martins, Tyler Riordan et Sara Dolnicar (université du Queensland, Australie) : fermeture des frontières, blocage du trafic aérien, chute de l'activité de 60 à 80 %⁽³⁾ pour l'année 2020, ralentissement drastique de toute la chaîne d'approvisionnement, chômage massif pour de nombreux travailleurs précaires, risques de faillite pour les petites entreprises, menaces pour les plus grandes (Airbnb, par exemple, a licencié 25 % de ses équipes et est en train de redéfinir sa stratégie)⁽⁴⁾.

Les chercheurs du monde entier prévoient qu'il faudra de un à trois ans pour sortir de la crise. Michael C. Hall, Daniel Scott et Stefan Gössling (université de Lund, Suède) évoquent trois scénarios de reprise de l'activité touristique mondiale⁽⁵⁾. Un premier scénario, optimiste, table sur une reprise du trafic aérien dès la fin de l'année 2020. Le second, plus probable, prévoit une reprise progressive en 2021. Le troisième scénario, pessimiste, envisage la possibilité que l'économie du tourisme soit largement dégradée du fait d'une récession économique de grande ampleur à l'échelle mondiale.

Bob McKercher (école du management de l'hôtellerie et du tourisme à Hong Kong Polytechnic University) émet l'idée que les conséquences d'une panique et d'une obsession mondiale des maux liés aux épidémies sont plus dommageables que l'épidémie elle-même⁽⁶⁾.

Dimitrios Buhalis (université de Bournemouth, Angleterre), un chercheur importants en matière de e-tourisme, affirme que, pour survivre, le tourisme a un besoin urgent d'humanité, de solidarité, de résilience et de leadership⁽⁷⁾. Il propose un plan en quatre étapes (réactiver, recentrer, remodeler et réinventer)

répondant à plusieurs impératifs : veiller sur la santé de tous ; s'engager dans des actions solidaires pour la communauté ; repenser les procédures en matière d'hygiène et de propreté en tenant compte de toutes les éventualités et en faisant participer chaque personne de la chaîne de valeur ; réaménager les installations touristiques pour dédensifier l'offre ; repenser les modèles économiques ; assouplir les conditions de réservation et d'annulation ; renforcer les stratégies de marketing digital et accélérer l'utilisation des outils numériques.

REMISE EN CAUSE DES PRATIQUES. Il est certain que, à court terme, la crise du coronavirus a effectivement des effets destructeurs sur l'industrie du tourisme. Toutefois, plutôt que comme le point de départ d'une période de déstabilisation, cet épisode pandémique peut aussi être considéré comme le point d'arrivée d'un état de vulnérabilité. En effet, cette crise s'inscrit plus largement dans une remise en cause stratégique des pratiques du tourisme – des pratiques qui pourraient donc être amenées à changer. La recherche se montre active sur le sujet ; elle dresse le constat d'une succession de problématiques liées aux mouvements de population dans le cadre des activités de loisirs : faible gestion des risques (environnementaux, culturels, sanitaires...), surtourisme, pollution.

L'ensemble des chercheurs pensent voire espèrent que la crise va transformer radicalement les mobilités à l'échelle mondiale et que le tourisme va devenir plus durable et plus responsable⁽⁸⁾. Mais ils reconnaissent aussi qu'il existe une tension entre le désir de retour à la normale (*back to normal*) et celui d'une nouvelle normalité (*new normal*)⁽⁹⁾. Ce questionnement est d'autant plus légitime que, dans le passé, le secteur du tourisme a toujours rebondi à la suite des crises (y compris celles liées aux épidémies), démontrant sa formidable résilience et sa capacité à encaisser les ruptures brusques de la demande ou de l'offre⁽¹⁰⁾. Si l'hypothèse d'un renforcement du néolibéralisme est évoquée, elle ne semble pas cependant la plus plausible. La crise ne révolutionnera pas l'industrie

du tourisme du jour au lendemain, mais elle induira des changements opérationnels, voire stratégiques, à plusieurs niveaux.

NOUVELLE NORMALITÉ. La crise n'a détruit ni l'offre (les destinations, les infrastructures...) ni la demande. Les touristes souhaitent encore voyager, mais ils veulent le faire dans de parfaites conditions de sécurité⁽¹¹⁾. Marina Novelli (université de Brighton, Angleterre) note que les voyageurs vont avoir besoin d'un temps d'adaptation aux nouvelles mesures sanitaires, comme cela a été le cas pour la sécurité dans les aéroports après le 11-Septembre ; elle pointe surtout qu'il est indispensable que les États se coordonnent pour définir ces mesures. Alexandros Paraskevas (University of West London, Angleterre) précise qu'il est nécessaire de rétablir la confiance entre voyageurs et professionnels, que ce soit d'un point de vue physique, émotionnel, financier et numérique. La confiance deviendra selon lui une valeur essentielle de la nouvelle normalité, comme elle est une valeur essentielle de l'économie collaborative et de l'intelligence artificielle⁽¹²⁾.

À court terme, plusieurs changements opérationnels doivent être mis en place : accélération de la gestion numérique des flux de voyageurs pour éviter les interactions humaines ; généralisation du port du masque dans les transports et les boutiques ; offre de nouveaux services, amélioration de la sécurité sanitaire dans l'hôtellerie et tous les modes d'hébergement pour offrir à terme des garanties rassurantes à leurs clients. Plusieurs destinations travaillent à se positionner en termes de sécurité sanitaires. Hawaï, par exemple, veut devenir "*la destination la plus sûre du monde*"⁽¹³⁾. D'autres, comme l'Italie ou le Japon, proposent de subventionner en partie les voyages des touristes pour les inciter à revenir.

Maria Gravari-Barbas (université Paris 1-Panthéon-Sorbonne) parle d'une nouvelle éthique (plutôt que d'une nouvelle normalité) et souligne le rôle croissant du collectif par rapport à celui des individus (*we over me*)⁽¹⁴⁾. La responsabilité est essentielle pour construire un tourisme durable, explique l'éminent Harold

L'industrie du tourisme est-elle capable de concilier ses propres exigences avec des actions durables, responsables et transformatrices ?

Goodwin⁽¹⁵⁾ (Manchester Metropolitan University, Angleterre).

Pour Anna Farmaki (université de Chypre, entre autres), les pouvoirs publics vont avoir un rôle important à jouer pour soutenir l'économie, partager les risques et les décisions entre États, encourager les actions durables, reprendre le contrôle dans les destinations victimes du surtourisme⁽¹⁶⁾. Début mai, Greg Richards (université de Tilburg, Pays-Bas) a interrogé 448 membres de la Wyse (World Youth Student and Educational) Travel Confederation dans 71 pays pour savoir quelles mesures ils ont mis en place pour faire face à la crise. Les réponses : une modification des politiques d'annulation, une réduction de la capacité d'accueil et une modification (ou une diversification) des produits et des marchés cibles⁽¹⁷⁾.

NOUVELLES OPPORTUNITÉS. Ainsi, l'ensemble des destinations touristiques internationales doivent repenser leur modèle de développement économique et leurs stratégies dans un sens plus durable et socialement responsable à moyen et long terme. "*C'est un investissement pour le futur*" pour préserver le tourisme et ses multiples parties prenantes, explique Marianna Sigala⁽¹⁸⁾ (University of South Australia, Australie). Pour de nombreux chercheurs, cette crise ouvre de nouvelles opportunités⁽¹⁹⁾.

L'urgence écologique est soulignée par plusieurs d'entre eux. Les animaux sauvages se

sont réappropriés le cœur des villes pendant le confinement, constate Émilie Crossley (institut Otago Polytechnic, Nouvelle-Zélande), qui en déduit que les réconciliations et les cohabitations entre les activités humaines et l'environnement sont possibles⁽²⁰⁾. Alors que dans le passé les mesures en faveur du climat ont souvent été retardées ou écartées au motif d'impératifs économiques, la pandémie invite à repenser l'économie touristique dans son ensemble, et notamment à prendre en compte les externalités négatives engendrées par le secteur, telle la pollution des sites, afin d'établir des pratiques de production et de consommation durables. De nombreux opérateurs (Voyageurs du monde, par exemple) affirment fortement cette nécessaire prise en compte. L'industrie du tourisme est-elle capable de concilier ses propres exigences avec des actions durables, responsables et transformatrices ?

Michael C. Hall, Daniel Scott et Stefan Gössling identifient un certain nombre de facteurs contribuant à développer un tourisme plus durable⁽²¹⁾. Les premiers de ces facteurs sont la réduction du trafic aérien et la compensation carbone. Mais il en existe d'autres. Par exemple, la vidéoconférence s'étant imposée comme une solution acceptable durant la crise pour un grand nombre de sociétés commerciales, le tourisme d'affaires⁽²²⁾ pourrait baisser sensiblement. Le tourisme de croisière fait face à de lourdes controverses et est exhorté à mieux se réguler⁽²³⁾ pour se prémunir de ses dérives de masse. Il joue néanmoins un rôle économique majeur dans certaines destinations et reste très attractif pour les consommateurs : les réservations pour 2021 sont en hausse par rapport à 2019.

Le local prend une nouvelle importance. Le tourisme domestique et le tourisme de proximité sont valorisés en tant que solution de court terme, mais aussi en tant que tendance structurelle. Alors que certaines destinations, comme la Nouvelle-Zélande⁽²⁴⁾ ou la France, bénéficient déjà d'un tourisme intérieur dynamique, d'autres pays doivent repenser leurs offres. "*Think local, act local*" : les circuits courts sont

mis en avant. Des chercheurs soulignent cependant les risques de perte en matière de coopération mondiale, de cosmopolitisme, d'échanges (culturels, économiques...) et de géopolitique. D'une façon générale, la décroissance et le ralentissement du tourisme pourraient néanmoins profiter aux pays développés, tout en ayant un impact négatif sur les pays en développement.

L'hospitalité et la qualité sont convoquées pour permettre au tourisme d'être à nouveau synonyme d'insouciance, de découverte et d'échange. Dominic Lapointe (Université du Québec à Montréal) met en évidence les transformations inévitables des destinations les plus dépendantes de l'activité touristique⁽²⁵⁾. Il cite le cas de la ville de Tadoussac, au Québec, qui reçoit habituellement quelque 300 000 visiteurs par an pour une population de près de 800 habitants. Les commerçants locaux, qui font reposer leur modèle économique sur la satisfaction des besoins non essentiels des visiteurs, doivent repenser leur activité, par exemple en se tournant vers des produits et des services destinés aux résidents. Nombre de destinations touristiques, telles Waikiki à Hawaï (6,5 millions de visiteurs en 2019) ou Venise (environ 30 millions de visiteurs par an) doivent sortir de l'ultradépendance au tourisme⁽²⁶⁾.

Les communautés devront être mieux intégrées dans la chaîne de valeur du tourisme et seront appelées à faire preuve de responsabilité en la matière. Sagar Singh (Centre de recherche et de développement touristique de Lucknow, Uttar Pradesh, Inde) estime pour sa part que les voyageurs doivent prendre conscience du caractère exceptionnel de leur activité⁽²⁷⁾. Les touristes pourraient être plus compréhensifs et solidaires envers leurs hôtes et envers les populations locales. Il est même envisageable qu'un "tourisme volontaire" se développe après la pandémie, impliquant que les voyageurs s'investissent dans la (re)construction durable des économies locales⁽²⁸⁾. En effet, pendant la période de confinement, des expériences de solidarité locales ont émergé avec, par exemple, des résidents soutenant des entreprises sociales afin d'aider les communautés.

De telles expériences pourraient ouvrir la voie à des modèles économiques alternatifs⁽²⁹⁾ pour un développement équitable.

Selon Jessica Mei Pung (université d'Hawaï à Manoa, États-Unis), l'allongement de la durée des séjours permettrait une meilleure transformation de soi en même temps qu'une réelle rencontre avec la destination et les résidents⁽³⁰⁾.

Enfin, la crise dope l'offre numérique. De nombreux sites ont augmenté leur offre de visites virtuelles : c'est le cas des musées et des monuments, mais aussi d'autres activités, par exemple celle du complexe thermal d'Arima Onsen (Hyogo, Japon). À court terme, la technologie a permis de s'évader de chez soi grâce à la réalité virtuelle. À moyen terme, les destinations investissent dans les technologies de l'information, considérant que ces dernières sont un facteur clé de la compétitivité et un moyen d'optimiser les environnements durables⁽³¹⁾. Le *smart tourism* tire profit de l'interconnectivité pour réorganiser les procédures et les données afin de produire des services et des produits innovants, maximisant la valeur de l'expérience⁽³²⁾.

DESTINATIONS GAGNANTES. Les destinations gagnantes seront celles qui seront à la fois résilientes, pour absorber le choc de la crise, et proactives, pour sortir de cette crise. Les gagnants seront donc ceux qui sont à la fois solides et agiles. Le tourisme classique dans les destinations habituelles reprendra son cours, mais avec nécessairement une meilleure régulation et un meilleur positionnement, plus durable et plus responsable.

En raison des règles sanitaires strictes, la problématique du surtourisme pourrait devenir obsolète à court terme⁽³³⁾. L'Organisation mondiale du tourisme affirme que la totalité des destinations dans le monde appliquent des mesures restrictives du fait des injonctions des collectivités, des gouvernements régionaux ou des États. Les destinations menacées par le surtourisme vont devoir continuer à développer des stratégies de restriction de l'accès, de planification et de diversification des activités. Elles vont devoir redonner leur place aux habitants,

améliorer la qualité de l'expérience des touristes et préserver les sites, comme ont commencé à le faire Venise, Dubrovnik, les Cinque Terre, l'île de Pâques, le Machu Pichu ou le Mont-Blanc, pour n'en citer que quelques-unes.

D'autres destinations ont une carte à jouer : celle du locatourisme (ou staycation) en réinventant des expériences de proximité⁽³⁴⁾. La start-up Staycation, par exemple, propose aux Parisiens des nuits dans des hôtels haut de gamme parisiens. Explora Project, spécialisé dans un tourisme d'aventure, fait le pari de faire visiter des territoires inexplorés près de chez soi⁽³⁵⁾. En Nouvelle-Zélande, un tour-opérateur propose des micro-aventures à la carte, par exemple sur l'île Stewart connue pour la richesse de sa faune.

L'Asie, et particulièrement la Chine, affiche une demande exponentielle, et c'est sans doute la plus grande ironie de cette crise. En conséquence, l'offre s'y développe rapidement. Une des plus grandes destinations touristiques du monde est en train de se développer autour de Shenzhen, ville créative sur la liste de l'Unesco ; cette destination va de la péninsule de Dapeng, qui propose les plus belles plages de Chine encore intactes, jusqu'à Hong Kong⁽³⁶⁾.

En Occident, les grandes destinations touristiques (hauts lieux, sites tendance...) s'en sortiront toujours dès que l'industrie du tourisme repartira ; elles doivent cependant continuer à améliorer leur offre (qualité de l'expérience proposée), voire se réinventer.

De nouvelles destinations, celles proposant un tourisme innovant notamment, pourraient émerger ou se renforcer. Le choix d'un positionnement affirmé de tourisme lent, permettant de prendre le temps de découvrir les paysages, de profiter de la culture locale, de l'authenticité de l'offre, semble porteur d'avenir. Le Bhoutan ou encore la Birmanie ont fait ce choix, qui pourrait aussi être celui du Valais, en Suisse. Autre exemple de tourisme innovant : le tourisme créatif⁽³⁷⁾. Le Voyage à Nantes, précurseur en France en la matière, travaille à partager sa vision pendant l'été 2020 ainsi que dans une rencontre sur le tourisme en 2021⁽³⁸⁾.

Le tourisme souffre depuis toujours d'une résistance au changement, d'une part, et d'un manque de coopération et de confiance entre les différentes parties prenantes (échelon local et national, hébergement/voyage/transport, public/privé, recherche/entreprise...)⁽³⁹⁾, d'autre part. Si "l'évolution du tourisme à la suite du Covid-19 sera inégale dans l'espace et dans le temps"⁽⁴⁰⁾, cette crise inédite doit permettre au secteur d'innover, dans de nouveaux rapports à l'espace et au temps précisément, en construisant des communautés de pratique que les chercheurs peuvent aussi faciliter par leurs travaux et leur implication sur le terrain⁽⁴¹⁾.

(1) Citons, parmi les récentes publications de Richard SHARPLEY : *Tourism, Tourists and Society*, Routledge, 2018.

(2) Geoffrey CROUCH, publications sur la liste électronique du réseau Trinet, mars 2020.

(3) OMT, "International tourist numbers could fall 60-80% in 2020", *UNWTO Reports*, 7 mai 2020.

(4) Antje MARTINS, Tyler RIORDAN et Sara DOLNICAR, "A post-Covid-19 model of tourism and hospitality workforce resilience", *Socarxiv*, 8 mai 2020.

<https://osf.io/preprints/socarxiv/4quga/>

(5) Michael C. HALL, Daniel SCOTT et Stefan GÖSSLING, "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19", *Journal of Sustainable Tourism*, 27 avril 2020.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>

(6) Bob McKERCHER, "SIP (Sars Induced Panic) a greater threat to tourism than SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome)", *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, n° 1, 2003.

http://agrilife.org/ertr/files/2012/09/132_c-1-7.pdf

(7) Dimitrios BUHALIS, "BRACE the future and time to Reignite, Refocus, Redesign and Reengineer our global tourism industry: the new 4Rs of tourism!", *Buhalis Blogspot*, 5 mai 2020.

<https://buhalis.blogspot.com/2020/05/brace-future-and-time-to-reignite.html>

(8) Joseph M. CHEER et Alan A. LEW (dir.), *Tourism, Resilience and Sustainability. Adapting to Social, Political and Economic Change*, Routledge, 2018.

- (9) Patrick BROUDER, Simon TEOH, Noel B. SALAZAR, Mary MOSTAFANEZHAD, Jessica MEI PUNG, Dominic LAPOINTE, Freya HIGGINS DESBIOLLES, Michael HAYWOOD, C. Michael HALL et Helene BALSLEV CLAUSEN, "Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post Covid-19", *Tourism Geographies*, mai 2020.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461668.8.2020.1770325>
- (10) Andreas PAPATHEODOROU, Jaime ROSSELLÓ et Honggen XIAO, "Global economic crisis and tourism: consequences and perspectives", *Journal of Travel Research*, vol. 49, n° 1, 2010.
- (11) Dimitrios BUHALIS, Marina NOVELLI, Maria GRAVARI-BARBAS, Eduardo PARRA-LOPEZ, Anna FARMAKI et Alexandros PARASKEVAS, "Issues and challenges towards teigniting Mediterranean tourism panel", webinar "Reignite Mediterranean and Leisure Tourism in the post Covid-19 era", 11 mai 2020.
- (12) Rachel BOTSMAN. *Who Can You Trust?: How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*, Public Affairs, 2017.
- (13) Trisha Kehaulani WATSON, "Marketing Hawaii as 'the safest place' could backfire", *Honolulu Civilbeat.org*, 13 mai 2020.
<https://www.civilbeat.org/2020/05/trisha-kehaulani-watson-marketing-hawaii-as-the-safest-place-could-backfire/>
- (14) Dimitrios BUHALIS, Marina NOVELLI, Maria GRAVARI-BARBAS, Eduardo PARRA-LOPEZ, Anna FARMAKI et Alexandros PARASKEVAS, *op. cit.* [note 11].
- (15) Harold GOODWIN, *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*, Goodfellow Publishers Ltd, 2001 [2016].
- (16) Dimitrios BUHALIS, Marina NOVELLI, Maria GRAVARI-BARBAS, Eduardo PARRA-LOPEZ, Anna FARMAKI et Alexandros PARASKEVAS, *op. cit.* [note 11].
- (17) Greg RICHARDS et Wendy MORRILL, "Wyse Travel Confederation Covid-19 business monitor, may 2020, part 1".
https://www.researchgate.net/publication/341643590_WYSE_Travel_Confederation_COVID19_Business_Monitor_May_2020_Part_1
- (18) Marianna SIGALA, "Total revamp needed to secure the future of Aussie tourism", 26 mai 2020.
<https://unisa.edu.au/Media-Centre/Releases/2020/total-revamp-needed-to-secure-the-future-of-aussie-tourism/>
- (19) Dimitri IOANNIDES et Szilvia GYIMÓTHY, "The Covid-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path", *Tourism Geographies*, mai 2020.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461668.8.2020.1763445>
- (20) Émilie CROSSLEY, "Ecological grief generates desire for environmental healing in tourism after Covid-19", *Tourism Geographies*, mai 2020.
<https://www.tandfonline.com/eprint/EZPWRHZXIPYWFZ9W5ZTC/full?target=10.1080/14616688.2020.1759133>
- (21) Michael C. HALL, Daniel SCOTT et Stefan GÖSSLING, *op. cit.* [note 5].
- (22) Peter JONES, "Hospitality in the post Covid-19 world", *E-Hotelier Report*, mai 2020.
- (23) Joseph CHEER, "Not drowning, waving. Where to for cruise tourism post-Covid-19?", avril 2020.
<https://lens.monash.edu/@politics-society/2020/04/21/1380110/not-drowning-waving-where-to-for-cruise-tourism-post-covid-19>
- (24) Sabrina SEELER et Michael LUECK, "The coronavirus survival challenge for NZ tourism: affordability and sustainability", *The Conversation*, 4 mai 2020.
<https://theconversation.com/the-coronavirus-survival-challenge-for-nz-tourism-affordability-and-sustainability-137256>
- (25) Dominic LAPOINTE, "Reconnecting tourism after Covid-19: the paradox of alterity in tourism areas", *Tourism Geographies*, mai 2020.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461668.8.2020.1762115>
- (26) Anne GOMBAULT et Umberto ROSIN, "Venise au pic de la crise : comment sortir de l'ultra-dépendance au tourisme ?", *The Conversation*, 1^{er} avril 2020.
<https://theconversation.com/venise-au-pic-de-la-crise-comment-sortir-de-lultra-dependance-au-tourisme-135210>
- (27) Sagar SINGH, "Car sharing for sustainable tourism", *Tourism Recreation Research*, vol. 42, n° 4, 2017.
- (28) Lucia TOMASSINI et Elena CAVAGNARO, "The novel spaces and power-geometries in tourism and hospitality after 2020 will belong to the 'local'", *Tourism Geographies*, mai 2020.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461668.8.2020.1757747>
- (29) Jenny CAVE et Dianne DREDGE, "Regenerative tourism needs diverse economic practices", *Tourism Geographies*, mai 2020.
- <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461668.8.2020.1768434>
- (30) Patrick BROUDER, Simon TEOH, Noel B. SALAZAR, Mary MOSTAFANEZHAD, Jessica MEI PUNG, Dominic LAPOINTE, Freya HIGGINS DESBIOLLES, Michael HAYWOOD, C. Michael HALL et Helene BALSLEV CLAUSEN, *op. cit.* [note 10].
- (31) Pam LEE, William Cannon HUNTER et Namho CHUNG, "Smart tourism city: developments and transformations", *Sustainability*, 2020, vol. 12, n° 10, mai 2020.
- (32) Dimitrios BUHALIS, "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article", *Tourism Review*, vol. 75, n° 1, 2020.
- (33) Geoffrey CROUCH, *op. cit.* [note 2].
- (34) Anne GOMBAULT, Claire GRELLIER et Jérémy LEMARIÉ, "Coronavirus (et autres maux) : 2020, année noire pour le tourisme mondial", *The Conversation*, 17 mars 2020.
<https://theconversation.com/coronavirus-et-autres-maux-2020-annee-noire-pour-le-tourisme-mondial-133852>
- (35) <https://www.explora-project.com/>
- (36) Anne GOMBAULT, "Pro Creative Tourism", communication (*guest speech*) au Forum de la coopération internationale sur la conception des services culturels et touristiques, XV^e Foire internationale des industries culturelles, Shenzhen, Chine, 16-18 mai 2019.
- (37) Anne GOMBAULT, "Tourisme et création : les hypermodernes", *Mondes du Tourisme*, n° 4, déc. 2011.
<https://journals.openedition.org/tourisme/449>
- (38) Masterclasse de Jean BLAISE, MSC Arts & Creative Industries Management, Kedge Business School, 14 mai 2020.
- (39) Anne-Mette HJALAGER, "A review of innovation research in tourism" *Tourism management*, vol. 31, 2010.
- (40) Michael C. HALL, Daniel SCOTT et Stefan GÖSSLING, *op. cit.* [note 5].
- (41) Anne GOMBAULT et Claire GRELLIER, "Tourism critics as a source of social innovation for what is more than an industry", communication à la II^e Conférence internationale du réseau Critical Tourism Studies - Asia Pacific, sur le thème "Tourism in Troubled Times: Responsibility, Resistance and Resurgence in the Asia Pacific", février 2020.

La crise du Covid-19, UNE CATASTROPHE QUI CONTRAINT LES ACTEURS DU TOURISME À CHANGER DE POINT DE VUE

JEAN MOCHON

Conseil en stratégie et innovation

< jeanmochon@gmail.com >

Les deux mois de confinement planétaire ont eu un effet cataclysmique sur le monde du tourisme. Certaines tendances sociétales sortent renforcées de cette période, d'autres émergent, quelques-unes pourraient disparaître alors qu'on les croyait dominantes. La révolution des attentes et des offres va imposer une réinvention complète des modèles économiques et de relation aux territoires. Peut-être une réelle chance pour le tourisme de devenir enfin l'un des leviers essentiels de l'économie...

Début mars 2020, personne n'imaginait que les gouvernements de l'ensemble des pays développés allaient décider de placer l'humain devant la finance, la santé devant l'économie. Les deux mois de confinement mondial ont fait basculer le système. C'est là qu'a commencé le changement de paradigme, c'est aussi ce qui l'a rendu inéluctable. Bienvenue dans un monde d'incertitude, un monde nouveau et un monde de paradoxes.

CYGNE NOIR. En mettant à l'arrêt plus de la moitié de la population mondiale, l'épisode du Covid-19 est plus qu'une crise et mérite le nom de catastrophe, parce que sa survenue devrait changer en profondeur notre système et le jeu mondial. Cette épidémie, totalement imprévue des plus savants prospectivistes, est, pour reprendre la définition de Nassim Nicholas Taleb, un "*cygne noir*⁽¹⁾", un événement parfaitement imprévisible dont les effets sont hors de proportion par rapport à ce que nous connaissons. Une émergence à laquelle les entreprises et organisations vont devoir répondre en s'adaptant, en restant agiles, en n'oubliant pas les leçons de l'expérience et en cherchant à devenir "*antifragiles*⁽²⁾".

Dans les deux ou trois ans à venir, tout sera paradoxal dans le monde du tourisme et dans tous les pans de l'économie. Le plus paradoxal sera le client, le touriste, le citoyen. De la compréhension de l'évolution de ces tendances sous pression, de ces paradoxes sortira la liste des perdants et des gagnants de la redistribution probable des cartes dans le monde.

Ce qui ne veut pas dire que plus rien ne sera comme avant... On ne doit pas sous-estimer la capacité de résistance ni le désir de rééquilibrage des systèmes. Tout cohabitera, il n'y aura pas de tendance dominante mais une évolution forte. L'étude "Covimood", effectuée les 15 et 16 avril par le cabinet Occurrence auprès de mille Français interrogés en ligne, relève que 65 % de la population pensent que le coronavirus aura un véritable impact sur la société. Au sortir du déconfinement, les attentes des Français sont finalement assez

simples : retrouver leurs proches et sortir dans des lieux publics (36 %) ; profiter du plein air et de la nature (26 %) ; prendre soin d'eux-mêmes et faire du shopping (11 %) ; retourner au travail (seulement 9 % !). De quoi inquiéter le Medef, mais de quoi aussi ouvrir des horizons au monde du tourisme et du loisir. Et parier sur ces paradoxes comme levier d'innovation.

Dans les deux ou trois ans à venir, tout sera paradoxal dans le monde du tourisme comme ailleurs. Parce qu'on ne saura pas faire autrement, faute de capacité de vision, de réactivité des systèmes, les anciennes pratiques en côtoieront de nouvelles. Mis en déséquilibre, les systèmes chercheront d'abord à retrouver une certaine stabilité avant de changer, ce qui en situation de crise n'est pas la meilleure posture.

PROCHAINES VACANCES. Pour l'été 2020, les voyageurs n'ont pas abandonné l'idée de partir en vacances, même si, pour la plupart d'entre eux, ils comptent rester à proximité de chez eux, dans leur pays. Les contempteurs de l'usage du transport aérien à tout-va (les tenants du mouvement Flight shaming) ont finalement fait école plus vite que prévu.

Les choses se gâtent lorsqu'on parle de l'organisation de ces séjours. Le *last minute* est aujourd'hui souhaité voire exigé par les pouvoirs publics. Au moment où, début avril 2020, le secrétaire d'État aux transports français conseillait aux Français d'attendre pour réserver leurs vacances, ses homologues en Europe faisaient la même chose. Par voie de conséquence, la question des conditions d'annulation est devenue centrale et celles-ci sont devenues très flexibles... au cas où. Un véritable casse-tête pour les prestataires touristiques ! Et l'on peut craindre que les clients n'exigent dans les années à venir des conditions d'annulation encore très souples...

La sécurité sanitaire, qui semblait jusqu'ici aller de soi en Europe, fait son entrée fracassante dans le débat. Une enquête Airbnb le souligne sans équivoque : pour 90 % des touristes asiatiques, les séjours (hébergements,

AUTRE REGARD

Interview de Jacques Arnould,
théologien, chargé des questions éthiques au Cnes
(Centre national d'études spatiales)

La mise à zéro de la plupart de nos activités, de nos compteurs, va avoir un effet radical sur notre vie, nos projets. On ne circulera plus comme avant et on découvrira le monde autrement. Une des difficultés du monde d'après va être de trouver un équilibre entre le réel et le virtuel.

La vision "mondialiste" de l'avenir était communément admise. Pourtant, même si la Terre semble dépourvue de frontières vue de l'espace ou du ciel, le confinement mondial nous rappelle que demeurent des frontières naturelles. Nous sommes capables de nous en affranchir, mais nous ne devons pas les oublier, les traverser sans avoir conscience que nous sommes bel et bien en train de les transgresser. Voilà une première prise de conscience à laquelle nous invite ce confinement. Il nous rappelle que, même dans un ensemble européen "sans frontières", nous avons la chance de passer d'un monde culturel à un autre, d'une richesse à une autre, et certainement pas d'un lieu indifférencié à un autre. La remise en cause du transport aérien, notamment low cost, est emblématique d'une nouvelle prise de conscience.

Un autre enseignement de ce confinement concerne les impacts de notre usage du numérique. Comment équilibrer le réel et le virtuel : c'est là une question que nous nous posons en permanence au Cnes, que ce soit à propos de l'exploration de l'espace par les humains eux-mêmes ou en recourant à des robots... La réponse n'est pas tranchée ; elle dépend évidemment du progrès de nos techniques, mais aussi de notre adaptabilité psychologique, sociale, culturelle. Même si nous parvenons à poser un jour le pied sur Mars, il s'agira d'un pied "botté" et nous ne pourrions entendre le bruit du vent à la surface de la planète que par l'intermédiaire d'une oreillette, d'un capteur... ce que nous pouvons d'ores et déjà expérimenter avec nos robots martiens ! Il n'est pas question d'une lutte de l'humain contre le robot, mais d'une adaptation, d'une co-évolution...

J'aime dire que ce confinement nous met tous, individus, entreprises et États, en situation inédite d'explorateurs. Dépassés par le quotidien, nous devons nous dépasser nous-mêmes, à tous les échelons de la société. C'est une vraie situation d'innovation, improbable il y a quelques semaines mais aujourd'hui inéluctable.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN MOCHON.

visites, activités) se feront en 2020 (et à l'avenir ?) dans des lieux qui garantissent une véritable sécurité sanitaire ; donc, en priorité, dans des hébergements gérés par des professionnels. Et même si, pour des raisons culturelles et sociologiques, les clients occidentaux sont un peu moins exigeants en la matière, le critère de vente premier en 2020 sera la capacité à démontrer que toutes les règles d'hygiène de précaution ont été et seront respectées. La technologie vient à la rescousse : on a par exemple expérimenté en Chine des claviers d'ascenseur sans contact, l'utilisateur touchant des touches sous forme d'hologrammes affichés dans l'air.

CHANGEMENT DE REGARD. La perception du numérique déjà très ambivalente dans le monde du tourisme et du loisir (où les clients hésitent encore entre attente de simulations de plus en plus élaborées et demande d'authenticité, de rencontre) vient de prendre un tour nouveau. Pour des centaines de millions d'utilisateurs, le confinement a été supporté grâce à Whatsapp, Zoom, Facebook, Skype mais aussi Youtube et la VOD (*video on demand*). Le confinement a créé de parfaites conditions d'expérimentation : des utilisateurs captifs et hyperactifs enfermés dans un logement devenant une boîte de Petri où les développeurs informatiques ont pu faire incuber et germer toutes les expériences possibles. Les musées, les offices de tourisme, les agences de voyages... se sont mis à offrir de la visite virtuelle, de l'atelier à distance pour les enfants. Tous les utilisateurs se sont mis à banaliser l'utilisation de la vidéo, des tchats... pour tous les âges et niveaux de connaissances.

L'autre enseignement de ces semaines de confinement est certainement la démonstration que le télétravail est possible dans beaucoup de cas... et qu'il est désormais souhaité. Ce qui aura un impact sur la notion de résidence secondaire, devenue un refuge pour bien des urbains (avant de devenir résidence principale ?).

Ce confinement a eu un autre effet, totalement inattendu mais structurant : le changement de regard d'une partie de la population

sur les petites mains et les oubliés. Ce changement de regard sur toutes les petites mains du tourisme (et pas seulement les équipages malais des grands paquebots) est à peu près certain, même si la résistance des pratiques et des enjeux économiques fait que le mouvement sera lent.

Le confinement a révélé également qu'il y a beaucoup de gens pour qui le digital est et restera un cauchemar, des gens qui ont du mal à suivre, à comprendre et à appliquer même les règles écrites les plus simples. Le déploiement de la méthode Falc (Facile à lire et à comprendre), méthode initialement destinée aux personnes déficientes intellectuelles, s'accélère et se diversifie. La méthode est aujourd'hui proposée aux collectivités pour toucher tous les publics en difficulté... Un objectif européen de 2017 qui progressait lentement depuis et qui, soudain, est propulsé vers de nouveaux publics.

RELATION AU VOYAGE. L'accélération de la mobilité était, depuis une cinquantaine d'années, une tendance essentielle du tourisme – une mobilité plus ou moins respectueuse de l'environnement, plus ou moins teintée de lenteur et toujours très paradoxale, avec des clients consommateurs de trajets ultra-rapides et peu chers mais demandeurs sur place de modes de déplacement doux et sans impact. Avec la crise du Covid-19, c'est la relation même au voyage et à l'idée qu'on s'en fait qui est bousculée. La dromomanie (désir immodéré de voyager pour voyager), facilitée par les transports low cost, semble avoir fait long feu. Les compagnies aériennes mondiales pourraient supprimer 150 000 emplois, l'avenir du low cost serait menacé. Toutes les formes de mobilité sont concernées. Le week-end en ville, star du tourisme de court séjour, devra probablement changer de cibles de clientèle et se tourner vers des clients de proximité.

D'autres tendances devraient également être bousculées : le *all inclusive* devra intégrer une demande de *do it yourself*, tendance issue notamment des moments passés seuls ou en famille réduite, à découvrir ou redécouvrir le plaisir de faire soi-même ou de faire avec ses

AUTRE REGARD

Interview de Christopher Kelly,

Co-animateur de la Maison du visiteur à Vézelay

La Maison du visiteur fait partie de ces entités qui innovent en permanence pour ouvrir de nouvelles voies. L'épisode Covid-19 pousse l'équipe à accélérer le développement d'une proposition faite au visiteur qui se dégage de l'habillage commercial pour parier sur la sincérité.

Le tourisme, le vrai, celui qui permet de découvrir le monde et son altérité, a perdu progressivement de sa pertinence en tant que facteur de développement des personnes et des sociétés. Il est devenu une marchandise, chaque recoin de la Terre est devenu un lieu potentiel de "consumo-tourisme".

Bien sûr, la colline de Vézelay et la basilique demeurent. Le site attirera toujours du monde et la Maison du visiteur restera bien sûr ouverte à tous les publics. Néanmoins, nous cherchons depuis deux ans à rééquilibrer la fréquentation du site : moins de "consumo-touristes" et plus de personnes en quête personnelle. Nous sommes en train d'ouvrir un lieu, que nous appelons le scriptorium, dédié au travail de recherche de nos propres guides (et à la formation de nouveaux guides du patrimoine) en lien avec des experts en architecture, histoire, théologie, symbolique, arts visuels, astronomie... L'enjeu : que le guide joue un rôle de passeur d'un monde à l'autre – du monde que le visiteur a devant lui lorsqu'il découvre la basilique à celui qu'il porte en lui.

Bien sûr, nous conservons nos visites traditionnelles, mais nous sommes en train de créer d'autres offres : des week-ends à thème, des séminaires inscrits dans une vision de projet sociétale. Car l'art roman exprime une vision du monde capable d'éclairer nos sociétés face aux mutations auxquelles ces dernières se voient confrontées aujourd'hui.

La sincérité, c'est peut-être l'essence même de ce que nous proposons à travers ce travail de transmission du patrimoine. Si je suis vrai, si je suis l'autre (le visiteur, en l'occurrence), ce dernier peut être interpellé et invité à un autre niveau d'expérience. Cette sincérité peut bien sûr toucher le "consumo-touriste" et lui permettre d'atteindre une plénitude qui, par ricochet, contribuera à l'enrichissement des sociétés... Si le tourisme évolue ainsi, pour moi, il ne sera plus fini, mais renaîtra !

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN MOCHON.

AUTRE REGARD

Interview de Flavien Fuchey,
 créateur et dirigeant du parc de loisirs nature
 Diverti'Parc (Saône-et-Loire)

Diverti'Parc est un parc de loisirs qui depuis sa création joue la carte de la nature, privilégie le végétal, la biodiversité et l'ancrage dans le territoire. Innovant dans ses approches (une identité liée aux vaches du monde, par exemple !), innovant dans ses partenariats, Flavien Fuchey va accélérer sur la voie du "faire autrement", une route qu'il connaît bien.

C'est plus qu'une crise. On nous parle d'un monde d'après mais, pour moi, le principal risque est celui d'un monde comme avant en pire, qui ne respecte pas les efforts et engagements environnementaux et qui fasse crouler les entrepreneurs sous les contraintes réglementaires.

Dans les mois à venir, nous ne devrions pas avoir de problème de fréquentation : les clients viendront et reviendront ; notre image (tant pour les hébergements que pour le parc) fortement marquée en matière de respect environnemental et d'ancrage local sera un atout en la matière (y compris du fait de l'élargissement de la stratégie de partenariat avec les producteurs locaux que nous avions prévu de lancer au printemps). Le vrai enjeu sera d'assurer la sécurité sanitaire... Ça a un coût (en équipement, en personnel et en capacité d'accueil), mais c'est impératif.

Pour le reste, nous allons comme toute entreprise essayer de passer le cap sans arrêter d'investir et en tenant compte de la demande, qui va forcément évoluer. Nous continuerons de nous inscrire dans la même logique qu'avant la crise : codévelopper des offres avec des partenaires, lancer des projets innovants sur le territoire ou y contribuer (le projet de voie douce innovante Diva, notamment), et pourquoi pas aller vers des activités complémentaires, structurantes. L'idée est de nous renouveler très vite, de prouver notre capacité de résilience !

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN MOCHON.

proches... Beaucoup d'offres de loisirs, d'activités, sont à reconstruire en prenant en compte ce qui est devenu en quelques semaines un nouvel usage. Comme une certaine forme de simplicité.

Pour une part de la clientèle, confinement a rimé avec retour vers la famille, capacité à vivre de bons moments avec l'autre (les enfants ou les autres confinés), sans hyperactivité. Cela devrait changer le niveau d'intérêt pour des propositions plus soft, plus maîtrisées. Il ne suffit plus de pratiquer ensemble, il faut faire ensemble.

C'est l'ensemble de la planète tourisme qui va devoir réviser ses offres à l'aune de ces tendances, mutantes ou émergentes.

RÉSIDENCES SECONDAIRES. De manière visible ou invisible, l'arrivée en masse de millions de personnes dans des résidences pensées comme secondaires va laisser des traces, négatives ou positives. La réaction de certains maires de villages touristiques a donné lieu à des débordements verbaux étonnants⁽³⁾. On a ainsi vu Jean-Marc Peillex, maire de Saint-Gervais-les-Bains, qui, au début des jours de confinement, s'indignait de voir arriver en masse des résidents secondaires dans une station absolument pas prête à accueillir un tel flux hors saison, dans un environnement d'équipement sanitaire tout à fait sous-dimensionné, se faire accuser de *"mordre la main qui le nourrit"*, alors que sa commune a un avenir *"lié à la manne financière apportée par les résidences secondaires"*⁽⁴⁾. En Belgique, Bart Tommelein, bourgmestre libéral d'Ostende, a, pour respecter les règles de distanciation physique, envisagé de réserver la plage à ceux qui payent des impôts dans sa ville. L'idée fait sursauter...

La relation des propriétaires de résidence secondaire avec le territoire va probablement changer. Sur la Côte d'Azur, le littoral Atlantique, dans les Alpes, la Drôme, l'Ardèche..., l'installation à l'âge de la retraite de centaines de milliers de nouveaux habitants est inscrite dans les tendances. Pour nombre de territoires, c'est une chance, un marché, une possibilité de faire vivre a minima et hors

saison un tissu économique résiduel, et c'est aussi une possibilité pour le monde associatif et politique de trouver de nouveaux acteurs pour le grand théâtre local. Chacun, lentement, à la vitesse du politique, a su faire évoluer les choses. Si la venue en masse de non-résidents principaux vers ces territoires habituellement déserts à cette saison a à ce point perturbé, c'est que rien n'était prêt à absorber ce flux et que la peur instinctive de l'autre, potentiel porteur de maladie, était légitime... Ce qui a changé, c'est la possibilité qui a été donnée à des millions de personnes de se retrouver dans ces villages et ces petites villes soudain qualifiées de refuge, avec toute la symbolique attachée au terme. En quelques semaines, les réfugiés covidiques ont découvert une nouvelle manière de vivre, de travailler, une nouvelle qualité de vie (l'air, le calme et l'espace).

FAIRE AUTREMENT. La démonstration de la possibilité de mettre en place un télétravail efficace va bien sûr amener les entreprises et les institutions (la fonction publique n'échappera pas à cette tendance) à intégrer cette nouvelle attente dans leurs modes d'organisation. Et il est très probable que, à l'horizon de deux à cinq ans, un flux de transformation de résidences secondaires en résidences principales se fasse. Même si l'hypothèse d'une crise financière, donc immobilière, est envisagée, on pourrait être sur une tendance de fond... dont l'effet sur l'offre touristique sera certain, ne serait-ce que parce que ces résidences secondaires se sont aujourd'hui taillé la part du lion (celle de Airbnb) sur le marché saisonnier. Ce changement de contexte plausible devrait impacter la pertinence de l'offre de loisirs sur les territoires (de saisonnière, elle deviendra annuelle) et amener à repenser l'offre d'hébergement dans nombre de territoires. Une chance peut-être pour les hôtels et autres lieux d'hébergement...

Le monde économique a découvert en quelques semaines qu'il était capable de réinventer, de se réinventer, sous la pression des événements. On parle même d'une certaine

libération pour des milliers de salariés qui ont retrouvé l'envie et l'audace, qui ont osé faire différemment dans l'urgence, ou qui ont su et pu s'affranchir de barrières organisationnelles, hiérarchiques, réglementaires et économiques. Des centaines d'entreprises (des PME du textile à Michelin) ont constaté qu'elles ont été capables de concevoir, prototyper, tester et mettre en production des équipements qu'elles n'avaient jamais réalisés, sur des marchés qui leur étaient totalement étrangers. L'idée de relocalisation a fait son chemin ; elle aura du sens à l'échelle européenne, mais l'inversion de tendance sera lente.

Le tourisme, très exactement comme l'agriculture, est dans un ménage à trois : entrepreneur, territoire et client. Avant le confinement, les agriculteurs pleuraient sur l'agribashing, ils sont aujourd'hui portés, poussés, demandés par les territoires et par les consommateurs. Le monde du tourisme a une fenêtre de tir pour oser à son tour faire autrement.

Pour cela, il faut très vite tomber les oripeaux institutionnels, statutaires et réglementaires, tant du côté des organismes publics que de celui des organisations professionnelles, travailler ensemble sur des sujets précis, en associant les clients et d'autres acteurs le cas échéant. Exactement comme l'équipementier automobile Valeo et le constructeur Peugeot se sont mis à fabriquer des respirateurs pour les hôpitaux, ou Michelin et le Commissariat à l'énergie atomique à développer avec l'hôpital de Grenoble des masques réutilisables. Ce "faire autrement" mis en place dans un contexte de crise servira de banc d'essai pour l'avenir. Il peut concerner l'hébergement, la mobilité, le marketing... et doit prendre en compte les nouvelles tendances afin de ne pas retomber dans le monde d'avant. Et faire autrement peut aussi amener des acteurs du monde du tourisme à entrer sur de nouveaux marchés. Le rôle des collectivités publiques sera alors prégnant : au nom du droit à l'expérimentation (qui existe dans nos textes), elles peuvent lever les barrières.



De tels épisodes de crise mondiale vont se reproduire à l'avenir. Si le Covid-19 est emblématique du "cygne noir", il est assez probable que les années à venir nous réservent d'autres crises (épidémiologiques, écologiques, voire une panne partielle de l'internet...). L'auteur du *Cygne noir* a, dans un second ouvrage, défini le concept d'"antifragilité" en quelques mots : "*Certains objets tirent profit des chocs... Un objet ou un système résistant, solide, absorbe les chocs et se rétablit au mieux ; le système antifragile passera la crise (ou les crises) imprévues en s'améliorant*⁽⁵⁾."

Il faut aussi corriger la myopie du désastre, ce mécanisme qui fait que plus une catastrophe date, moins les individus estiment qu'elle risque de se reproduire. Ce biais psychologique⁽⁶⁾, dont l'existence est démontrée dans la finance, pourrait expliquer en partie notre impréparation face à la crise sanitaire actuelle. L'actualité nous a montré que la seule analyse du passé (le pilotage au rétroviseur cher aux gestionnaires) ne permettra

plus de calibrer le présent ni le futur. Les gourous de la prévision de l'avenir devront composer avec l'improbable. Cette situation rappelle que les méthodes doivent être en permanence confrontées à l'observation du réel. Pour les mondes du tourisme et du loisir, ce devrait être une chance. ■

(1) Nassim Nicholas TALEB, *Le Cygne noir. La puissance de l'imprévisible*, Les Belles Lettres, 2008.

(2) Nassim Nicholas TALEB, *Antifragile : les bienfaits du désordre*, Les Belles Lettres, 2013.

(3) Marie-Noëlle RIMAUD, "Résident secondaire. Je t'aime moi non plus", *Espaces tourisme et loisirs*, n° 354, mai-juin 2020.

(4) <https://www.contrepoints.org/2020/04/12/368872-confinement-delations-petites-dictatures-et-autres-rejouissances-francaises>

(5) Nassim Nicholas TALEB, *op. cit.* [note 2], 2013.

(6) Pauline GANDRÉ et Camille CORNAND, "Covid-19 : cette 'myopie au désastre' qui dégrade nos capacités de réponse aux crises", *The Conversation*, 8 avril 2020.

<https://theconversation.com/covid-19-cette-myopie-au-desastre-qui-degrade-nos-capacites-de-reponse-aux-crisis-135663>



© ProDesign studio • Shutterstock

Les destinations à forte dépendance touristique vont devoir se réinventer

MIGUEL SEGUÍ LLINÁS

Professeur de géographie,
université des îles Baléares

< msegui@uib.es >

Difficile de savoir si, à l'issue de la crise économique, le tourisme changera fondamentalement, si le slow tourism vaincra le low cost et si le locatourisme aura raison du tourisme international. Ce qui est certain, en revanche, c'est que des destinations telles que les Baléares, la Corse ou les Antilles, dont la dépendance au tourisme est forte, vont être confrontées à court terme à une crise économique sans précédent, avec un risque de crise sociale majeure. Une crise qui devrait les obliger à se réinventer.

L'année 2020 restera marquée par un événement majeur pour le monde. Qui aurait pu imaginer que, au XXI^e siècle, une pandémie pourrait se répandre dans le monde entier, au point d'arrêter brusquement toute activité économique ?

Dans le passé, les guerres, les destructions, les tremblements de terre, les attentats... ont toujours été limités à un espace défini et ont toujours eu pour conséquence la destruction des infrastructures, et donc une phase de reconstruction. Le Covid-19 a tout changé. En quelques mois, très vite, il s'est répandu dans le monde entier, a freiné l'activité économique, a bloqué les gens chez eux, a cloué les avions au sol, a limité drastiquement les mobilités... mais n'a pas touché aux infrastructures. Aucun bâtiment détruit, aucun port ni aéroport dévasté... Rien.

Ce n'est pas avec les guerres ou les catastrophes naturelles que la catastrophe du Covid-19 peut être comparée, mais avec la peste des siècles passés. Un phénomène dont on pensait qu'il était impossible qu'il advienne aujourd'hui du fait des progrès de la médecine.

Le fondement du tourisme, c'est le voyage, le déplacement. Alors, bien évidemment, le blocage de l'activité mondiale a fortement impacté le tourisme. Dans une économie mondialisée et interconnectée, le tourisme connaissait, avant la pandémie, une croissance constante. Le rêve de tout un chacun était de voyager, de découvrir, de pratiquer toutes sortes de loisirs dans des pays exotiques – et ce rêve était à la portée du plus grand nombre grâce à la pluralité des offres et à des tarifs accessibles. Un nombre croissant de personnes avait pris l'habitude de programmer des voyages : de l'escapade à relative proximité au périple autour du monde pendant une année sabbatique en passant par le court séjour dans une capitale étrangère. La société avait intégré le voyage comme un élément essentiel de la vie de tout un chacun, tout tournait autour de lui. C'était l'essence même du XXI^e siècle, du moins le pensait-on. Et voilà que, en quelques

semaines, tout est resté bloqué, tout a changé...

Chacun s'interroge alors. Que se passera-t-il après la crise actuelle ? Retournera-t-on à la vie d'avant ? Changera-t-on de mentalité et voudra-t-on faire du locatourisme⁽¹⁾ pour limiter son empreinte carbone ? L'environnement l'emportera-t-il sur la mondialisation ? Le slow tourism vaincra-t-il le low cost ? Des questions qui en entraînent d'autres : que vont devenir les millions d'emplois liés au tourisme ? vont-ils disparaître brutalement ? quelles formations mettre en place pour que les salariés du tourisme (transport, hôtellerie, voyage...) puissent s'adapter à la nouvelle situation ?

Des questions sont posées, auxquelles personne n'ose donner de réponses. L'humanité se trouve brusquement devant un monde inconnu sans que quiconque ait eu le temps d'y réfléchir, d'anticiper, d'imaginer le monde d'après.

MONDE D'AUJOURD'HUI. Avant de pouvoir répondre à ces questions, il est impératif d'analyser le monde d'aujourd'hui. La réalité socio-économique de ce début de XXI^e siècle est bien différente de celle que nous connaissions il y a une cinquantaine d'années.

La première évolution qu'a connue le monde a été la diminution, voire la disparition, des critères éthiques dans les comportements tant économiques que politiques. Gagner de l'argent est devenu l'unique but de nombreuses activités économiques. L'éthique et la loi, qui étaient des critères prépondérants dans le passé, ont été sacrifiées au nom du bénéfice. Le monde politique et celui des affaires sont désormais imprégnés par les ambitions d'enrichissement personnel.

L'économie est marquée par l'empreinte du capitalisme sauvage : les hommes ont moins d'importance que l'argent. Les grandes multinationales visent à régenter l'économie mondiale ; elles rachètent d'autres entreprises afin de devenir toujours plus puissantes et mieux contrôler les marchés mondiaux.

La politique est marquée par le regain des idéologies populistes visant non pas à proté-

(1) "Staycation et

locatourisme", dossier de la revue *Espaces tourisme et loisirs*, n° 353, mars 2020.

ger le bien commun, mais à obtenir le pouvoir. Tout est permis quand il s'agit de gagner des élections. La vérité succombe à la manipulation. Le concurrent est l'ennemi à battre et à faire disparaître. Tout accord ou collaboration est impossible.

Dans le même temps, l'ordre mondial a changé. De nouvelles puissances sont apparues sur l'échiquier international (la Chine) ou cherchent à revenir (la Russie), tandis que l'Europe perd du terrain. Les échanges économiques et les flux de capitaux ont changé de sens : l'Est l'emporte désormais sur l'Ouest.

Les acteurs économiques ne sont plus les mêmes. Les fonds d'investissement (anonymes, inconnus, silencieux) ont pris le contrôle d'un nombre croissant d'entreprises qui, de ce fait, deviennent plus inhumaines encore qu'elles ne l'étaient. Ces dernières ne sont plus incarnées par une personne, un visage, mais par des intérêts économiques. La seule chose qui compte, c'est le bénéfice, qu'il faut augmenter sans cesse, quel que soit le moyen. C'est l'empire de l'argent. Acheter au gré des opportunités, profiter des crises, contrôler sans être vu ni perçu. Voilà le nouveau système.

Résultat de cette situation : on a délocalisé les entreprises pour accroître les profits. Les inégalités ont augmenté, le marché du travail est devenu fragile, les entreprises sont de plus en plus vulnérables. L'homme a perdu sa place comme centre de l'économie, remplacé par le bénéfice. En conséquence de quoi les inégalités socio-économiques se sont intensifiées.

CRISE INÉDITE. Quel impact sur l'évolution de cette réalité la crise sanitaire va-t-elle avoir ? Après la parenthèse du confinement la vie va-t-elle reprendre comme avant, ou une nouvelle société va-t-elle se mettre en place ?

Pour répondre à ces questions, n'oublions pas que cette crise n'a pas détruit d'infrastructures, qu'elle n'a pas pris place sur un espace concret qu'il faudrait éviter pour fuir le danger. On est dans un cas de figure très différent des crises que le tourisme connaît depuis toujours : insécurité politique ou sécuritaire (attentats, par exemple), catastrophes natu-

relles (tremblements de terre, inondations... qui détournent les flux de touristes de certaines destinations vers d'autres...

Ce qui est en jeu avec la crise du Covid-19, c'est le changement de société, de pouvoir et de mode de contrôle des capitaux... une série de bouleversements inédits. L'ennemi à combattre dans cette crise est flou : on ne sait pas où il se trouve et donc on se méfie de tout le monde, au niveau tant individuel, pour se protéger du coronavirus, qu'au niveau collectif, pour contrôler l'avenir économique.

Trois grands scénarios peuvent être envisagés : dans le premier, le monde revient rapidement à la situation antérieure ; dans le deuxième, le retour au monde d'avant sera lent ; et, dans le troisième il n'y aura pas de retour vers le passé, mais une situation tout à fait nouvelle. Les crises précédentes laissent penser que la société oublie vite et que, en général, les affaires reprennent comme si rien ne s'était passé. La crise actuelle étant tout à fait inédite, personne n'est capable de prédire ce qui va se passer. L'impact de la crise sera-t-il fort ou va-t-il s'estomper rapidement ? Va-t-il marquer profondément la société dans son ensemble, ou sera-t-il vite oublié ? La peur du virus va-t-elle perdurer ou sera-t-elle vite oubliée ? C'est à ces questions qu'il faudrait pouvoir répondre pour prédire l'avenir du tourisme.

RELANCE À COURT TERME. Une fois le virus sous contrôle et la société déconfinée, une fois les normes de sécurité sanitaire définies et mises en place, comment le retour à la vie normale va-t-il se faire ? Comment la relance va-t-elle s'opérer à court terme ?

Le retour à la normale de l'activité touristique dépendra beaucoup des normes appliquées par chaque pays et du ressenti en matière de sécurité sanitaire des destinations. Partout, le tourisme national (voire régional) est encouragé. De nombreux pays incitent leurs ressortissants à partir en vacances à l'intérieur des frontières du pays. Ce qui est compréhensible car, au-delà de la crise sanitaire, c'est une crise économique majeure qui s'annonce. Il faut

alors limiter les sorties de devises, promouvoir la richesse nationale pour maintenir les emplois.

Ces politiques en faveur du tourisme national ne seront pas sans conséquences. Dans les pays développés à fort taux de départ en vacances, elles devraient avoir de bons résultats. Ce ne sera pas le cas en revanche dans les pays moins développés (la Croatie ou la Tunisie, par exemple) où le marché intérieur, limité, ne peut pas remplacer le tourisme international. Il est impossible par ailleurs que le tourisme national permette de remplir la capacité d'hébergement de grandes régions touristiques mondiales telles que la Méditerranée ou les Caraïbes, adaptées à l'accueil de millions de touristes étrangers. Ces destinations vont souffrir énormément, car le tourisme y est le premier créateur d'emplois et le moteur de la richesse économique nationale. Si la plupart des touristes étrangers fréquentant habituellement ces destinations restent dans leur pays, celles-ci vont subir une forte crise aux conséquences imprévisibles.

La peur de voyager devrait perdurer. La durée et l'intensité de cette peur varieront selon la situation et l'âge des personnes, mais on peut penser qu'il faudra une année au moins pour que tout le monde se rassure sur le fait que l'on peut voyager en sécurité. Et encore, cette réassurance variera selon les destinations et se fera de façon progressive, certains pays restant plus touchés que d'autres. Dans tous les cas, les voyageurs devront attendre que les frontières entre leur pays d'origine et la destination où ils veulent se rendre rouvrent... Et les médias vont jouer un rôle majeur dans le succès ou l'échec du processus de mise en marche de l'industrie touristique dans chaque pays.

La jet-set et les personnes aisées devraient reprendre leurs habitudes de voyages rapidement, utilisant avions et bateaux privés pour se soustraire au confinement le plus vite possible. On peut penser que les jeunes seront les premiers à voyager à nouveau à l'étranger, car ils sont les moins vulnérables en matière de coronavirus. Ils seront toutefois très sensibles aux

prix et leur taux de départ dépendra aussi de la capacité de l'offre (compagnies low cost, notamment) à proposer des tarifs attractifs.

Cela étant, la reprise devrait prendre du temps et la crise économique risque d'avoir un fort impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Dans les pays où le tourisme est une ressource économique majeure, la crise pourrait représenter un danger pour la stabilité sociale et l'économie nationale.

CHANGEMENT DE PARADIGME ? L'avenir du tourisme dépend de la réaction de la population. Avec la crise sanitaire aura-t-elle une plus grande conscience des problèmes environnementaux ? Ou bien, après l'issue de longues périodes de confinement, voudra-t-elle renouer avec ses habitudes, pour repartir en masse en voyage ?

Si les gens décident de continuer à voyager et que les compagnies aériennes low cost reprennent la fréquence de leurs vols, le tourisme de masse sera à nouveau là en une ou deux années. En effet, si les compagnies low cost repartent comme avant, l'offre d'hébergement va se relancer rapidement dans tous les secteurs (hôtellerie, locations meublées...). Les touristes renoueront avec les pratiques postfordistes et l'activité touristique repartira partout dans le monde – à condition toutefois que la crise économique ne grève pas trop lourdement le budget des touristes potentiels.

Si, au contraire, le souci environnemental l'emporte, la demande pour le tourisme lointain va diminuer, et donc les prix des voyages vont augmenter. La demande sera marquée par un tourisme lent et contemplatif. Les consommateurs redécouvriront le tourisme de proximité. Avec le risque d'une fréquentation massive des espaces naturels situés à proximité des grandes villes.

Car les activités de loisirs sont devenues un besoin essentiel pour toute la société. Que ce soit à proximité de leur domicile ou plus loin, les gens veulent sortir, s'épanouir dans des espaces libres, agréables et tranquilles. Respirer le grand air est désormais une exigence de qualité de vie.

La crise sanitaire va-t-elle engendrer un changement de paradigme ? Sur le terrain du loisir, c'est peu probable. La population va toujours avoir besoin de temps libre, de contact avec la nature et de découverte du patrimoine en général. Mais peut-être nous trouverons-nous face à un changement d'habitudes sur le terrain du tourisme d'affaires (conventions et congrès compris).

Les vidéoconférences, les réunions virtuelles, les cours et conférences en ligne sont devenus indispensables du fait des limitations de déplacement pendant la crise sanitaire. Et les outils numériques ont donné satisfaction dans la plupart des cas. Si le système virtuel a montré son efficacité, pourquoi alors se déplacer, pourquoi imposer à l'entreprise des frais innombrables (avion, hôtel, etc.) ? Le tourisme d'affaires devrait donc subir un changement total, et cela va se répercuter sur l'activité de nombre d'hôtels urbains (surtout dans les grandes villes).

Quant aux voyages de plaisir, la question est de savoir si le tourisme renouera avec la mondialisation (avec les jeunes aventuriers tout d'abord, puis avec les clients plus aisés) ou si le tourisme national l'emportera. Dit autrement : les préoccupations environnementales vaincront-elles l'économie du système touristique (ce qui aurait de graves conséquences économiques pour nombre de destinations) ou, au contraire, le système touristique l'emportera-t-il sur l'environnement ?

RISQUE SOCIAL. Quand on voit le nombre de questions qui se posent quant à l'avenir du tourisme, on ne peut que s'interroger sur l'avenir de l'emploi dans les destinations où le tourisme représente une part significative du PIB. Dans beaucoup de pays, sur tous les continents, de nombreuses destinations, notamment insulaires (cf. les îles de la Méditerranée ou les Caraïbes), risquent d'être confrontées à de graves problèmes en matière d'emploi, le tourisme y étant le premier consommateur de main-d'œuvre.

Mais ce risque social ne concerne pas que le tourisme. Les consommateurs ont appris

avec la crise que l'on peut vivre de façon plus sobre, en se limitant à l'essentiel, ce qui pourrait freiner la consommation. Le changement de mode de consommation doit être accompagné d'un changement de modèle économique. Il est impératif de produire une richesse économique suffisante pour créer des emplois permettant une meilleure qualité de vie pour tous. Sans quoi, le changement de mode de consommation aura pour conséquence l'augmentation de la pauvreté et des injustices sociales.

Quel va être alors l'avenir des Baléares, l'une des régions les plus touristifiées du monde et "*laboratoire d'une société nouvelle*"⁽²⁾ ?

La situation locale y est paradoxale. Le gouvernement autonome a en effet été élu en s'appuyant sur les forces antitouristiques, avec des discours proches de la tourismophobie. Si bien que, quand la crise sanitaire est arrivée, les discours des différents responsables politiques, y compris au sein du même parti, ont été contradictoires. Les premières réactions ont été lentes, jusqu'au moment où la réalité sociale a commencé à s'imposer et où il a fallu trouver un moyen de relancer l'activité touristique. En Espagne, le gouvernement insulaire de Majorque a été le premier à se rendre compte de ce besoin. Il s'est appuyé sur les entreprises touristiques pour planifier des actions de co-marketing à mettre en œuvre dès l'accès aux îles rétabli. Il a créé un conseil consultatif au sein duquel ont été réunis hôtels et chaînes hôtelières, agences de voyages, communes touristiques, l'université des Baléares... Un plan de relance a été rédigé de façon partagée.

Le problème principal auquel les Baléares ont dû faire face est celui de l'ouverture des ports et aéroports. Les divergences sont grandes entre le point de vue du gouvernement central à Madrid et celui des îles Baléares, entre le souci de protéger la santé des habitants en évitant les contacts avec des gens de l'extérieur et le besoin d'ouvrir les frontières pour que les touristes reviennent. Les premiers à réclamer la possibilité de venir à Majorque ont été les propriétaires de résidences secondaires (Allemands,

(2) Rémy KNAFOU, "Les Baléares, laboratoire d'une société nouvelle", *L'Espace géographique*, vol. 19-20, n° 2, 1990.

principalement, mais aussi Britanniques, Suisses...). S'ils ont été critiqués par certains partis au pouvoir, ce sont ces résidents secondaires étrangers qui ont permis de commencer à relancer l'activité touristique dès la fin juin (restaurants, boutiques, bars...). N'oublions pas en outre qu'ils payent des impôts aux Baléares.

Le deuxième problème très grave provoqué par la crise est la chute des revenus locatifs. L'investissement immobilier est considéré par de nombreux insulaires comme la meilleure formule d'épargne pour la vieillesse. Selon les cas, ils louent leurs biens immobiliers aux touristes ou aux salariés des entreprises touristiques. Ces revenus locatifs constituent leur complément de retraite.

Mais la crise touristique a provoqué un double effet dans ce domaine. La saison touristique 2020 va de fait être très courte et les niveaux de fréquentation une fois les frontières rouvertes vont probablement être relativement bas. C'est une saison noire pour les propriétaires immobiliers, qu'ils louent aux employés du secteur touristique qui, du fait de la chute brutale de leurs revenus, ne peuvent payer leur loyer, ou qu'ils louent à des touristes, qui seront peu nombreux. Ainsi, la crise sanitaire impacte

toute l'économie des îles, les confrontant à une situation de crise totale.

La reprise est attendue par les acteurs locaux au mieux pour 2021, voire pour 2022. Mais la société civile insulaire pourra-t-elle tenir tout ce temps ? Une bonne partie des familles ne peuvent survivre que quelques mois sans travail ; les aides de l'État ne pourront perdurer pendant plusieurs années...

Le risque social est réel. Il oblige à sa battre pour permettre la reprise de l'activité touristique et éviter une explosion sociale. Beaucoup d'acteurs comptent sur la capacité d'innovation et de créativité des entreprises, qui, au cours des cinquante dernières années d'activité touristique, ont montré leur résilience à ce niveau. Mais, rappelons-le, la crise actuelle est nouvelle, mondiale. Ses effets ne concernent pas seulement les îles Baléares, c'est le tourisme dans le monde entier qui est impacté.

Avec cette crise, les Baléares vont devoir à leur habitude jouer leur rôle de laboratoire touristique. Elles vont devoir trouver leur place sur un échiquier touristique mondial recomposé. Elles vont devoir montrer une route nouvelle pour répondre aux évolutions de la demande. Seront capables de relever ce grand défi ? Il faut l'espérer. ■



© vulcano • Shutterstock

Pistes pour concevoir l'offre touristique de demain

RÉMY OUDGHIRISociologue, directeur de
Sociovision (groupe Ifop)< remy.oudghiri@sociovision.fr >

Sortir de la crise économique risque d'être long pour le secteur du tourisme. Trois grandes périodes semblent se dessiner : une phase de recentrage au cours de laquelle les touristes vont voyager près de chez eux ; une phase de rattrapage au cours de laquelle les voyageurs frustrés tenteront de compenser le temps perdu ; une phase de rééquilibrage qui marquera l'entrée dans un monde nouveau. L'analyse des évolutions récentes permet de retenir plusieurs pistes concernant l'offre touristique de demain : la famille, le local, le patrimoine, l'écologie, le bien-être...

L'année 2020 restera probablement dans les annales comme l'annus horribilis de l'histoire du tourisme. Il semble certain en tout cas qu'elle a mis un coup d'arrêt brutal à un mouvement qui paraissait irrésistible : l'expansion planétaire des pratiques touristiques. Jusqu'au printemps 2020, on n'avait jamais autant voyagé sur la planète, jamais autant visité de sites à travers le monde, jamais autant partagé de photos de ses voyages sur les réseaux sociaux. Mais l'irruption du Covid-19 a soudainement mis fin à cette belle histoire. Le tourisme, pilier de notre civilisation des loisirs, a été ébranlé dans son principe : le voyage d'agrément et le voyage d'affaires ont été soumis à des restrictions sans précédent.

Que sortira-t-il du choc économique et social à venir ? Une révolution culturelle peut-être. Une mutation du secteur sans aucun doute. Quels en seront les contours ? Si l'exercice prospectif est toujours un peu risqué, il reste néanmoins nécessaire. L'analyse des tendances récentes peut nous permettre d'esquisser un certain nombre de pistes. Ces pistes, qui dessinent un avenir en phase avec les évolutions de fond de notre société, sont autant d'occasions pour le secteur de rebondir.

DÉFIS. Pour commencer, il convient de rappeler que le secteur du tourisme a été bousculé ces dix dernières années par une série de défis qui l'ont contraint à réagir fortement. Car si le tourisme côté pile est une heureuse aventure marquée par la croissance et le succès populaire – on a ainsi enregistré, selon l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) 1,5 milliard d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale en 2019 – le tourisme côté face a été confronté à des défis qui l'ont obligé à se réinventer. Parmi ces défis, trois se distinguent dans la décennie qui vient de s'achever.

Le premier – et le plus évident, car le plus visible dans ses effets – est la transformation numérique à laquelle est soumis le secteur depuis une vingtaine d'années. Cette trans-

formation a permis l'émergence de nouveaux acteurs qui ont changé les règles du jeu touristique. La dématérialisation a imposé de nouvelles habitudes de réservation avec des plates-formes telles que Booking.com et de nouvelles façons de s'informer et de sélectionner ses voyages avec des sites tels que Tripadvisor.

La révolution dite "collaborative" est le second défi qui a marqué la décennie 2010-2019. Après la crise économique de 2008, l'essor d'Airbnb a permis à de simples particuliers de concurrencer directement l'hôtellerie traditionnelle. Il est possible de s'improviser hôtelier et de proposer des services d'autant plus compétitifs qu'ils ne sont pas soumis aux normes du secteur. Le public a suivi. En 2012, 9 % des Français déclaraient louer un appartement ou une maison de vacances via une plate-forme communautaire de location de logements entre particuliers. En 2019, ils étaient 29 %⁽¹⁾.

La crise écologique constitue le troisième défi qui bouscule le secteur. Le niveau de conscience écologique a beaucoup progressé depuis 2016. Réchauffement climatique, augmentation de la pollution, atteintes à la biodiversité, etc. : les alertes se sont multipliées à travers le monde. Les individus sont désormais affectés dans leur vie quotidienne. Dans ce contexte, le tourisme est montré du doigt comme un facteur d'aggravation. Car le voyage pollue. La multiplication du nombre des touristes contribue, dans certaines zones, à une dégradation de l'environnement. Et un sentiment nouveau a émergé au sein d'une partie de l'opinion occidentale : la honte de prendre l'avion.

Conséquence : avant même l'irruption du coronavirus dans nos sociétés, le secteur du tourisme était soumis à de fortes pressions. Ce pilier de la civilisation des loisirs semblait avoir perdu de sa superbe, malgré un développement mondial sans précédent. C'est que son succès spectaculaire possédait son revers. Dans certaines régions, là où il était traditionnellement synonyme de développement

(1) Source : SOCIOVISION, Observatoire France, vague 2019.

économique, de création d'emplois et d'animation locale, le tourisme s'était parfois transformé en facteur de congestion et d'embouteillage, en source de pollution, et avait contribué à faire fuir les habitants des centres-villes découragés par la hausse des prix immobiliers. Le surtourisme avait supplanté le tourisme, notamment en Europe.

C'est donc un secteur du tourisme déjà fragilisé dans ses fondamentaux que la crise du coronavirus percute de plein fouet.

PISTES. Comment le secteur du tourisme pourra-t-il rebondir une fois la crise sanitaire surmontée, sinon en répondant au plus près aux attentes de son public ? L'analyse attentive des évolutions récentes dans les modes de vie et de consommation permet de retenir plusieurs pistes. Il y en a sans doute d'autres, mais celles que nous avons retenues correspondent à de vrais mouvements de société.

Le tourisme familial. Les vacances sont souvent l'occasion d'un repli familial. Dans les années à venir, le tourisme familial va continuer à se développer, car il est rassurant. Dans le climat d'incertitude qui règne partout, il offre une source de sécurité et donne des repères stables à ceux qui le pratiquent. La cible familiale sera d'autant plus stratégique que le visage des familles a beaucoup changé : aux familles "traditionnelles" s'ajoutent les familles recomposées, les familles monoparentales, etc. Une connaissance approfondie de leurs spécificités sera un passage obligé afin de les cibler avec les bons leviers.

Le tourisme local. C'est le grand gagnant des évolutions en cours depuis une dizaine d'années. La crise du coronavirus va sans doute lui donner un coup d'accélérateur. Le local séduit, car il constitue une réponse à la crise écologique. À quoi bon prendre l'avion et voyager à l'autre bout du monde quand de véritables petits bonheurs sont accessibles à proximité ? La redécouverte des plaisirs simples et l'envie de fuir des lieux envahis par des masses de touristes commençaient à titiller une partie de la clientèle. Celle-ci va sans doute grandir dans les années à venir. Les offres

C'est un secteur du tourisme déjà fragilisé dans ses fondamentaux que la crise du coronavirus percute de plein fouet.

locales ont de nombreuses cartes à jouer pour attirer un touriste en quête d'authenticité et de sécurité.

Le tourisme patrimonial. En période de crise, les repères sont bouleversés et le public cherche des signes de réassurance. Il se produit souvent un retour aux valeurs traditionnelles et un regain d'intérêt pour l'histoire et le patrimoine. Ce goût pour le patrimoine était déjà très fort avant la crise sanitaire. Nul doute qu'il continuera à s'affirmer dans le monde d'après. L'expansion du coronavirus a montré la fragilité de notre civilisation. Dans ce contexte, les gens auront envie de retrouver un lien avec ce qui a résisté à l'épreuve du temps : les monuments, les édifices religieux, les musées, etc. Un hommage qui prendra la forme d'un retour aux sources.

Le tourisme écoresponsable. Il émergeait avant la crise, il devient plus légitime désormais. Le défi : allier responsabilité et plaisir. Il est probable que l'écoresponsabilité devienne, au cours de la décennie 2020-2030, la norme du secteur. Autrement dit, les valeurs qui sont portées aujourd'hui par de petits acteurs vont s'étendre à l'ensemble de la profession. Il y a là une occasion historique de se hisser à la hauteur des exigences dictées par le changement climatique et de réinventer la mission du tourisme.

Le tourisme qui fait du bien. Certains pays ont forgé des labels dédiés, tel Wellness Destination, pour le désigner. C'est un tourisme régénérateur qui se développait déjà

avant la crise. Aujourd'hui, la santé écologique devient le cœur de celui-ci. L'alliance entre santé et environnement a progressé dans les esprits au cours du confinement. C'est un nouvel âge qui s'ouvre pour le tourisme de bien-être. Désormais, le triptyque santé/bien-être/écologie va s'imposer comme une attente forte chez les clients de ces offres.

Le tourisme "autonome". Le confinement a accouché d'un consommateur plus autonome. Ce dernier s'est formé au numérique, a fabriqué ses propres produits, a réfléchi à son mode de vie et à sa consommation. Cette tendance devrait favoriser un tourisme où les gens auront à cœur de faire des choses par eux-mêmes. Ils voudront séjourner dans des lieux ou des résidences où ils se sentiront en sécurité, mais où ils pourront également être relativement indépendants. Le camping sortira renforcé, le campeur étant la figure autonome par excellence : cultivant les valeurs de l'autarcie, il a l'impression d'être maître à bord.

Le tourisme numérique. Le confinement a entraîné une accélération des usages numériques. Nombreux sont ceux qui se sont habitués à consommer des offres 100 % digitales. Certains musées ont pu maintenir un lien avec leur public. S'il est difficile de croire que, à l'avenir, les touristes se contenteront d'offres virtuelles, il est probable que ces dernières constitueront un utile, et peut-être rentable, complément aux offres réelles. Il y a en tout cas une occasion de proposer de nouvelles expériences numériques aux nouveaux consommateurs en quête de nouvelles émotions. La réalité augmentée n'a pas dit son dernier mot.

SORTIE DE CRISE. Sortir de la crise sanitaire risque d'être long pour la plupart des secteurs économiques, et le secteur du tourisme sera vraisemblablement parmi les derniers à retrouver une stabilité durable. Trois grandes phases semblent se dessiner, que nous appelons les "3 R" : recentrage, rattrapage, rééquilibrage.

Une phase de recentrage. Dans un premier temps, les touristes voyageront à proximité de leur lieu de vie. Les interdictions ou les dif-

ficultés à franchir les frontières les inciteront à visiter leur région ou, au mieux, leur pays. Les tourisms local et national seront les premiers à redémarrer. Mais la prudence économique incitera soit à décaler ses vacances dans le temps (quitte à les annuler en 2020), soit à les prendre au sein de sa propre famille, pour réduire les dépenses. Les séjours à l'intérieur de sa propre famille seront d'autant plus appréciés qu'ils ont manqué à certains pendant le confinement, et qu'ils rassurent ceux qui craignent la promiscuité dans les hôtels.

Une phase de rattrapage. Quand les frontières seront à nouveau ouvertes et que les craintes auront été en partie dissipées, il y a fort à parier que nombreux seront les voyageurs frustrés qui tenteront de rattraper le temps perdu. L'envie d'évasion sera d'autant plus forte qu'elle aura été contrariée de longues semaines. L'envie d'exotisme et la soif de découverte restent de puissants leviers d'attraction auprès du public. Les espaces préservés seront sans doute mieux armés que les villes dans ce contexte de transition sanitaire. L'expérience du confinement a en effet réveillé chez certains un désir de se rapprocher de la nature. Les opérateurs devront plus que jamais mettre en valeur les richesses naturelles des régions dont ils font la promotion. Quant aux villes, la dimension patrimoniale sera leur grand atout. Dans toute période de crise, les gens aiment retrouver le contact avec la tradition.

Une phase de rééquilibrage. Viendra enfin, quand un équilibre sera de nouveau atteint, une phase de rééquilibrage et de retour à une certaine "normalisation".

FONDAMENTAUX. Préalablement, le secteur devra s'être renforcé sur trois plans fondamentaux : les interfaces numériques, le service et l'expérience plaisir.

Coup de fouet numérique. On pressentait l'avènement du numérique avant la crise sanitaire, celle-ci lui a donné ses lettres de noblesse. Le digital doit cependant monter en exigence et en créativité. En exigence pour garantir le maximum de fluidité dans le parcours touris-

tique à toutes les étapes de la chaîne. En créativité car, on l'a dit, ce sont des consommateurs experts qui sont sortis du confinement. Il faudra donc leur proposer des interfaces fiables et des services originaux. L'intelligence artificielle, encore peu concluante dans ses applications servicielles, devrait pouvoir se faire une place dans la décennie 2020-2030.

Petites attentions. Comment faire revenir les touristes le plus rapidement possible ? En se montrant attentif, compréhensif, à l'écoute. Ces valeurs sont au cœur de la tradition des métiers du secteur. Mais sont-elles toujours mis en pratique avec la vigueur qui s'impose ? Dans le contexte de contraintes nouvelles qui s'annoncent, l'empathie sera la meilleure alliée

du tourisme. Au sortir d'une période à bien des égards éprouvantes (la fameuse "distanciation sociale"), l'envie de retrouver des attitudes prévenantes, humaines, attentionnées, sera puissante.

Plaisir. Le plaisir est au cœur de l'aventure touristique depuis ses origines. On voyage pour s'évader, se changer les idées, se relaxer, découvrir d'autres paysages... bref, on voyage pour se faire plaisir. Mais la crise sanitaire a érigé la sécurité sanitaire en priorité. Concilier sécurité et hédonisme est le nouveau défi touristique qui émerge. La créativité aime la contrainte. La sécurité dans la société post-Covid en est une. Un monde plus sûr sera sans doute plus créatif. ■

© Monkey Business Images • Shutterstock



Espoirs et désillusions des sorties de crise DE LA NÉCESSITÉ D'ÊTRE PATIENT

YVES-MARIE EVANNO < ymevanno@gmail.com >

Historien, chargé de cours à l'Université catholique de l'Ouest - Bretagne-Sud

JOHAN VINCENT < johan.vincent@gmail.com >

Historien, UFR Esthua (université d'Angers),
chercheur associé au Temos (UMR 9016) et Eso (UMR 6590)

S'il est difficile de prédire à quoi ressemblera le tourisme post-Covid, l'étude des crises dans l'histoire proche permet de mesurer à quel point ces dernières ont été porteuses d'espoirs et de désillusions. Où il apparaît que la gestion des sorties de crise entraîne souvent un décalage entre les attentes de l'opinion et les mesures prises par les autorités. Les désillusions sont notamment dues à la trop grande impatience de celles et ceux qui espèrent une transformation rapide du secteur.

Au printemps 2020, dans un monde globalement confiné, l'avenir du tourisme a suscité de nombreuses interrogations. D'un côté, de fortes inquiétudes se sont exprimées ; la Confédération des acteurs du tourisme a notamment fait part de ses craintes d'un effondrement de l'activité à hauteur de 85 % entre avril et décembre 2020, dont les conséquences pourraient être fatales à une grande partie des professionnels de ce secteur. D'un autre côté, la crise suscite l'espoir de voir émerger de nouvelles pratiques touristiques, transformant totalement le secteur professionnel et les usages.

Dans la "Préface aux Français" de son ouvrage *La Révolte des masses*, José Ortega y Gasset s'amuse déjà, dans les années 1930, de la faculté des gens à prophétiser l'avenir selon l'idée que le moment présent serait dessiné à l'avance, ce qu'il juge par ailleurs normal⁽¹⁾. L'auteur espagnol ne rejette pas pour autant l'étude du passé. Au contraire, il concède que la compréhension de ce dernier est importante pour mieux appréhender le présent et donc pouvoir porter des diagnostics sur les temps à venir.

Ainsi, s'il est présomptueux de prédire à quoi ressemblera le monde post-Covid, l'étude des crises touristiques dans l'histoire proche permet de mesurer à quel point ces dernières ont été porteuses d'espoirs et de désillusions. Nous nous limiterons, durant cette réflexion, aux seules crises touristiques liées aux guerres mondiales et aux événements de Mai 1968 qui, à l'image de la crise sanitaire engendrée par le Covid-19, reflètent un temps fort de réflexions nées d'un blocage ou d'une réorganisation totale et temporaire.

ATTENTES. Le confinement de la quasi-totalité de la population européenne est venu interrompre brusquement la fin de la saison hivernale et l'entame de la saison estivale, fragilisant immédiatement l'ensemble du secteur touristique. Cette coïncidence a eu pour effet de lancer rapidement un débat sur l'avenir du tourisme. Voyant en la crise sanitaire une occasion

de changer les modes de consommation, de nombreux observateurs ont critiqué ouvertement le modèle touristique actuel.

C'est le cas de Michel Urvoy qui, le 6 avril 2020, dans les colonnes d'*Ouest-France*, exprime son profond désir de voir notre société réfléchir sur la nature du tourisme de masse qui, selon lui, "*provoque autant d'infinis désordres collectifs que de courts plaisirs individuels*"⁽²⁾. Christian Delom, secrétaire général de A World for Travel, va plus loin dans son analyse. Dans une lettre ouverte publiée le 6 avril 2020, il annonce que le tourisme n'est pas confronté à une crise mais bien à "*une révolution*"⁽³⁾. Enfin, sur les réseaux sociaux, de multiples commentaires confirment qu'une partie de la population émet l'espoir de voir le secteur s'orienter vers le tourisme de proximité, l'écotourisme et un tourisme respectueux des populations locales⁽⁴⁾.

Ces attentes n'ont bien évidemment pas été engendrées par la crise sanitaire. En effet, la perspective d'un tourisme responsable, contraire au tourisme de masse qualifié de pollueur et destructeur de l'écosystème, fait resurgir des débats sociaux qui ont émergé depuis quelques années, en particulier à propos de la honte de prendre l'avion (*flight shame*) et du surtourisme. La crise de 2020 constitue donc une véritable caisse de résonance des doléances d'une frange de l'opinion qui attend désormais que des plans d'investissement viennent instaurer une économie dont le "tourisme d'avant-crise" ne peut plus faire partie.

DÉSILLUSIONS. Ce n'est pas la première fois qu'une crise offre une tribune à ceux qui portent un regard critique sur l'évolution du tourisme. Ainsi, durant la Seconde Guerre mondiale, certaines voix ont exprimé le souhait que la situation permette la mise en place d'un tourisme qui respecterait les traditions ancestrales des territoires, à l'inverse de l'urbanisation uniforme des cités balnéaires qualifiées, à l'époque, de "*banlieues parisiennes*"⁽⁵⁾. D'autres, interprétant la défaite française comme le résultat de la déchéance d'une société dépravée, espéraient voir le tourisme se débar-

(1) JOSÉ ORTEGA Y GASSET, *La Révolte des masses*, Livre-Club du Labyrinthe, 1986 [1^{re} éd. française, 1937], p. 28. Remarque envers laquelle son commentateur Arnaud Imatz, en 1986, est plus critique.

(2) <https://www.ouest-france.fr/sante/virus/coronavirus/point-de-vue-comme-si-c-etait-la-premiere-pandemie-6801051>

(3) Lettre ouverte publiée le 6 avril 2020 : "Voyage : 'c'est une crise ? Non, c'est une révolution !'"

<https://www.lechotouristique.com/article/lettre-ouverte-tourisme-cest-une-crise-non-cest-une-revolution>

(4) Pablo MAILLÉ, "Le coronavirus va-t-il mettre fin au tourisme de masse ?", *Usbek & Rica*, 27 mars 2020.

<https://usbeketrica.com/article/le-coronavirus-va-t-il-mettre-fin-au-tourisme-de-masse>

(5) "Il faut sauvegarder le territoire de nos provinces", *L'Ouest-Éclair*, 28 janvier 1943.

rasser de l'obscénité des plages où, plus les années passaient, plus les corps se dénudaient pour bronzer.

Plus tard, à la suite des événements de Mai 1968, des voix se sont élevées contre le tourisme de masse alors en plein développement. La Gauche prolétarienne a notamment lancé une campagne "Pas de vacances pour les riches", plus spectaculaire que réellement efficace. Dans quelques hôtels de luxe, qualifiées de "*porcheries à rupins*", les militants ont déversé du fumier sur les tapis et du goudron dans la piscine. Ils ont également retourné un terrain de golf au motoculteur, incendiant des voitures de luxe et parachevant leur œuvre en peignant leurs slogans sur des yachts dans le Midi. Cette action se voulant porteuse de sens, ces militants ont rempli huit autocars d'enfants de travailleurs à qui ils ont offert un séjour à la mer⁽⁶⁾.

Pour chacune de ces crises, les espoirs de certains ont été rapidement déçus. La massification du tourisme, amorcée durant l'entre-deux-guerres, a continué de se développer après 1945 et après 1968. Les désillusions qui en ont découlé ont été d'autant plus sévères, comme en a fait l'amère expérience Pierre Étaix. Désireux d'aller admirer la nouvelle société qui serait en train d'émerger, le cinéaste décide en 1969 de suivre sa femme, Annie Fratellini, lors de la tournée estivale du Podium d'Europe n° 1. Ce qu'il voit alors le choque : la société de consommation est toujours présente et les estivants profitent de leurs vacances sans aucun changement. Il décide alors d'en faire un film documentaire, *Pays de cocagne*, qui sort sur les écrans en 1971. La critique n'y voit que du mépris pour les personnes qui sont interviewées. La carrière du cinéaste en ressort brisée, Pierre Étaix ne tournera plus jamais de longs métrages jusqu'à sa mort, en 2016.

Ces exemples, qui ne sont pas sans rappeler certaines attentes concernant le tourisme post-Covid, posent la question de savoir si les espoirs ne vont pas se transformer en nouvelles désillusions. Les premières mesures prises en France semblent apporter des premiers éléments

de réponses. En effet, à l'occasion du vote de la loi d'urgence sanitaire durant le week-end des 21 et 22 mars 2020, 45 députés ont tenté, en vain, de fonder le plan de relance économique post-Covid sur la transition écologique. Les réactions désabusées se sont immédiatement multipliées. L'une d'elles, particulièrement significative, est émise par Les Amis de la Terre. Dans un communiqué, l'ONG regrette que le vote "*semble acter qu'il n'y aura pas de tournant dans la politique économique, sociale et climatique du Gouvernement après la crise sanitaire du coronavirus*", craignant que la "*priorité donnée au soutien de l'ensemble des activités, y compris les plus polluantes, risque même de provoquer un rebond des émissions de gaz à effet de serre, une fois la récession derrière nous*"⁽⁷⁾.

RELANCE ÉCONOMIQUE. Dans la mesure où la mise en place du confinement a très vite laissé augurer une crise économique majeure, le vote du Parlement ne doit pourtant pas surprendre. En effet, l'étude de la gestion des crises précédentes montre que les dirigeants optent régulièrement pour des plans de relance dont les effets sont attendus à court terme plutôt que pour des plans d'investissement dont les bienfaits ne seront mesurables qu'à moyen terme.

En analysant plus finement ces projets, on s'aperçoit également que le tourisme a souvent, comme c'est le cas actuellement, été l'un des éléments centraux de ces plans de relance. Considéré comme l'un des fleurons de l'économie française, le tourisme est l'un des rares secteurs à être capable de réinjecter rapidement de l'argent dans les circuits économiques et de capter des devises étrangères, équilibrant les budgets nationaux et reconstituant les stocks pour les réserves centrales.

Les deux conflits mondiaux, qui ont rendu les finances publiques exsangues, ont parfaitement mis en évidence cette importance du tourisme dans l'optique de la sortie de crise. Ainsi, les gouvernements successifs de l'époque ont systématiquement cherché, bien avant la fin des hostilités, à poser les bases du tourisme

(6) Jean-Pierre Le Goff, *Mai 68, l'héritage impossible*, La Découverte, 2006

[^{1re} éd. 1998], p. 180.

(7) Communiqué du 20 mars 2020 : "Crise du coronavirus : sortir du déni. Et tout reconstruire".

<https://www.amisdelaterre.org/crise-du-coronavirus-sortir-du-deni-et-tout-reconstruire>

de l'après-guerre. Dès 1915, moins d'un an après le déclenchement de la Grande Guerre, le ministère des Travaux publics a commandé une étude du modèle touristique américain dont les conclusions sont allées bien plus loin que la demande initiale. Selon son rapporteur, Pierre Chabert, entre 600 000 et 700 000 voyageurs se rendraient en Europe à l'issue du conflit pour visiter les champs de bataille et, sans nul doute, ces voyageurs rentabiliseraient leur présence en France en se livrant à du tourisme plus traditionnel⁽⁸⁾. À cette prévision – qui se révélera bien trop optimiste – s'ajoutait la clientèle habituelle qui, sans nul doute, reprendrait ses habitudes dès la fin des combats. Conscient que ces flux touristiques allaient bénéficier à la relance de l'économie, le ministère des Travaux publics, par l'intermédiaire de l'Office national du tourisme, encourageait les collectivités publiques à réinvestir massivement dans les infrastructures touristiques dès le printemps 1917, alors même que les belligérants n'avaient aucune idée de la date de fin du conflit.

De la même manière, vingt ans plus tard, le régime de Vichy a rapidement réorganisé le secteur touristique, provoquant l'incompréhension d'une partie de l'opinion jugeant ces réflexions futiles et hors de propos. Le président du Comité consultatif du tourisme, Antoine Borel, expliquait alors sans détour, dans *L'Ouest-Éclair* du 7 janvier 1941, que cette restructuration répondait à la "*préoccupation*" du gouvernement de "*mettre en œuvre nos chances de redressement [...] dès la paix venue*". Un an plus tard sont également instaurés le Commissariat général au tourisme et les comités régionaux de tourisme. À la Libération, en dépit de quelques contestations politiques, le gouvernement provisoire de la République française a décidé de maintenir ces structures et les hommes à leur tête, afin de ne pas se priver de l'expérience accumulée et de ne pas perdre de temps. Dès l'hiver 1944-1945, les conseils municipaux des communes du littoral ont ainsi été invités à inscrire à leur budget des actions en faveur

L'étude de la gestion des crises précédentes montre que les dirigeants optent régulièrement pour des plans de relance dont les effets sont attendus à court terme plutôt que pour des plans d'investissement dont les bienfaits ne seront mesurables qu'à moyen terme.

des infrastructures touristiques, alors même que le territoire n'était pas encore totalement libéré.

Ce travail préalable a permis au tourisme de devenir une des pierres angulaires de la relance économique de l'après-guerre. Bien plus rapide à relancer que des usines détruites ou désorganisées, le tourisme a contribué au relèvement économique du pays avec l'aide des administrations et des collectivités qui ont d'ailleurs su innover. À partir de 1920, la Banque de France a ainsi proposé le chèque de voyage, qui permettait aux étrangers d'échanger leurs devises avant leur voyage en toute sécurité et qui fonctionnait comme un chèque avec paiement à vue. Un quart de siècle plus tard, d'importants crédits ont été libérés en faveur de la relance du tourisme afin de reconstruire en priorité les hôtels et les transports détruits par les bombardements, de déminer les plages les plus prisées du pays, de mettre à jour la documentation et de prendre en compte les législations nouvelles concernant les passeports et les visas⁽⁹⁾. Toujours avec le souci de relancer la consommation, le gou-

(8) Gilles DELLA-VEDOVA, "Du nouveau à l'Ouest. Exportation et acclimatation du système touristique nord-américain en France au lendemain de la Première Guerre mondiale", dans Yves-Marie EVANNO et Johan VINCENT (dir.), *Tourisme et Grande Guerre. Voyage(s) sur un front historique méconnu (1914-2019)*, Codex, 2019.
(9) Jean GINIER, *Les Touristes étrangers en France pendant l'été*, Génin, 1969.

vernement a décidé, en septembre 1946, d'annuler des restrictions de prix et de quantité pour les restaurants. Cette mise en abyme du tourisme n'était pas spécifique à la France. À la même époque, en février 1945 précisément, le Royaume-Uni a entrepris une campagne publicitaire dans le *Times* sur le thème "Venez en Grande-Bretagne".

Cela étant, les choix faits par les gouvernements restaient contestés par une large partie de l'opinion. En effet, alors que la France maintenait le rationnement, elle allégeait les restrictions dans la restauration ; tandis que des milliers de familles attendaient d'être relogées, les hôtels étaient reconstruits en priorité... Dès lors, les dépenses consacrées à la relève du tourisme demeuraient bien souvent incomprises, ce qui a obligé le commissaire au tourisme à se justifier en expliquant que le secteur rapporterait près de dix fois plus à l'État que les exportations de la métallurgie, secteur "*considérée comme le pilier de l'économie nationale*". Le 2 février 1946, à l'issue de l'une des interventions du commissaire, *Ouest-France* affirmait que le tourisme serait la "*nouvelle mamelle de la France*". Particulièrement élogieux, l'article s'inscrivait dans une démarche pédagogique plus large, nécessaire, afin d'expliquer les mesures à la population et, à défaut d'obtenir son approbation, de limiter les crispations.



L'étude des sorties de crise passées montre que la gestion de ces dernières entraîne un inévitable décalage entre certaines attentes de l'opinion et les mesures pragmatiques prises par les autorités – des mesures qui viennent parfois briser les espoirs des uns, au grand soulagement des autres. Bien souvent, il apparaît que ces désillusions sont dues à l'incompréhension des mesures ou aux trop grandes impatiences de celles et ceux qui espèrent une transformation du secteur touristique.

En effet, si les changements ne sont pas immédiatement visibles, cela ne signifie pas pour autant que toutes les revendications finissent par tomber dans l'oubli. Ainsi, les réflexions qui ont émergé dans les années 1960

n'ont pas été vaines, loin de là⁽¹⁰⁾. Lors de la décennie suivante, la culture a progressivement investi les lieux de vacances dans une politique active de création, et non plus comme seul spectacle, afin de ne plus "bronzer idiot". Quant aux arrière-pays, ils ont essayé de profiter de la dynamique ludique des littoraux en réhabilitant et promouvant le patrimoine vernaculaire.

En réalité, la crise constitue souvent un accélérateur des changements en cours. La crise de 1929, dont le spectre est incessamment réactivé depuis le début de la crise sanitaire actuelle, le montre parfaitement. En mettant en difficulté l'hôtellerie de luxe alors privée des rentiers qui faisaient vivre la saison d'hiver, les professionnels de la Côte d'Azur ont été contraints de s'adapter à la demande d'une clientèle plus populaire⁽¹¹⁾. Les exemples ne manquent pas, laissant penser que les changements ne sont possibles qu'à partir du moment où la demande ou, plutôt, la raréfaction de la demande habituelle, oblige l'offre à s'adapter.

À cet égard, les crises qui agissent comme des caisses de résonance des attentes sociales sont celles qui permettent le mieux d'anticiper l'évolution de la demande. Ainsi, les attentes actuelles pourraient laisser augurer ce à quoi ressemblera le tourisme de demain. Mais, malgré leur présentation universaliste, les dimensions politiques qui émergent durant ces crises ne sont pas toujours partagées. L'appréhension de cette dimension est complexe, rejoignant en cela l'hypothèse de Karl Polanyi qui voudrait que "*les classes aisées jouissent de la liberté que leur donnent des loisirs en sécurité ; elles sont naturellement moins pressées d'étendre la liberté dans la société que les classes qui, par manque de revenus, doivent se contenter d'un minimum de liberté*"⁽¹²⁾. Les réflexions actuelles sur le tourisme⁽¹³⁾, ainsi que celles issues du grand débat national de 2019 et du rapport "Tourisme pour tous" réalisé en février 2020 par la députée Pascale Fontenel-Personne pour "*ériger les vacances comme un droit pour tous*"⁽¹⁴⁾, se heurteront-elles à cette perspective ?

(10) Johan VINCENT, *Loin des pavés, la plage. Tourisme et Mai 68*, LuluPress, 2019.

(11) Johan VINCENT, "Comment les crises économiques modifient-elles le tourisme ? Exemples historiques dans les stations balnéaires françaises, de la fin du XIX^e siècle au milieu du XX^e siècle", *Mondes du tourisme*, n° 1, 2010. <https://journals.openedition.org/tourisme/323>

(12) Karl POLANYI, *La Grande Transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, coll. "NRF", Gallimard, 1983 [1^{re} éd. états-unienne, 1944], p. 326.

(13) Johan VINCENT, *Here comes the sun. Tourisme et mouvement des Gilets jaunes*, LuluPress, 2019.

(14) Présentation des résultats de la mission Tourisme sur le site personnel de la députée. <https://www.pascalefontenel-personne.fr/actualites/article/s/mission-tourisme>

RÉPONSES POLITIQUES AU COVID-19

En Suisse, pas de transition écologique en perspective

CHRISTOPHE CLIVAZ <christophe.clivaz@unil.ch>

Professeur associé, université de Lausanne,
Institut de géographie et durabilité

TRISTAN LOLOUM <tristan.loloum@unil.ch>

Enseignant-chercheur, université de Lausanne,
Institut de géographie et durabilité

En Suisse, les politiques menées pour soutenir le secteur pendant et au sortir de la crise actuelle ne mentionnent pas la possibilité de réorienter le tourisme vers davantage de prise en compte des conséquences écologiques et sociales du tourisme. Néanmoins, on peut avancer l'hypothèse que plus la crise sera longue, plus la remise en cause du système tel qu'il a fonctionné jusqu'ici devrait monter en puissance.

Le tourisme est l'un des secteurs économiques les plus touchés par la crise liée à la pandémie du Covid-19. Au 20 avril 2020, tous les pays du monde étaient soumis à des restrictions de voyage, ce qui n'était jamais arrivé jusqu'ici⁽¹⁾. En conséquence, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) estime qu'en 2020 le tourisme international pourrait connaître une baisse de 58 à 78 % par rapport à 2019, régression sans précédent depuis le début des relevés en 1950⁽²⁾. Cette prévision s'explique notamment par le fait que le tourisme a été l'un des derniers secteurs économiques à pouvoir reprendre une activité, car il est par définition lié au déplacement des personnes, principal vecteur de transmission du virus.

Chaque pays étant spécifique au niveau du marché touristique, nous nous intéressons ici au cas suisse, qui se caractérise par une forte dépendance au tourisme international, avec 55 % des nuitées d'origine étrangère⁽³⁾ contre 36 % en France⁽⁴⁾. Au vu des nombreuses incertitudes concernant l'évolution de la pandémie et des restrictions qui lui sont liées au moment où nous rédigeons ce texte, nous renonçons à un exercice de prospective cherchant à savoir si la crise actuelle va ou non modifier en profondeur et sur la durée le tourisme suisse, que ce soit du côté de l'offre ou de la demande.

APPROCHE. Nous préférons une approche plus modeste mais soumise à moins de conjectures, à savoir l'analyse des mesures de soutien à la branche touristique que le gouvernement suisse a prises ou envisage de prendre. Une analyse de ces réponses gouvernementales permettra de voir dans quelle mesure les responsables politiques et touristiques cherchent avant tout à faciliter un retour au *business as usual* le plus rapide possible, ou si cette crise peut être l'occasion de renforcer des objectifs écologiques et sociaux visant un tourisme bas carbone, plus respectueux de l'environnement et accessible à toutes les couches de la population.

Auparavant, afin de mettre en perspective le cas suisse, nous donnerons des chiffres sur l'importance socio-économique du tourisme dans l'économie nationale ainsi que les premières estimations du recul attendu des activités touristiques suite à la pandémie.

Cet article a été rédigé à la mi-mai 2020 et n'a donc pas pu tenir compte des décisions et actions prises après cette date. Soulignons aussi que le premier auteur est, parallèlement à son activité d'enseignant-chercheur, élu au Conseil national (chambre basse du Parlement suisse) et qu'il est ainsi aux premières loges pour observer les décisions prises par le gouvernement et le Parlement helvétiques ainsi que les prises de position des différents partis politiques et groupes d'intérêts touristiques.

BERCEAU DU TOURISME ALPIN. En Suisse, le tourisme représente 44,7 milliards de francs suisses de recettes touristiques, soit un peu moins de 3 % du PIB national, et 175 000 emplois en équivalent temps plein, soit un peu plus de 3 % de l'emploi du pays⁽⁵⁾. Son importance est cependant très variable d'un canton à l'autre, avec notamment une part au PIB et à l'emploi beaucoup plus importante dans les cantons touristiques de montagne tels que les Grisons ou le Valais, sans parler de certaines vallées où le tourisme constitue de loin la principale activité économique. Si l'on s'intéresse à la provenance de la clientèle mesurée à partir des nuitées hôtelières (38,8 millions en 2018), on constate que 45 % est d'origine domestique et 55 % d'origine étrangère. Les touristes étrangers viennent notamment d'Allemagne (3,9 millions), des États-Unis (2,3 millions) et du Royaume-Uni (1,7 million).

Dans un pays considéré comme le berceau du tourisme alpin, il faut noter que la balance touristique est négative depuis quelques années : les Suisses dépensent davantage à l'étranger pour leurs activités touristiques que ce que les étrangers dépensent en Suisse dans le même but (17,9 contre 16,6 milliards de francs suisses). Les Suisses ont en effet un taux de départ en vacances très élevé : 90 % de la population résidente ont entrepris en 2017 au moins

(1) OMT (ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME),

Covid -19 Related Travel Restrictions. A Global Review for Tourism, second report as of 28 April 2020, 2020, p. 2.

(2) OMT, *UNWTO World Tourism Barometer May 2020. Special focus on the Impact of COVID-19*, mai 2020.

(3) FST (Fédération suisse du tourisme), *Le Tourisme suisse en chiffres 2018*, 2019.

https://www.stv-fst.ch/sites/default/files/2019-07/STIZ_2018_FR_Web.pdf

(4) DGE (Direction générale des entreprises), *Memento du tourisme 2018*, 2019.

(5) Sauf indication contraire, les chiffres de ce paragraphe et des deux suivants sont tirés de : FST (FÉDÉRATION SUISSE DU TOURISME), *Le tourisme suisse en chiffres 2018*, 2019.

un voyage avec au minimum une nuitée hors du domicile. Sur les 24,9 millions de voyages recensés avec nuitées, 8,2 millions concernent le tourisme domestique. 40 % de la totalité des voyages avaient pour destination des pays frontaliers : la France (13 %), l'Italie (12 %) et l'Allemagne (11 %).

Le 23 avril 2020, le secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération annonce un repli attendu du PIB de 6,7 % pour 2020, à la suite des mesures sanitaires introduites pour endiguer la pandémie du Covid-19, soit le plus fort recul depuis la crise pétrolière des années 1970⁽⁶⁾. Au niveau du secteur touristique, la situation s'annonce encore plus difficile. Une enquête publiée par l'Institut de tourisme de la HES-SO fin avril⁽⁷⁾ dresse un constat accablant, avec une perte attendue du chiffre d'affaires de près de 8,7 milliards de francs suisses entre mars et juin et près de 30 000 emplois menacés. Elle relève également des taux d'occupation hôtelière historiquement bas (autour de 8 % en avril) et évoque un risque de faillite estimé à 28 % pour les entreprises du secteur de la restauration et à 24 % pour celles de l'hôtellerie. Les cantons de Genève, de Vaud et du Tessin figurent parmi les plus impactés économiquement, sans doute parce qu'ils ont été les plus touchés par la pandémie, mais aussi parce qu'il s'agit de cantons fortement dépendants du tourisme d'affaires et de congrès.

RÉPONSES POLITIQUES. L'Association internationale des experts et scientifiques du tourisme (Aiest) est l'une des premières organisations à avoir dressé un panorama pays par pays des réponses politiques apportées à la crise du Covid-19 dans le secteur du tourisme. Le rapport⁽⁸⁾, qui se limite aux mesures en faveur des entreprises, souligne cinq types de mesures gouvernementales : les reports ou exonérations d'impôts et de charges sociales ; l'accès à des crédits d'urgence (par un cautionnement d'État, notamment) ; les reports de paiement (des crédits en particulier) ; le chômage partiel ; et enfin les aides d'urgence à fonds perdu pour certains secteurs.

Le rapport de l'OCDE du 15 avril⁽⁹⁾ élargit

Une enquête publiée par l'Institut de tourisme de la HES-SO fin avril évoque un risque de faillite estimé à 28 % pour les entreprises suisses du secteur de la restauration et à 24 % pour celles de l'hôtellerie.

le spectre des réactions gouvernementales en distinguant trois grandes catégories de réponses politiques à destination du tourisme : des mesures de protection des personnes (par exemple, le rapatriement ou le remboursement des touristes, le soutien aux travailleurs) ; des actions de soutien aux entreprises (en particulier les TPE et PME, à travers des allègements fiscaux ou des crédits d'urgence par exemple) ; enfin, des mécanismes de coordination (par exemple, la mise en place de comités de crise ou de mesures pour la production et la mise à disposition de données) et de relance (des actions de communication, notamment).

Le choix des réponses politiques pour contrer les effets de la crise sur l'industrie touristique dépend évidemment de nombreux facteurs liés à l'ampleur de la crise sanitaire et économique et aux spécificités des contextes institutionnels et touristiques. Mais il tient aussi à des orientations politiques et à des visions de la société qui prédominent au sein des gouvernements et des parlements, et qui déterminent les logiques d'intervention publique dans l'industrie touristique⁽¹⁰⁾. Qu'en est-il en Suisse, où prédomine une vision libérale du système économique ?

(6) <https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/konjunkturprognosen.html>

(7) HES-SO (HAUTE ÉCOLE SPÉCIALISÉE DE SUISSE OCCIDENTALE), *Le Tourisme suisse continue à perdre des milliards à la suite de la crise du Covid-19*, 2020.

(8) AIEST (ASSOCIATION OF SCIENTIFIC EXPERTS IN TOURISM), *The Response of Governments vis-à-vis the Economic Ramifications of SARS-Cov-2*, 2020.

(9) OCDE (ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES), *Tackling Coronavirus (COVID-19): Tourism Policy Responses*, 2020.

(10) CRAIG WEBSTER et Stanislav IVANOV, "Political ideologies as shapers of future tourism development", *Journal of Tourism Futures*, vol. 2, n° 2, 2016.

MESURES VISANT À SOUTENIR L'ÉCONOMIE

SUISSE. Le Conseil fédéral a très vite annoncé, en mars 2020, une série de mesures visant à soutenir l'économie suisse dans son ensemble, à savoir :

- des crédits-relais (40 milliards de francs suisses) accordés par les banques commerciales et cautionnés par l'État, jusqu'à un montant de 500 000 CHF, à taux zéro jusqu'à fin 2020 et remboursables sur les 5 prochaines années ;
- l'accès au chômage partiel (6 milliards de francs suisses) pour les salariés, leur permettant de toucher 80 % de leur salaire pendant la période où ils n'ont pas pu travailler ;
- le versement d'allocations pour pertes de gains aux travailleurs indépendants et aux chefs d'entreprise salariés (5,3 milliards de francs suisses).

Pour soutenir spécifiquement le tourisme, le Conseil fédéral a aussi renoncé au remboursement du reliquat du prêt supplémentaire accordé à la Société suisse de crédit hôtelier (5,5 millions de francs suisses), montant qui pourra ainsi être mis à disposition des établissements d'hébergement. Il a de plus, dans le cadre de la politique régionale où 60 % des projets relèvent du domaine du tourisme, autorisé le report du paiement des prêts accordés, en vue notamment d'aider à court terme le secteur des remontées mécaniques où les amortissements échoient souvent après la saison hivernale.

Concernant le secteur aérien, le gouvernement a accordé fin avril 2020 1,875 milliard de francs suisses sous forme de garanties financières pour soutenir les compagnies Swiss (propriété de Lufthansa) et Edelweiss. Ces garanties sont soumises à certaines conditions : le maintien de lignes internationales directes depuis les aéroports suisses et la garantie que les prêts accordés servent à financer des activités en Suisse. Aucune condition n'a été exigée en matière environnementale.

L'ensemble de ces mesures de soutien proposées par le Conseil fédéral ont été discutées, validées et complétées par le Parlement lors d'une session extraordinaire qui s'est tenue début mai 2020. Concernant le tourisme, le Parlement a notamment accordé 40 millions

de francs suisses supplémentaires à Suisse Tourisme (agence nationale chargée de la promotion du tourisme helvétique). Ce montant est destiné à financer une campagne de marketing pour les années 2020-2022 afin de stimuler la demande et de promouvoir l'offre touristique des différentes régions de Suisse. Il a également demandé qu'un soutien, sous une forme encore à discuter, soit apporté au secteur des transports publics dont la fréquentation a fortement chuté. Enfin, il a adopté une motion pour la suspension temporaire (jusqu'au 30 septembre) des poursuites contre les agences de voyages et les voyagistes ne remboursant pas un voyage annulé à cause de la crise du coronavirus. Même si les sommes versées restent dues, ce répit offert au secteur doit permettre d'éviter une vague de faillites.

D'autres mesures sont en cours de discussion au moment où nous écrivons ces lignes, par exemple une aide étatique concernant le paiement des loyers commerciaux pour les entreprises qui ont dû cesser ou réduire leur activité. La question de la transformation possible (d'une partie) des crédits-relais en aides à fonds perdus est aussi sur la table étant donné la forte probabilité que certaines entreprises, notamment dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, n'aient pas la capacité financière de rembourser les crédits-relais accordés. Enfin, plusieurs interventions parlementaires ont été déposées lors de la session extraordinaire du Parlement en mai, par exemple pour la distribution à la population de bons de 200 CHF à faire valoir auprès des prestataires touristiques suisses, la défiscalisation des revenus consacrés à des séjours touristiques en Suisse ou la gratuité des transports publics et du transport des bagages pour les personnes séjournant au moins une nuit dans un hébergement marchand dans le pays.

La plupart des cantons ont aussi complété le système de soutien mis en place au niveau fédéral. Bâle-Ville a ainsi accepté de payer un tiers des loyers commerciaux, les deux tiers restants étant pris en charge par les locataires et les bailleurs. Le Valais a quant à lui débloqué des

fonds pour compléter le montant accordé par la Confédération aux travailleurs indépendants tandis que le canton de Fribourg a réservé 12 millions de francs suisses pour les baux commerciaux et 5 millions pour alimenter son fonds d'équipement touristique.

LOBBY TOURISTIQUE. S'il n'est pas aussi puissant que ceux intervenant dans des secteurs comme la finance, la santé ou l'agriculture, le lobby suisse du tourisme agit efficacement au niveau du Parlement⁽¹¹⁾. Dès que les activités touristiques ont dû être stoppées à cause de la pandémie, l'Alliance du tourisme, qui regroupe les principaux acteurs de la branche, a exercé une forte pression auprès du Conseil fédéral et des parlementaires afin que l'État soutienne les entreprises du secteur touristique. Elle a ainsi écrit le 19 avril 2020 une lettre ouverte à la présidente de la Confédération, Simonetta Sommaruga, et a obtenu une semaine plus tard une rencontre (un dimanche) avec des membres du Conseil fédéral afin de faire entendre ses doléances. Elle a également écrit ce même mois aux parlementaires membres de la Commission de l'économie et des redevances afin de demander les trois mesures principales suivantes : l'octroi de *“crédits de transition sans intérêt”*, l'*“amortissement des crédits dans les cas de rigueur”* et des *“mesures de stimulation de la demande”*.

Ce lobbying a en partie porté ses fruits, en particulier en ce qui concerne les 40 millions accordés à Suisse Tourisme ainsi que l'ouverture des restaurants, moyennant le respect des mesures de distanciation sociale et d'hygiène, dès le 11 mai 2020, soit plus rapidement que prévu initialement. La branche n'a en revanche pas réussi à obtenir les 27 millions à fonds perdus qu'elle avait demandés pour venir en aide aux partenaires de Suisse Tourisme qui ne seraient plus à même, dans la situation économique actuelle, d'apporter leur part de cofinancement dans les campagnes de marketing menées conjointement. Elle souhaitait également obtenir une ouverture plus rapide de l'ensemble des prestations touristiques (remontées mécaniques, chemins de fer de montagne, navi-

S'il n'est pas aussi puissant que ceux intervenant dans des secteurs comme la finance, la santé ou l'agriculture, le lobby suisse du tourisme agit efficacement au niveau du Parlement.

gation, campings...). Elle a par ailleurs échoué à obtenir du Parlement qu'il prolonge le taux à 0 % des crédits-relais au-delà du 31 décembre 2020 et qu'il porte la période de remboursement de ces crédits de cinq à huit ans. De même, le Parlement n'a pas voulu que les chefs d'entreprise salariés reçoivent la même indemnisation pour le chômage partiel que les travailleurs indépendants dans le cadre du régime des allocations pour perte de gains, ce qui affecte particulièrement les petites entreprises du tourisme.

L'Alliance pour le tourisme ne relâche cependant pas la pression et continue de réclamer que les crédits-relais soient accordés sans intérêt pendant toute la durée requise et que leur remboursement puisse être annulé *“dans les cas de rigueur”*. Elle demande également un programme d'impulsion afin de stimuler la demande touristique en Suisse et à l'étranger.

Si l'on considère l'ensemble des demandes du lobby touristique, il n'est guère fait mention de la possibilité de profiter de la crise pour réorienter le tourisme vers davantage de prise en compte des conséquences écologiques et sociales du tourisme. Certes l'accent est mis dans un premier temps sur l'importance de convaincre les Suisses de passer cet été leurs vacances en Suisse, ce qui contribue à soutenir le tourisme local et à diminuer les émissions

(11) Brigitte Zaugg, *Lobbying im Schweizer Tourismus. Tourismuspolitik überprüft an den Grundsätzen der Neuen Politischen Ökonomie*, Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 45, 2004.

de gaz à effet de serre, mais cela résulte avant tout de l'impossibilité de démarcher les clientèles étrangères habituelles.

FRAGILITÉ DU SYSTÈME TOURISTIQUE. La crise actuelle révèle de façon brutale la grande fragilité du système touristique international et devrait conduire à une réflexion de fond pour le réorienter vers davantage de durabilité et de résilience, notamment en réduisant la dépendance au transport aérien et les surcapacités d'hébergement qui réduisent les marges de profit tout en affectant négativement l'environnement⁽¹²⁾. Plus généralement, la crise du Covid-19 nous oblige à remettre en question l'idéal de croissance économique défendu par bon nombre d'organisations internationales qui évaluent encore les bénéfices du tourisme à l'aune du nombre d'arrivées de touristes internationaux⁽¹³⁾, à relancer les ODD (objectifs du développement durable) de l'Agenda 2030 de l'ONU comme s'efforcent de le faire plusieurs organisations internationales⁽¹⁴⁾.

Le constat de notre impréparation face au désastre qu'a été la gestion de cette pandémie, pourtant annoncée par nombre d'experts depuis plusieurs années, devrait nous pousser à agir de façon plus déterminée contre le changement climatique dont les effets, déjà tangibles aujourd'hui, risquent de s'intensifier dans les années à venir et s'annoncent autrement plus dévastateurs pour l'économie touristique que la pandémie actuelle.

En Suisse, la question de la transition écologique reste la grande absente des programmes d'urgence mis en place, alors même que cette thématique a largement mobilisé l'agenda politique depuis le début de 2019 et s'est d'ailleurs traduite dans les urnes lors des élections nationales d'octobre 2019 par la forte progression des formations politiques vertes (Verts et Verts libéraux). Si l'idée d'une relance par la demande fait timidement son chemin (malgré une préférence idéologique traditionnellement tournée vers l'offre et le laisser-faire), la question d'une relance sous forme d'un *green deal*, avec des investissements tournés vers des infra-

structures touristiques plus durables, est encore loin d'être à l'agenda politique.

Du côté des acteurs de la branche touristique comme du côté des autorités suisses, l'analyse des réflexions menées et des mesures prises jusqu'ici dans le cas de la crise du Covid-19 indique ainsi clairement que l'objectif est de revenir dès que possible à la situation qui prévalait avant la crise. Rares sont les voix demandant d'accélérer la transition vers un tourisme bas carbone. Si les responsables politiques et touristiques se sont écartés quelque temps de la doxa libérale qui prévaut en Suisse en soutenant une intervention rapide et relativement forte de l'État dans l'économie afin de "sauver les meubles", ce n'est pas pour autant qu'ils remettent en cause une vision du développement fondée sur la croissance et le libre marché. Il est vrai qu'il est difficile d'imaginer un autre tourisme lorsque l'on est en situation de crise, d'autant plus que ce secteur faisait déjà face à une situation économiquement difficile avant la crise, en particulier dans les régions de montagne.



Néanmoins, si les lignes ne semblent pas avoir beaucoup bougé jusqu'ici, on peut avancer l'hypothèse que plus la crise sera longue, plus la remise en cause du système tel qu'il a fonctionné jusqu'ici devrait gagner en puissance. Si la crise perdure, et notamment si l'offre en trafic aérien diminue ou renchérit fortement, le tourisme intercontinental subira un coup d'arrêt au profit du tourisme de proximité. À l'opposé, plus vite les liaisons aériennes internationales seront rétablies et les mesures de protection sanitaire supprimées, plus vite un retour au *business as usual* s'annonce probable.

À l'heure où nous écrivons ces lignes, les incertitudes sont trop nombreuses pour qu'il soit possible d'oser un pronostic. Espérons néanmoins que la sortie de crise sera l'occasion d'une profonde remise en question et d'une refonte structurelle du tourisme d'avant, sans quoi le secteur peut s'attendre à devoir faire face à d'autres crises majeures dans les décennies à venir. ■

(12) Stefan GÖSSLING, Daniel SCOTT et Colin Michael HALL, "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19", *Journal of Sustainable Tourism*, 2020.

(13) Stefan GÖSSLING, Amata RING, Larry DWYER, Ann-Christin ANDERSSON et Colin Michael HALL, "Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 24, n° 4, 2016.

(14) — ATD (ACTEURS DU TOURISME DURABLE), *Manifeste pour un plan de transformation du tourisme*, 28 avril 2020.

— I4CE (INSTITUTE FOR CLIMATE ECONOMICS), *Investir en faveur du climat contribuera à la sortie de crise*, avril 2020.

— CCC (CONVENTION CITOYENNE POUR LE CLIMAT), *Contribution de la convention citoyenne pour le climat au plan de sortie de crise*, 10 avril 2020.

— SUNIX (STRONG UNIVERSAL NETWORK), *Climate Friendly Travel. Ambition Report*, 2019.

Les nuits urbaines à l'épreuve du Covid-19

LUC GWIAZDZINSKI

Géographe, université Grenoble-Alpes

< lucmarcg@gmail.com >

La nuit est aujourd'hui un secteur économique à part entière, qui se développe et tente de se structurer. Si la crise du Covid-19 soumet ce secteur à très rude épreuve, elle met aussi en lumière les dimensions sociales de la nuit, le besoin de rencontre et l'importance de toutes les activités publiques et privées qui animent la vie de nos cités. Les acteurs de la nuit ont quant à eux pris conscience de la nécessité d'aller vers davantage d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale.

(1) UMIH, "Tribune : 'la nuit doit revoir le jour', l'appel de l'UMIH", 12 mai 2020.

(2) Paul CLAVAL, *La Logique des villes. Essai*

d'urbanologie, Litec, 1981.

(3) Luc GWIAZDZINSKI, *La Nuit, dernière frontière de la ville*, L'Aube, 2005.

(4) Christophe GUIBERT,

"Festival Hellfest de Clisson.

Les retombées économiques de la musique metal plus fortes que sa stigmatisation", *Espaces tourisme & loisirs*, n° 309, décembre 2012.

(5) Voir notre proposition

dans : Bernard AGHINA et Luc GWIAZDZINSKI, "Les territoires de l'ombre", *Aménagement et nature*, 133, juin 1999.

(6) Emanuele GIORDANO, Jordi NOFRE MATEU et Dominique CROZAT, "La touristification de la vie nocturne : une nouvelle frontière pour la recherche sur la nuit urbaine", *Cybergeog*, 15 octobre 2018.

(7) Luc GWIAZDZINSKI, "Pour une mise en tourisme des nuits urbaines", dans *Nuit urbaine et tourisme*, "Cahier Espaces", n° 103, ETE, nov. 2009.

(8) Luc GWIAZDZINSKI, "Paris augmenté. Le tourisme nocturne moteur et laboratoire métropolitain", Maria GRAVARI-BARBAS et Édith FAGNONI (dir.), *Tourisme et métropolisation, une entrée parisienne*, coll.

"Mappemonde", Belin, 2013

(9) MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU

La pandémie du Covid-19 met les nuits urbaines à l'épreuve. Il suffisait pendant le confinement d'arpenner les rues de nos villes, vides, sombres et silencieuses, pour mesurer l'ampleur du sinistre. Très touchée, la nuit apparaît pourtant comme la grande oubliée du déconfinement. En France, les professionnels ont noté que le gouvernement "avait fait de nombreuses annonces concernant les différents secteurs de l'économie sans mentionner le monde de la nuit qui représente pourtant 100 000 salariés et 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires⁽¹⁾." La crise a lourdement fragilisé ces acteurs économiques et culturels avec un risque pour la dynamique nocturne, pour le tourisme, mais aussi pour l'urbanité, c'est-à-dire pour nos capacités à vivre ensemble dans les villes.

En entraînant la fermeture des commerces, en limitant le droit de circuler et en mettant l'autre à distance, le Covid-19 a mis en danger l'économie, la culture et nos modes de vie. La situation de contrainte est paradoxale et contre-intuitive dans les villes, lieux denses d'habitation, de rassemblement et de "maximisation des interactions⁽²⁾" où elles sont désormais limitées. Elle l'est tout autant pour les acteurs de la nuit et de la fête dont le métier est d'organiser la rencontre et qui en sont empêchés, et pour la nuit elle-même où les distances et les barrières finissent généralement par tomber. Ce qui met les villes, les nuits, leurs acteurs et leurs habitants sous pression. L'avenir du tourisme et de nos villes dépend en partie des réponses que ces acteurs sauront développer nuitamment avec l'ensemble des parties prenantes.

SUJET DE SOCIÉTÉ. La nuit, dimension urbaine longtemps oubliée du fait de la colonisation progressive de la nuit par le jour⁽³⁾, est désormais un espace-temps central, un sujet de société qui a pris place dans les revues scientifiques, les journaux de vulgarisation ou de marketing comme dans la presse régionale.

La nuit en effet est devenue un secteur économique à part entière, qui se développe et tente de se structurer. En quelques années, elle s'est installée dans l'agenda des politiques

publiques, dans une double logique d'amélioration de la qualité de vie des habitants et de marketing territorial. L'animation nocturne est devenue un critère d'attractivité locale important et une ressource économique de poids⁽⁴⁾. Face aux pressions et aux tensions, les autorités tentent à la fois de conserver le contrôle de la nuit (réglementation des raves, couvre-feux, arrêtés municipaux limitant la circulation...) et de rendre les nuits urbaines plus accessibles et hospitalières avec de nombreuses initiatives (éclairages, événements festifs gratuits, transports, crèches...). Parallèlement, de Paris à Sydney en passant par Berlin, les études et les diagnostics sur la vie nocturne des métropoles se sont multipliés pour tenter de faire la lumière sur ce moment encore peu connu. Des états généraux ont eu lieu, des conseils de la nuit se sont mis en place dans des villes telles que Paris, Nantes ou Genève. Dans une cinquantaine de métropoles dans le monde, des maires de nuit⁽⁵⁾, aux statuts différents selon les cas, sont désormais chargés de ce domaine transversal.

Le tourisme nocturne a peu à peu pris sa place dans les politiques publiques. Depuis une dizaine d'années, on assiste à une "touristification de la vie nocturne⁽⁶⁾" et à une "mise en tourisme des nuits urbaines⁽⁷⁾." Mieux, le tourisme nocturne est devenu "moteur" et "laboratoire métropolitain⁽⁸⁾". Signe de cette évolution, en France, l'importance de la nuit pour le tourisme urbain a récemment été reconnue au niveau ministériel. Il y a peu, un pôle d'excellence a été créé pour fédérer les acteurs de la vie nocturne et les professionnels du tourisme. Son objectif : développer l'offre et en faire une promotion efficace auprès des clientèles touristiques étrangères, avec une feuille de route précise et "22 mesures pour faire de la vie nocturne un facteur d'attraction touristique à l'international⁽⁹⁾".

Parallèlement, un champ interdisciplinaire de recherche se structure peu à peu autour des études sur la nuit (*night studies*⁽¹⁰⁾) réunissant historiens, géographes, urbanistes, sociologues, économistes, anthropologues, ethnologues, philosophes, biologistes, spécialistes de la culture

et de la communication, politologues et architectes. Partout dans le monde, les colloques, séminaires, travaux de recherche, thèses et expositions se multiplient notamment autour de l'économie de la nuit (*night time economy*), avec des relais opérationnels et de nombreux forums internationaux⁽¹¹⁾. Cette recherche s'ouvre à d'autres continents et se spécialise peu à peu dans différents objets et thématiques : lumière, gouvernance, paysage, géographie, circulation des pratiques, pollution lumineuse, monographies urbaines, culture, médias, représentation, innovation urbaine, économie de la nuit, marketing territorial et tourisme nocturne.

CONFINEMENT. La pandémie du Covid-19 a porté un coup à la dynamique de la nuit et à celle du tourisme nocturne. Le confinement dans l'espace et dans le temps ne favorise évidemment pas ces activités. La crise a particulièrement impacté l'économie de la nuit et ses différents acteurs publics ou privés. En France, les premières mesures de fermeture annoncées ont touché le secteur des débits de boissons (bars, cafés, clubs, etc.), soit 45 000 établissements, ainsi que les 170 000 restaurants et 1 800 festivals qui contribuent largement à la dynamique territoriale, au tourisme et à l'animation nocturne. Les cinémas, les théâtres ont été fermés, les spectacles et les festivals ont été annulés. Toutes les scènes musicales et culturelles ont été impactées.

Même chose dans la plupart des pays. À l'échelle internationale et nationale, les restrictions de circulation ont interdit l'arrivée des touristes. Localement et comme toujours, les premières libertés supprimées en cas de crise ont été celles de circuler la nuit. En France, dès le 25 mars, en plus des mesures nationales de confinement, 112 villes (soit plus de 2 millions de Français) ont été soumises à un couvre-feu nocturne. Dans les Alpes-Maritimes, la préfecture a pris un arrêté pour l'imposer de 22 heures à 5 heures du matin dans toutes les communes du littoral et dans les villes de plus de 10 000 habitants. L'idée était de stopper net la propagation du Covid-19 en interdisant les sorties superflues : la nuit a donc été soumise à

la raison du jour et son caractère singulier a été mis en avant. Une partie des acteurs potentiels de la vie nocturne étaient également absents pendant ce temps particulier du confinement, notamment les étudiants, souvent retournés dans leurs communes d'origine.

Pendant le confinement, l'activité nocturne dans la ville s'est donc limitée à quelques sites clandestins (des bars secrets dont les adresses ont circulé sous le manteau), aux soirées à l'intérieur des habitations (entre celles et ceux confinés ensemble) et aux échanges à distance d'un balcon à l'autre. À l'extérieur, les travailleurs du secteur hospitalier, parmi d'autres, ont poursuivi leurs activités nocturnes plus risquées et les sans domicile fixe se sont retrouvés bien seuls. Pour les confinés, des restaurants et des chefs étoilés ont proposé des livraisons et ventes à emporter. Pour la décoration des maisons, les sociétés spécialisées ont assuré les livraisons. Pour la fête, les applications de tchat et de visioconférence ont fait fureur. Pour l'animation, on a utilisé les applications gratuites pour jouer à distance, faire des quizz et autres *blind tests* musicaux. D'autres ont choisi de se lancer dans une Netflix Party ou une Disney+ Party. Pour un temps, la fête s'est installée à l'intérieur de nos maisons ou depuis les balcons reliés au monde.

Côté professionnels de la nuit, la fête a également migré sur les réseaux avec la multiplication des concerts (Saturday Night Containment, par exemple), mais aussi des fêtes et des apéros à distance (apéros numériques) pour lesquels la presse a multiplié les conseils⁽¹²⁾. On a retrouvé le cinéma en drive-in (cf. le Drive-in Festival, dont la tournée nationale a commencé aux Quinconces à Bordeaux, le 16 mai) et de nombreuses fêtes sur les parkings. De fait, le tourisme dans sa définition classique – "*activité d'une personne qui voyage pour son agrément, visite une région, un pays, un continent autre que le sien, pour satisfaire sa curiosité, son goût de l'aventure et de la découverte, son désir d'enrichir son expérience et sa culture*" – a disparu pendant le confinement. S'il s'agit d'appeler "tourisme" la consommation

DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL,
*Pôles d'excellence
touristique. 22 mesures pour
faire de la vie nocturne un
facteur d'attractivité
touristique à l'international*,
2015.

(10) – LUC GWIAZDZINSKI,
Marco MAGGIOLI et Will STRAW,
"Geographies of the night.
From geographical object to
night studies", *Bollettino
della Società Geografica
Italiana*, série 14, 1(2), 2018.
– LUC GWIAZDZINSKI, Marco
MAGGIOLI et Will STRAW (dir.),
*Night Studies. Regards
croisés sur les nouveaux
visages de la nuit*, Elya
Éditions, 2020.

(11) Cf. le "Tbilisi
International Night Time
Economy Forum", en
décembre 2018 à Tbilissi
(Géorgie) ou le "ANZ Night
Time Economy Forum", au
sous-titre très évocateur de
"Creating Vibrant Cities after
Dark", en juin 2019, à
Sydney (Australie).

(12)
https://www.lepoint.fr/societe/coronavirus-comment-reussir-son-apero-a-distance-23-03-2020-2368384_23.php

d'images d'ailleurs, les dialogues à distance avec des interlocuteurs lointains, la multiplication des visites virtuelles de musées et la fréquentation des concerts et fêtes en ligne, alors on peut faire l'hypothèse de l'affirmation d'une autre forme de tourisme (notamment nocturne), n'incluant plus nécessairement un déplacement géographique, soit une énième adaptation⁽¹³⁾ du concept, du secteur et des pratiques à un environnement en mutation. Si ce questionnement se posait déjà auparavant, le confinement l'a renforcé.

DÉCONFINEMENT. Pour la vie nocturne et pour le tourisme, l'avenir est incertain à l'issue de la période de confinement. Les restrictions d'ouverture des lieux rassemblant du public, les mesures de distanciation physique imposées aux établissements recevant du public, le redémarrage lent de la vie économique et de l'activité touristique ne permettent pas d'espérer un retour rapide de l'animation et des touristes dans les nuits urbaines. Les acteurs économiques et culturels de la nuit sont très inquiets, même si le gouvernement et les collectivités locales se sont mobilisés. De nombreux établissements n'ont pas les reins solides en termes de trésorerie. Les loyers continuent à tomber. Les clauses des assurances ne prévoient pas de remboursement et ce secteur rechigne à une plus grande solidarité.

Même si les mesures d'accompagnement techniques étaient étudiées avec les autorités locales, de nombreux établissements de nuit n'imaginaient pas ouvrir avec la distanciation physique divisant par deux ou trois le nombre potentiel de clients. Avec la non-réouverture annoncée des établissements de nuit pendant l'été, on peut craindre la pression sur les espaces publics en soirée, la difficulté à faire respecter les règles la nuit, le glissement possible vers des lieux privés, le développement de soirées sauvages, clandestines..., soit autant de risques de conflits, d'alcoolisation ou de violences en l'absence de l'encadrement habituel des professionnels de la prévention. Plus largement et en fonction de l'évolution du virus et de l'assouplissement des mesures sanitaires, on peut faire

l'hypothèse d'un recentrage de l'offre et de l'activité diurne et nocturne sur un tourisme local ou régional avec un développement d'activités spécifiques saisonnières⁽¹⁴⁾.

Pour le déconfinement et face au besoin de place, l'une des clés sera l'occupation de l'espace public – l'extérieur. Contraints par des règles de distanciation, les établissements ouverts (bars, restaurants...) vont voir leur surface divisée par deux, trois ou quatre, avec des problèmes de viabilité. Si les autorités se montrent plus souples, on pourrait par exemple imaginer des terrasses plus étendues et une large appropriation des places, des parcs, et de certaines rues rendues piétonnes. Des aménagements temporaires sont envisageables, s'intégrant dans un "chrono-urbanisme"⁽¹⁵⁾ à l'instar des pistes cyclables qui se déploient dans de nombreuses villes. Et en ce qui concerne ces dispositifs éphémères, les acteurs de la nuit ont une expérience et un savoir-faire valorisables. En termes d'usage, on peut faire l'hypothèse du retour d'une pratique localisée de la nuit, une sorte de nuit en circuit court sur le quartier, comme on nous invite déjà à le faire à la redécouverte de la France et de ses paysages avec des reportages tels que *Et si l'on faisait le tour du monde en France?*⁽¹⁶⁾ ou des ouvrages ciblés (*Nos 1 200 coups de cœur en France*⁽¹⁷⁾, par exemple). En matière d'urbanisme, le besoin d'espace peut permettre d'imaginer une désaturation des nuits urbaines, une déconcentration et une diffusion plus large dans la ville et vers les périphéries. Dans tous les cas, il faudra réinventer, expérimenter, et le faire avec toutes les parties prenantes : établissements, résidents, usagers.

OPPORTUNITÉ. Avant la crise sanitaire, des tensions s'exerçaient sur la nuit urbaine : d'un côté, des inquiétudes se faisaient jour face à l'encadrement trop strict de la nuit⁽¹⁸⁾ ; de l'autre, les excès en matière de nuisances sonores et de pollution lumineuse étaient pointés. Le confinement, quant à lui, a mis en lumière les dimensions sociales de la nuit, le besoin de rencontre et l'importance de toutes les activités publiques et privées qui animent la vie de nos cités. Face

(13) Florent CHOLAT,

Luc GWIAZDZINSKI, Céline TRITZ et John TUPPEN (dir.), *Tourisme(s) et adaptation(s)*, Elya Éditions, 2019.

(14) Luc GWIAZDZINSKI,

"Hyper-saisonnalité métropolitaine", dans Alain GUER et Hélène SUBREMON (dir.), *Saisons des villes*, Éditions Donner lieu, 2013.

(15) Luc GWIAZDZINSKI, Sylvain GRISOT et Benjamin PRADEL, "Pour se réinventer, les villes devraient prendre la clé des temps", *Libération*, 5 mai 2020.

(16)

<https://www.lefigaro.fr/voyages/et-si-l-on-faisait-le-tour-du-monde-en-france-20200502>

(17)

<https://www.routard.com/evénements-en-voyage/cid137501-nos-1200-coups-de-cœur-en-france.html>

(18) Will STRAW, "Nightlife is the soul of cities – and 'night mayors' are its keepers in this coronavirus pandemic", *The Conversation*, 26 mars 2020.

à la crise, chacun a pris conscience de l'importance de l'épicerie de nuit, du bar, du restaurant, des cinémas, des spectacles, des festivals et de toutes ces activités quotidiennes, ces rituels collectifs, que l'on pensait éternels. Chacun a bien noté leur intérêt et leur fragilité. Certains ont même regretté les nuisances sonores d'avant. Malgré l'inventivité du secteur, les fêtes, concerts et manifestations à distance ont montré leurs limites, pointant l'évidence : l'importance du corps, des sens, de l'éprouvé et de la rencontre pour la convivialité et la fête. Le virus a dessiné une nouvelle géographie urbaine, celle de *"l'archipel du confinement"*⁽¹⁹⁾. "Nouvel insulaire assigné à résidence, chacun a tenté de s'organiser depuis chez lui, tout en recherchant l'échange avec l'extérieur, grâce aux technologies de l'information. Entre les îles, les livreurs exposés ont assuré ce cabotage urbain. Cette prise de conscience collective est aussi une chance pour la dynamique des villes de demain.

Si, dans la langue française, la crise est *"un moment très difficile dans la vie de quelqu'un, d'un groupe, dans le déroulement d'une activité, etc."*⁽²⁰⁾, dans d'autres langues, elle est aussi l'ouverture d'un possible. En chinois le mot "crise" est composé de deux caractères : le premier signifie danger, le second une opportunité. Après avoir listé les risques, on peut donc s'inscrire dans une sorte d'opportunisme méthodologique ou d'aventure au sens de Jankélévitch⁽²¹⁾ : *"le surgissement de l'avenir"* (ce que l'on vit et ce que l'on espère). On peut repenser la nuit autrement en s'appuyant sur les recherches en cours⁽²²⁾ et sur les réflexions des différents milieux professionnels⁽²³⁾.

Les acteurs de la nuit sont désormais mobilisés : ils veulent aller vers davantage d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale⁽²⁴⁾. L'envie était déjà là. La crise lui a donné sens. Quel intérêt de faire venir un DJ de l'autre bout du monde pour une soirée⁽²⁵⁾ ? C'est le moment pour ces acteurs de renforcer les liens avec leur environnement et de contribuer à l'émergence d'écosystèmes, de clusters nocturnes, et de travailler dans les conseils de nuit

Quel intérêt de faire venir un DJ de l'autre bout du monde pour une soirée ?



quand ils existent. Les difficultés permettent d'imaginer des nuits réconciliées, des cohabitations plus soutenables et la recherche d'un subtil équilibre et d'une pensée "nuitale" : sans lumières, pas de nuit urbaine, mais trop de lumière tue la nuit. Pour le chercheur qui sait que la nuit a beaucoup de choses à dire au jour, les prochains mois seront riches. Pour les acteurs de la nuit et du tourisme sommés de s'adapter à une situation inédite, cette période sera difficile mais riche en expériences. Pour les pouvoirs publics, les politiques et leurs administrations, il faudra laisser place à l'expérimentation. Pour nous toutes et nous tous enfin, il faudra tenter d'être solidaires en prenant soin de nos nuits. De la réussite ou non du déconfinement de la nuit, des marges de manœuvre qui seront dégagées par les pouvoirs publics, des initiatives qui seront prises collectivement et avec les habitants dépendra aussi l'avenir de nos villes et de nos modes de vie. *"C'est la nuit qu'il est beau de croire en la lumière"* (Edmond Rostand). ■

(19) Luc GWIAZDZINSKI, *Petite lecture rythmique de l'archipel du confinement*, coll. "Le virus de la recherche", PUG, 2020.

(20) <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/crise/20526>

(21) Vladimir JANKÉLEVITCH, *L'Aventure, l'ennui, le sérieux*, coll. "Champs essais-philosophie", Flammarion, 2017 [1953].

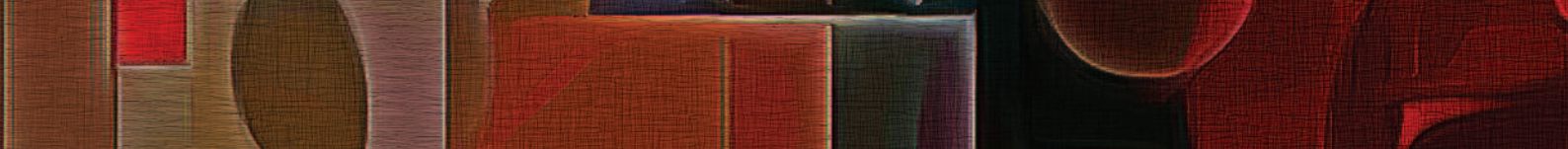
(22) Ateliers de recherche-action en cours : laboratoire Pacte et plateforme de la vie nocturne, 2020.

(23) Cycle de tables rondes virtuelles : "Danser demain", Technopol, 9 mai 2020.

(24) *Idem*.

(25) Parole rapportée par Marie-Avril BERTHET, DJ et géographe, dans le cadre de sa recherche, en cours, sur le thème de la nuit à l'épreuve du coronavirus.





© Soloviova Liudmyla • Shutterstock



L'histoire du Club Méditerranée de Sveti Marko DU VILLAGE DE VACANCES À LA FRICHE TOURISTIQUE

PHILIPPE CLAIRAY

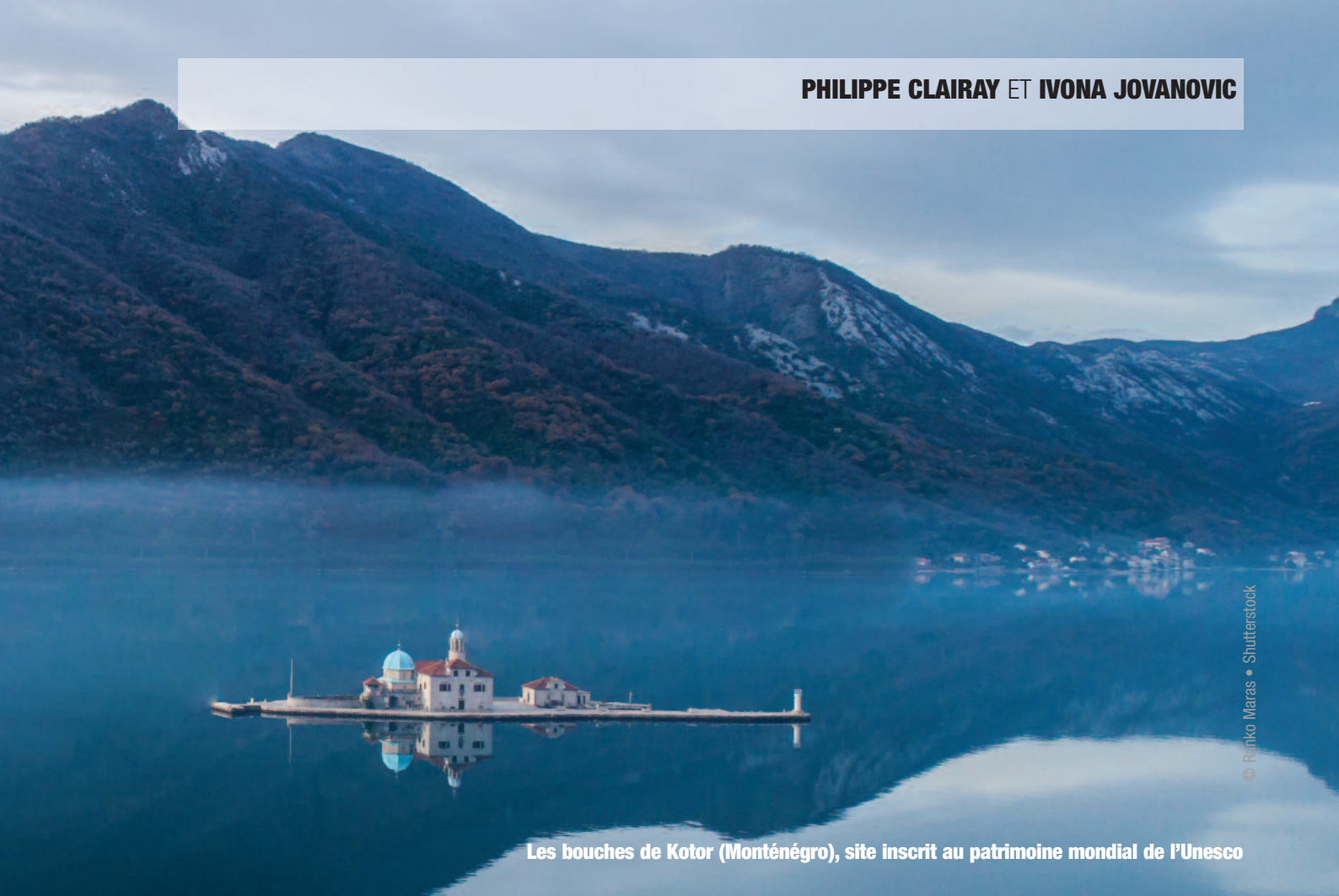
Docteur en histoire, membre associé Tempora (EA-7468), université Rennes 2,
membre du comité directeur de l'Association méditerranéenne de sociologie du tourisme
(pilotée par l'université de Bologne), directeur des musées de Villedieu-les-Poêles

< clairay.philippe@orange.fr >

IVONA JOVANOVIĆ

Vice-doyenne de la Faculté de tourisme et d'hôtellerie de Kotor, docteur de l'université du Monténégro

L'histoire du Club Méditerranée de Sveti Marko, implanté sur un site d'une très grande qualité dans les bouches de Kotor (Monténégro), nous rappelle que le tourisme est une activité fragile, susceptible de s'arrêter brutalement, pour peut-être ne jamais repartir... Une histoire à méditer dans le contexte de crise actuel.



© Rinko Maras • Shutterstock

Les bouches de Kotor (Monténégro), site inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco

La Yougoslavie fut, au sein de la constellation des pays satellites de l'ex-URSS, un véritable laboratoire du tourisme. C'est au sortir du premier conflit mondial qu'est créé ce pays qui regroupe et fédère, jusqu'à sa dissolution en 1992 et la terrible guerre qui s'ensuit, plusieurs États aujourd'hui indépendants (la Serbie, la Croatie, la Bosnie-Herzégovine, la Slovénie, le Monténégro, la Macédoine et le Kosovo).

Josip Broz Tito (1892-1980) prend la tête de cette république socialiste au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. Quelques années plus tard, en 1956, il est l'instigateur de la déclaration de Brioni (signée dans les îles Brijuni, en Croatie) des pays "non alignés", c'est-à-dire ceux qui souhaitent échapper aux

sphères d'influence tant américaines que soviétiques. Le pays s'ouvre alors au monde occidental, de façon certes limitée mais beaucoup plus large que les autres pays alliés de Moscou. C'est dans ce contexte que, dès 1953, le Club Méditerranée s'implante en Yougoslavie. Il y ouvrira trois établissements⁽¹⁾.

Le premier est un village de tentes à Becici, tout près de la ville balnéaire de Budva, dans le Monténégro actuel. Le Club Méditerranée ne compte alors que trois autres établissements dans le monde : Alcúdia (Majorque, qui a ouvert en 1950), Baratti (Italie, 1951), Corfou (Grèce, 1952). L'arrivée d'un village de vacances est une révolution dans cette partie du monde socialiste ! Ouvert le 23 mai 1953, ce village ne survivra pas à sa première saison.

© Ivona Jovanovic



Vue générale de l'île de Sveti Marko

© Marita.fr



Les paillottes abandonnées du Club Méditerranée

© Arup



Projet de transformation de l'île en resort 6★

Il faut dire que, à l'époque, pour atteindre cette partie de la Yougoslavie, il faut faire preuve de patience et d'opiniâtreté : vingt heures de train depuis la France jusqu'à Venise, suivies de trente heures de bateau le long de la côte adriatique !

Quelques années plus tard, en 1961, ouvre le Club Méditerranée Pakostane, près de Zadar (actuelle Croatie). Ce village, qui reste dans le giron du groupe pendant 45 ans, est transformé en 2006 en hôtel-club réputé, le Pine Beach.

En 1963, toujours en Yougoslavie, au Monténégro actuel, le Club Méditerranée ouvre sur l'île de Sveti Marko (Saint-Marc) un nouveau village de vacances. Il est situé dans un site magnifique, à l'entrée des bouches de Kotor, et se trouve tout près de l'aéroport de Tivat (créé en 1957). Cet établissement va fonctionner pendant 28 ans. Il s'agit d'un village typique du Club Méditerranée, avec des paillottes dissimulées dans la végétation, à flanc de colline. Au centre du village, l'économat et le restaurant-bar et, bien sûr, une piste de danse, les équipements sanitaires et les aires de jeux. Les GM (gentils membres : les touristes) et les GO (gentils organisateurs : les encadrants) sont français pour une bonne part d'entre eux. Le ski nautique et la voile (planche et dériveur) y sont les activités phares⁽²⁾. La clientèle est fidèle à la côte adriatique ou, plutôt, elle est fidèle à l'équipe des GO, certains GM n'hésitant pas à changer de club pour suivre leur chef de village préféré.

Le village de vacances poursuit son activité dans les années 1970 et 1980. La saison 1991 s'avérera très courte : l'activité du Club s'arrête début juillet, sans que personne ne se doute que cette saison sera la dernière. En effet, la guerre gronde tout près de là. Les graffitis encore présents sur le site rappellent de façon très émouvante cet arrêt brutal : *"Samedi 6 juillet 1991, 11 h 45. Salut à toi oh nouveau responsable. Je te souhaite à toi et ton équipe une très bonne saison 1992, dans ce beau site de Sveti. [Signé] Aldo. PS : Bonne chance ! Que votre saison soit plus longue la nôtre !"* Il n'y aura pas de saison 1992...

Nous avons demandé à Zlatko Petkovic, qui fut le responsable de l'agence réceptive Putnik au sein du Club Méditerranée de Sveti Marko, de nous raconter l'histoire de ce village de vacances⁽³⁾.

“En 1960, mon père, Daro Petkovic, maire de la ville de Tivat, a été contacté par Gilbert Trigano qui savait qu’il avait de bons appuis politiques. Trigano avait envisagé d’installer un village sur l’île Lokrum, en face de Dubrovnik, mais cette proposition avait été rejetée par le gouvernement et les responsables politiques. Il s’était donc replié sur l’île de Sveti Marko, sur la commune de Tivat. L’île, qui était une propriété privée, fut nationalisée avant d’être vendue à l’agence Putnik, la plus grande agence de voyages de l’ex-Yougoslavie. C’est cette agence qui l’a louée au Club Méditerranée. Pour le pays socialiste qu’était alors la Yougoslavie, le tourisme représentait un apport de devises important.

“L’approvisionnement sur l’île était parfois très complexe. Il se faisait par bateau privé. Les réseaux (électricité, eau, téléphone) venaient de Ostrvo Cvijeca (l’île aux fleurs), située entre Sveti Marko et la ville de Tivat.

“Pour ma part, j’ai été, de 1982 à 1989, responsable de l’agence Putnik sur le site de Sveti Marko, chargé de l’organisation des transferts et excursions au départ du site, mais aussi des relations entre le Club Méditerranée et le propriétaire du site, dont j’étais le représentant sur place.

“La capacité du village, qui était au départ de 300 paillotes de style polynésien, a ensuite été portée à 500 paillotes (1 000 lits). Le village était ouvert 120 jours par an. Le plan d’eau autour de l’île était idéal pour le ski nautique ; Sveti Marko fut à cette époque le village du Club le plus réputé pour ce sport. D’autres sports y étaient pratiqués, tels le kayak, la planche à voile, la voile et le tennis. Le village a été naturiste en 1979, mais ce positionnement a rapidement été abandonné car les clients naturistes n’étaient pas de ‘bons consommateurs’.

“La moitié environ des clients étaient français ; les autres, italiens (30 % environ), allemands ou autrichiens. À partir de 1987, le village s’est ouvert à la clientèle yougoslave, sans grand succès.

“La plupart des clients venaient à Sveti Marco en avion (aéroports de Tivat ou de Dubrovnik), pour une durée moyenne de séjour de 10 jours. Des ferries les amenaient sur l’île. Des excursions en bus leur étaient proposées pour visiter Dubrovnik, Cetinje et le lac Skadar, Mostar (2 jours), ainsi que des promenades en bateau dans les bouches de Kotor. Toutes les excursions étaient accompagnées par des guides yougoslaves francophones.

“Le village employait quelque 300 personnes, dont les deux tiers environ étaient yougoslaves. Le personnel était formé en Suisse, en Corse et en Italie. Quand la guerre a éclaté, un certain nombre d’employés yougoslaves sont restés en Suisse pour y travailler et y vivre.

Le village a fermé dès juillet 1991, à l’approche de la guerre civile dans la région. En raison du contexte, le niveau des réservations était très médiocre. Tout a été laissé avec l’idée de redémarrer un jour. Mais cela n’a pas été le cas.”

L’agence Putnik a été vendue en 1993-1994 à un homme d’affaires serbe. Il y a une quinzaine d’années (avant l’indépendance du Monténégro, en 2006), le Club Med a envisagé de relancer le village, mais il n’y a pas eu de suite. En 2007, l’île de Sveti Marco a été rachetée par la compagnie russe Metropole, qui avait pour ambition d’y construire un hôtel de luxe. Il semblerait qu’un projet de resort touristique y soit aujourd’hui envisagé (cf. illustration)⁽⁴⁾, sans que nous sachions si celui-ci a de réelles chances de voir le jour...

L’île de Sveti Marko est aujourd’hui une friche touristique prisée des pratiquants d’urbex (exploration urbaine) ; la nature y a peu à peu repris ses droits⁽⁵⁾. Elle est un exemple poignant d’abandon d’un équipement touristique viable sur un site d’une très grande qualité dans un pays, le Monténégro, par ailleurs dynamique sur le plan touristique. ■

.....
(1) Pour en savoir plus, voir le très intéressant blog d’anciens GM et GO du Club Med : <https://collierbar.fr/montenegro/>
.....
(2) Un film de promotion du Club Med à l’époque évoque Sveti Marko : <https://www.dailymotion.com/video/x127um9>
.....
(3) Interview réalisée par Ivona Jovanovic, à Tivat, le 7 février 2020.
.....
(4) <https://www.arup.com/projects/sveti-marko-montenegro>
.....
(5) Voir de très impressionnants clichés du site abandonné sur le site suivant : <http://www.benkar.se/glomdarum/galleri/Utomlands/Montenegro/ClubMedSvetiMarko/>



© Angyalosi Beata • Shutterstock

Concession portant délégation de service public pour l'exploitation du cinéma de Saint-Chaffrey "Le Serre d'Aigle" (05)



SECTION I : POUVOIR ADJUDICATEUR / ENTITÉ ADJUDICATRICE

I.1) Nom et adresse

Adresse Postale :
MME Le Maire, 563, Route du Pont Levis
05330 SAINT-CHAFFREY
Ville : SAINT-CHAFFREY
Point(s) de contact : Mme VASSARD
Téléphone : 04.92.24.15.70
Courriel : accueilmairie@saintchaffrey.fr
Fax : 04.92.24.11.19

I.2) Communication

Les documents du marché sont disponibles gratuitement à l'adresse : www.achatpublic.com
Les candidatures ou, le cas échéant les offres doivent être envoyées au point de contact susmentionné

SECTION II : OBJET

II.1) Étendue du marché

Intitulé : CONCESSION PORTANT DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC POUR L'EXPLOITATION DU CINÉMA DE SAINT-CHAFFREY « LE SERRE D'AIGLE ».

II.2) Description

Le délégataire devra gérer à ses risques et périls, l'unique cinéma de SAINT-CHAFFREY situé dans le centre commercial du Serre d'Aigle, pour une durée de 3 ans et en tenant compte des sujétions de service public imposées par la Commune.

La concession est attribuée sur la base des critères énoncés dans le règlement de la consultation.

SECTION III : RENSEIGNEMENT D'ORDRE JURIDIQUE, ÉCONOMIQUE FINANCIER ET TECHNIQUE

Critères de sélection sont mentionnés dans les documents de la consultation.

SECTION IV : PROCÉDURE

IV.1) Renseignements d'ordre administratifs :

Madame Marie VASSARD

IV.1.1) Date limite de remise des candidatures ou de réception des offres

Date : 3 septembre 2020 Heure locale : 12h00

SECTION VI : RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

VI.1) Informations complémentaires

- a) La procédure de passation du contrat prévoit le dépôt concomitant des candidatures et des offres (CE, 15 décembre 2006, "Corsica ferries").
- b) Une visite du site est possible sur demande des candidats suivant les modalités prescrites par le règlement de la consultation.

VI.2) DATE D'ENVOI DU PRÉSENT AVIS

Jeudi 16 juillet 2020.

ÉDITEUR

SARL ETE au capital de 6 800 €

RCS PONTOISE 344 657 390

6 rue de la Ferme • 95000 Cergy

GÉRANT, DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Jean-Baptiste Tréboul < jb@revue-espaces.com >

VENTES, ABONNEMENTS

Tél. 01 43 27 55 90 < info@revue-espaces.com >

DIRECTRICE DE LA RÉDACTION

Claudine Chaspoul < claudine@revue-espaces.com >

LECTRICE-CORRECTRICE : Danièle Bouilly

ILLUSTRATIONS COUVERTURE

© Yes We Camp // © Shutterstock.com

COMITÉ DE RÉDACTION

François Benhamou - Philippe Caparros -

Claudine Chaspoul - Mathilde Christnacht -

Mathieu Daubon - Claudine Desvignes -

Laurence Giuliani - Sébastien Jacquot - Thomas

Lamand - Max Leguevaques - Noël Le

Scouarnec - Claude Origet du Cluzeau - Jean-

Luc Pecqueux - Jean Loup Pivin - Laurent

Queige - Manon Renonciat - Marion Tillet -

Hélène Sallet-Lavorel - Hermine de Saint Albin -

Jean-Baptiste Tréboul

TARIFS

Abonnements (6 numéros par an) :

ordinaire, 495 € ; étranger, Dom-Tom, 510 €

Prix au numéro : France, 85 € ; Dom-Tom, 88 €

IMPRIMEUR : Jouve Print - 733, rue Saint-Léonard

- 53100 Mayenne

ISSN 0336-1446

DÉPÔT LÉGAL : juillet 2020

COMMISSION PARITAIRE : n° 0924T85425

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant que "les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste, et non destinées à une utilisation collective", toute représentation ou reproduction faite sans le consentement de l'éditeur est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du code pénal. SARL ETE © tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation réservés pour tous pays © Éditions ETE

Les articles sont publiés sous la responsabilité de leurs auteurs. Les titres et chapeaux sont de la rédaction.

WWW.REVUE-ESPACES.COM

Prolongez votre lecture et complétez votre information

Espaces met à votre disposition un centre de ressources documentaires :

ARCHIVES WEB [fichiers PDF des plus de 4 700 articles publiés dans la revue *Espaces*, les cahiers *Espaces*, *Mondes du tourisme* et *Nature & Récréation*] ; **VEILLE DOCUMENTAIRE** [référencement des publications du secteur du tourisme – 2 000 ouvrages présentés]. Suivez l'actualité du tourisme sur nos comptes LinkedIn [[@ESPACES tourisme & loisirs](#)] et Twitter [[@revue_espaces](#)].