

Philippe Bachimon, Marie-Christine Doceul
5 avril 2001

Le Bellecour, 5 avril 2001

La mise en désir des lieux ou la réinvention des lieux par le tourisme

Ce jeudi 5 Avril 2001, l'invité du café Bellecour était Philippe BACHIMON, maître de conférences en Géographie à l'Université d'Avignon. Spécialiste du tourisme et en particulier de Tahiti, il a publié sous sa direction et celle de Rachid AMIROU *Le tourisme local, une culture de l'exotique* chez l'Harmattan Tourismes et Sociétés en 2000.

Comment le tourisme réinvente-t'il le monde et crée-t'il un monde à sa mesure ?

Pour y répondre, on se servira de concepts transitoires, « concepts poubelles », autant de néologismes.

- 1 - la « **mise en tourisme** » = l'aménagement de lieux par rapport à une demande de loisirs
- 2 - la « **distanciation** » = dichotomie entre un ici et un ailleurs, entre un espace banal qu'on ne voit même plus et un espace exotique, idéalisé. Le lien entre les deux est assuré par les transports (une interface entre l'ici et l'ailleurs, dont les conditions sont souvent plus contraignantes que celles du quotidien, cf. voyage en avion) et l'information (transmission d'images et de discours). L' « industrie touristique » travaille à la « banalisation » des espaces d'émission, ainsi qu'à la mise en distance de l'objet touristique : distance physique, sociale, culturelle, etc.. Mais en même temps, se dessine aussi une « touristification » des lieux de vie habituels qui répond à la demande d'être touriste chez soi, et donc on produit de la distanciation, de l'artificialisation, de l'exotisation dans le quotidien : parcs de loisirs, bulles tropicales sont de l'exotique à proximité.
- 3 - la « **patrimonialisation** » = la mise en valeur de la mémoire des lieux -> le bâti, le centre-ville (Lyon, Avignon), la nature (réserves Man & Biosphere), le petit patrimoine, le genre de vie et le savoir-faire. L'UNESCO sert à labelliser le patrimoine.
- 4 - Le tourisme est un « **réinvestissement** » des lieux : l'espace touristique se construit dans l'espace précédent, en particulier dans les friches sorties d'un cycle de production. Friches industrielles transformées en patrimoine industriel ou artisanal, friches administratives mises en patrimoine, ex : Tribunal d'Avignon de la place Pie terres agricoles sauvées de la friche par les agriculteurs concernés par un C.T.E. (entretien d'un paysage + accueil d'hôtes). Dans les îles du Pacifique, le tourisme pionnier des yachts à la fin du XIXe s. découvre le fameux paysage des cocotiers, qui est en fait une friche agricole et industrielle de la cocoteraie plantée par les colons pour la production d'huile de coprah et malmenée par la concurrence. Dès lors, l'entretien du lieu n'est plus productif mais paysager : il s'agit de momifier les lieux.

Jacques Defossé insiste sur la réinvention des lieux par le tourisme : le tourisme sélectionne ses lieux selon les représentations qu'il se fait, ainsi les forêts que les citadins veulent avoir comme espace de récréation sont des forêts de feuillus de taille différente, et c'est cette forêt jardinée qu'on crée pour eux, ex : Mts du Lyonnais.

Philippe Bachimon montre que le produit touristique est une matérialisation des mythes, à commencer par Disneyland. A Tahiti même, le lycée hôtelier apprend à ses élèves à se comporter en Tahitiens, c'est-à-dire tels que les touristes se représentent les Tahitiens.

L'objet touristique a un cycle d'existence marqué par une montée du désir, et par une fin du désir. Et donc il laisse derrière lui des friches touristiques. Ces friches peuvent à leur tour servir d'objet de tourisme, ainsi la promenade des Anglais est un exemple de « tourisme durable » au sens où le tourisme survit sur ses friches depuis plus de 2 siècles.

Le touriste est à la recherche de l'authenticité, mais le tourisme tue l'authenticité ou, au mieux, la fige. Tout le travail des opérateurs de tourisme est de recréer de l'authenticité ou de la labelliser : les Gîtes de France avec les tables d'hôtes s'y essaient, mais il est piquant de voir que les hôtes en question sont des néo-ruraux en Ardèche par ex.

Des étudiants de la salle sont très décidés à faire la différence entre voyage et tourisme, le « bon voyageur » et le « vilain touriste », étant entendu qu'eux sont bien sûr des voyageurs : « le tourisme, c'est les autres » pourrait-on dire ! Jean-Didier URBAIN a montré que le touriste est l'objet d'un mépris social, alors que le voyageur a une image valorisante, ce que des agences comme « Voyageurs du monde » ont bien compris. Philippe BACHIMON soutient que les mêmes personnes sont au cours de leur vie successivement des touristes et des voyageurs fort différents : « le discours discrétise une réalité fluctuante ».

Le prochain café de Géographie lyonnais aura lieu le jeudi 10 mai à 18 h, avec Alain LABROUSSE.

Compte-rendu : Marie-Christine Doceul