

**MINISTERE DE L'EQUIPEMENT, DES TRANSPORTS
ET DU LOGEMENT**

**Examen du BEPECASER
Session du 19 novembre 1997**

ETUDE D'UN DOSSIER

Coefficient : 1 - Durée : 3 heures

Sujet : "**LE TOURISME**"

Faites une synthèse des documents contenus dans le dossier, puis dans une conclusion, exprimez votre opinion personnelle sur la question traitée dans le sujet ou sur un des aspects qui vous a particulièrement marqué.

SOMMAIRE

- **Le développement du tourisme**
- **La consommation touristique : une croissance exceptionnelle**
- **Les dégâts du tourisme**
- **Identité et racines : un nouvel enjeu touristique**

LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME

Lorsque le mot *tourist* apparaît au tout début du XIXe siècle en Grande-Bretagne - mot dérivé du français « tour » - , il désigne précisément les jeunes Anglais qui, par plaisir et agrément, effectuent le « grand tour » de la France, comprenant Paris, le Sud-Ouest, le Midi, le Sud-Est et la Bourgogne. Il revêt le même sens en France, lorsqu'il apparaît sous la plume de Stendhal, dans les *Mémoires d'un touriste*. Le dictionnaire Littré définira alors le touriste comme « le voyageur qui ne parcourt les pays que par curiosité et désœuvrement ».

Mais le XIXe siècle apporte plus que le mot tourisme il offre les éléments technologiques de son développement moderne. Les premières lignes de chemin de fer, nées sous la Monarchie de Juillet, forment un réseau complet à la fin du siècle et permettent l'acheminement rapide et confortable des touristes aux quatre coins de la France...

Pourtant c'est le XXe siècle qui devait devenir l'âge du tourisme, celui qu'André Siegfried décrivait dans *Les aspects du XXe siècle* «En parlant de l'âge du tourisme, j'entends surtout le tourisme organisé, ce tourisme de série qui est devenu un des aspects les plus typiques de notre siècle. C'est un fils de la vitesse et de la démocratie, qui s'intègre étroitement dans l'évolution industrielle dont il a, du reste, entièrement suivi les étapes : on y distingue, en effet, une période artisanale, une période mécanique, la période administrative enfin, dans laquelle il est pleinement engagé aujourd'hui.» (1)

L'explosion contemporaine du tourisme ne pouvait se produire sans une évolution économique et sociale, mais aussi technologique et politique, profonde. Les déplacements coûtent cher, comme le soulignait Montaigne «Les voyages ne me blessent que par la dépense qui est si grande et outre mes forces.» Les voyages et les vacances nécessitent du temps libre. Or le pouvoir d'achat et le temps libre ne s'accroissent que lentement jusqu'à la décennie 1930.

En un siècle, entre 1830 et 1930, le salaire journalier réel des manoeuvres, c'est-à-dire leur pouvoir d'achat, a tout juste doublé. La durée légale journalière du travail est fixée à douze heures en 1848, à dix heures en 1912, à huit heures en 1919. Le repos hebdomadaire n'est généralisé qu'en 1906 et la pratique du congé payé annuel en France ne concerne vers 1930 que 50 000 ouvriers. Aussi la loi du 20 juin 1936, qui généralise les congés payés, constitue sans doute un fait décisif. Seuls six à huit millions de Français accèdent au tourisme en 1938, soit environ de 15 à 20 % de la population. On est encore loin des trente-six millions de vacanciers de 1994, représentant 62 % de la population.

Le tourisme s'est véritablement développé après la Seconde Guerre mondiale.

Dans un ouvrage au titre évocateur (2), Jean Fourastié montre les profondes évolutions de la production, de la productivité, du pouvoir d'achat, du bien-être qui se produisent depuis le retour de la paix. L'allongement de la durée de la vie, l'abaissement de l'âge du départ à la retraite, la réduction de la durée hebdomadaire du travail, l'augmentation de la durée des congés payés accroissent le temps libre.

L'élévation du niveau de vie a permis d'intégrer les dépenses de loisir dans la consommation des ménages. Le développement spectaculaire des équipements et des moyens de transport a amené la constitution d'une offre touristique permettant de répondre à la demande et, en même temps, de l'accroître. L'état de paix durable, dans lequel la déclaration de Manille sur le tourisme en 1980 voyait une condition indispensable à l'existence et au développement de cette activité, a rendu possible son extension internationale.

Mais ces conditions ne suffisent pas à expliquer l'essor du tourisme de masse. La civilisation industrielle contemporaine a également créé le besoin de déplacement touristique comme compensation aux conditions de travail et fuite devant les nuisances. Ainsi, fruit des structures industrielles du monde occidental, le tourisme est récemment devenu un fait économique et social majeur. (...)

Extrait de «*Le tourisme, un phénomène économique* »

La Documentation française - 1996

(1) Siegfried (A.), *Les aspects du XXe siècle*, Hachette, Paris, 1955.

(2) Fourastié (J.), *Les Trente Glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975*, édition revue et mise à jour, Fayard, Paris, 1979.

LA CONSOMMATION TOURISTIQUE: UNE CROISSANCE EXCEPTIONNELLE

Poussée, marée, explosion ... ces termes, couramment utilisés pour décrire l'accroissement de la consommation touristique (nationale ou internationale), ne paraissent pas excessifs tant, depuis 1945, le tourisme figure, à quelques nuances près, parmi les secteurs qui se développent le plus rapidement.

AU PLAN MONDIAL

La consommation touristique mondiale est constituée de la consommation internationale (séjours supérieurs à 24 heures dans un Etat étranger) et de la consommation nationale (séjours sur les territoires nationaux).

Le tourisme international a connu un développement spectaculaire depuis la Seconde Guerre mondiale qui fait de lui l'un des principaux secteurs exportateurs du monde aux côtés du pétrole et de l'industrie aéronautique. Ainsi, selon l'OMT*, on peut estimer à 112,8 millions en 1965 et à 567,4 millions en 1995 les arrivées de touristes internationaux, soit une multiplication par cinq en trente ans !

Ce développement spectaculaire doit être nuancé à l'aide d'observations plus fines. En effet, Si la croissance du tourisme international se poursuit depuis l'après-guerre, son rythme s'est ralenti. Le taux d'accroissement moyen annuel des arrivées de touristes internationaux est passé de 9,1 % entre 1960 et 1970 à 5,6 % entre 1970 et 1980, à 4,8 % entre 1980 et 1990 et à 4,3 % entre 1990 et 1995.

Par ailleurs, cette activité est devenue très sensible à la conjoncture économique et politique et, par là, sa croissance est irrégulière. Si le tourisme a relativement bien résisté au choc pétrolier de 1973-1974 (les arrivées de touristes ont augmenté de 3,4 % en 1974 par rapport à 1973), le second choc pétrolier et la crise économique du début des années quatre-vingt ont entraîné un ralentissement sensible des arrivées et des recettes. Les arrivées de touristes internationaux ont stagné entre 1980 et 1983 et les recettes ont même chuté de 6,1 % en 1982. Ce n'est qu'à partir de 1984 que le retard a été rattrapé avec une croissance moyenne annuelle de 5,7% des arrivées et de 11,6 % des recettes entre 1984 et 1995.

La demande et la consommation touristiques nationales sont nettement plus importantes que le tourisme international. Les arrivées nationales étaient estimées à 1 350 millions en 1980 et à 3 640 millions en 1987, ce qui représente une croissance de 170 % en sept ans. En 1993, le tourisme intérieur était, selon les estimations de l'OMT, dix fois supérieur aux arrivées internationales, soit environ 5 000 millions d'arrivées.

Bien que ces chiffres doivent être considérés avec prudence, ils soulignent l'ampleur que revêt aujourd'hui le phénomène touristique dans le monde.

* Organisation Mondiale du Tourisme

EN FRANCE

L'évolution des vacances des Français (1) est connue avec régularité depuis 1964 grâce aux deux enquêtes annuelles de l'INSEE. Avant cette date, les données sont incertaines. On estime à 5 millions le nombre de Français partis en vacances en 1935 et à un million de plus le nombre de partants au cours de l'été 1936, après le vote de la loi du 20 juin instituant les congés payés. En 1960, le nombre de vacanciers se situait autour de 10 millions. Depuis le début des années soixante, le nombre des Français partis au moins une fois en vacances dans l'année s'est considérablement accru 20,3 millions en 1964, 30,4 en 1982, 33,3 millions en 1989, 35 millions en 1992 et 36 millions en 1994. Il est préférable de mesurer cette progression en valeur relative - c'est-à-dire en rapportant le nombre de départs en vacances d'une année à la population de cette année - ce qui élimine les effets dus à l'accroissement de la population. Ainsi, l'évolution du taux de départ (2) des Français confirme la diffusion des vacances au sein de la population française. Evalué par certains observateurs à 15 % en 1950, il a atteint 43,6 % en 1964, 52,5 % en 1975, 56,2 % en 1980, 58,2 % en 1986, 59,1 % en 1990, 59,7 % en 1991, 60,0 % en 1992, 60,9 % en 1993 et 62,0 % en 1994. Entre 1950 et 1994, le taux de départ des Français a donc quadruplé.

La croissance du nombre et du taux de départ des Français en vacances doit toutefois faire l'objet d'un certain nombre de réserves. Cette croissance n'est pas continue. En 1973, 1977, 1984 et 1990, le taux de départ a reculé par rapport aux années précédentes.

(...) Par ailleurs, le nombre total de journées de vacances pris par les Français est stable depuis dix ans (autour de 900 millions de journées).

Enfin, il est à noter qu'en 1994, la France se situait assez loin derrière l'Allemagne, la Suède, le Danemark ou les Pays-Bas en termes de taux de départ en vacances.

Extrait de «*Le tourisme, un phénomène économique*»

La Documentation française - 1996

(1) Est défini comme vacances tout déplacement hors du domicile comportant au moins quatre jours pleins consécutifs pour des motifs autres que professionnel, d'étude ou de santé.

(2) Le taux de départ en vacances est le quotient du nombre de personnes parties au moins une fois rapporté à la population totale correspondante de ménages ordinaires.

Taux de départ en vacances des Européens (en %) (1994)

Pays	Taux de départ	Pays	Taux de départ
Allemagne	78,2	Grèce	48,0
Autriche	62,0 (1)	Irlande	60,0
Belgique	63,2	Italie	54,0
Danemark	71,0	Luxembourg	80,0 (2)
Espagne	44,0	Pays-Bas	69,0
France	62,0	Portugal	29,0
Grande-Bretagne	60,0	Suède	76,0

(1) Chiffre de 1993

(2) Chiffre de 1991

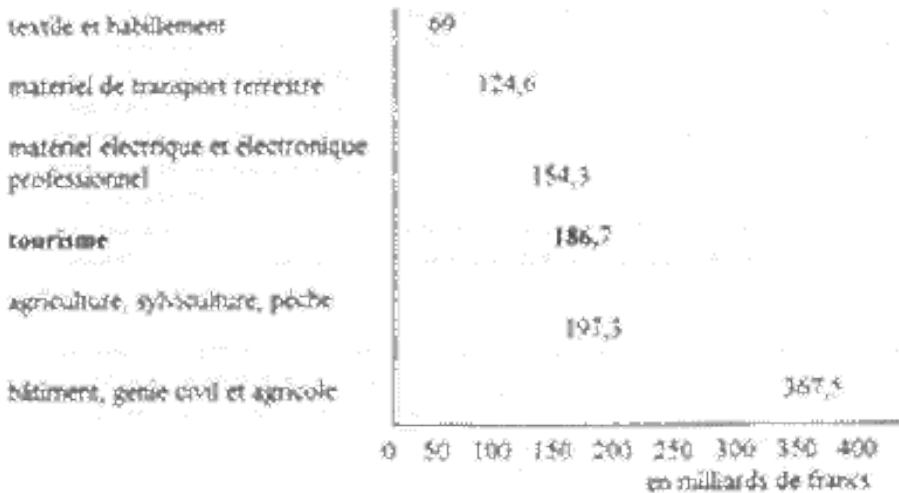
Source Maison de France, Guide des opérations de partenariat 1991 et Plan marketing 1996-1997.

Classification des cinq premiers pays récepteurs de tourisme international (1995)

Pays	Millions d'arrivées	% du total mondial
France (1)*	60,584	10,7
Espagne(2)*	45,125	8,0
Etats-Unis(3)*	44,730	7,9
Italie (4)*	29,184	5,1
Chine (13)*	23,368	4,1
Royaume-Uni (6)*	22,700	4,0
Hongrie(11)*	00,087	3,9

* Entre parenthèses, rang en 1985. Source Organisation mondiale du tourisme.

Le poids du tourisme comparé à d'autres branches de l'économie française (en milliards de francs) (appréciation à partir de la valeur ajoutée brute, directe pour le tourisme) (1992)



Source : Ministère du Tourisme. Le secteur du tourisme 1992-1993

LES DEGATS DU TOURISME

(...) Que reproche-t-on au touriste ? Inutile de chercher parmi les contempteurs contemporains, car tout est dit à l'époque où Thomas Cook organise, au milieu du XIXe siècle, les premières excursions d'une middle class anglaise subjuguée. Alors, quelles critiques lui adresse-t-on ? Les voici : le touriste ne voyage pas en connaisseur mais en amateur ; le touriste poursuit la colonisation par d'autres moyens ; le touriste ravale le voyage au rang de marchandise ; le touriste modifie en profondeur l'environnement, anéantit l'idiosyncrasie (1) des cultures et uniformise la planète ; le touriste, enfin, évacue l'altérité, car il préfère les monuments ou les paysages aux peuples qu'il rencontre. N'est-ce pas pour cela que l'appareil photo est son «instrument emblématique», comme le note Tzvetan Todorov ?).

(...) Il est désormais possible de mesurer l'étendue des dégâts d'une pratique encore enrégimentée par une industrie ravageuse. L'écrivain allemand Hans Magnus Enzensberger écrivait, dans les années 70, que le rêve du tourisme, «ce voyage hors du monde et de la marchandise», s'est dissipé dans l'industrie des loisirs. Depuis, le mouvement s'est accéléré. Aujourd'hui, aucune loi opérante ne protège les populations des dangers de l'intrusion des activités touristiques dans leurs pays. L'Unesco s'en tient surtout à la défense du patrimoine mondial et il a fallu attendre les pseudo-révélation sur un tourisme sexuel organisé depuis fort longtemps - avec le cynisme qui caractérise les professionnels des pays de départ et d'accueil concernés - pour entendre quelques hauts fonctionnaires feindre l'étonnement devant le peu de législation dont ils disposent pour le combattre. La marchandisation du monde va bon train.

Au Népal, haut lieu du trekking, l'introduction de la monnaie dans une économie qui s'en passait jusque-là a provoqué des micro-crisis. Aux Seychelles, le développement touristique entraîna une inflation telle que la population ne pouvait plus acheter de poisson, aliment de base pendant des siècles. Au Népal, Karim, sherpa respecté du petit village d'Ushé et vedette d'un documentaire réalisé par Laurent Chevallier (le 6 avril 1997 sur Arte), a demandé que la caméra porte son objectif sur les détritiques à peine enfouis par les «amoureux des hauteurs» qui avaient bivouaqué au pied du K2. Cet amoncellement d'ordures touristiques souleva une montagne de colère dans le groupe de porteurs, qui ressentit cette indifférence ordurière comme le stigmate (2) d'une domination arrogante des nouveaux rois des cimes. Rien ne semble échapper à cette industrie vorace, qui ne pourrait réussir sans la complicité de ces touristes qui s'engouffrent dans la brèche de la médiocrité.

Le tableau est sévère. Pourtant, à entendre les voyageurs bons apôtres, le tourisme favoriserait l'émancipation politique dans des régions où elle fait défaut. Mais tourisme et dictature font bon ménage on peut bronzer à Cuba où les opposants sont «à l'ombre».

Cette réalité du tourisme que les pouvoirs occultent - obnubilés par leur approche mercantile du phénomène - devient souvent le théâtre de ce que Hannah Arendt appelait la «désolation» de l'homme contemporain arraché à son sol, abandonné à lui-même. A l'instar des aéroports, dépersonnalisés, des chaînes hôtelières uniformes et des rues piétonnes européennes toutes balayées par la même odeur écoeurante des «croissanteries», les «non-lieux» se développent, faisant douter n'importe quel voyageur de sa propre situation géographique. Le «non-lieu», c'est, comme le définit Marc Augé, «un espace où celui qui le traverse ne peut rien lire ni de son identité ni de son rapport aux autres». Les sites envahis par les bateleurs, la quincaillerie pour touristes et les professionnels de la nourriture passe-partout sont connus de tous.

En dépit de la charte du tourisme durable initiée par l'Unesco (avril 1995), aucun gouvernement ne se risque à endiguer une pratique qui, pour la France par exemple, représente 10 % du PIB. (...)

(1) ici, la particularité, la spécificité.

(2) la marque, la blessure laissée par cette domination arrogante.

Nicolas Truong

Extrait de «E pericoloso Sporgersi»

Le Monde de l'Education, de la Culture et de la Formation - mai 1997

IDENTITE ET RACINES : UN NOUVEL ENJEU TOURISTIQUE

Les années 1980 introduisent un nouveau tournant dans l'appréhension des phénomènes touristiques. Colloques et entretiens se multiplient pour les analyser, entrepreneurs touristiques, aménageurs d'espaces touristiques s'interrogent. C'est que l'industrie touristique est devenue un secteur clé de l'économie, comme pourvoyeuse de devises et d'emplois, et qu'il faut donc être à l'écoute de ses nouvelles pulsions.

(...) Ce qui marche aujourd'hui, ce sont les gîtes ruraux, les écomusées, les parcs naturels, les routes historiques et les périples littéraires. Les traditions, l'histoire, les images transmises de génération en génération ont marqué l'imagination. La publicité l'a toujours su. L'Odyssée a toujours servi pour illustrer les magazines des croisières méditerranéennes, avec de belles couvertures montrant d'athlétiques éphèbes tendant un arc, dressés à la proue du bateau en modernes Ulysses. C'est la force de la légende et de l'image qui forge la mémoire de l'humanité. C'est cette mémoire que l'on veut écouter. Dans cette société violente et éclatée, on essaie de la retrouver dans des lieux familiers, dans les paysages de son enfance, dans ses cahiers d'école.

« Il est des lieux où souffle l'esprit », écrivait Maurice Barrès dans *La colline inspirée*. Dans les ruines de Tipasa, parmi les oliviers et les absinthes, Albert Camus disait « Il est des soirs habités... ». Ce sont ces lieux de mémoire que l'on recherche maintenant, même si, pour le dire en termes touristiques, on use d'expressions telles que tourisme rural, tourisme vert, tourisme de l'intérieur, tourisme soft ou tourisme doux.

En France, la Caisse nationale des monuments historiques et des sites devient un des grands partenaires des organismes de tourisme. Elle élabore des routes historiques pour les voyageurs et vacanciers de plus en plus curieux de patrimoine. Il y a les routes des rois, des ducs et des comtes comme celle des ducs de Bourgogne, celle du Roi-Soleil, celle de Richard Cœur de Lion, celle des comtes de Toulouse. Il y a les routes des écrivains, la route Jean-Jacques Rousseau, la route Stendhal ; il y a celles qui mènent à la datcha de Tourgueniev, à la maison de Zola ou à celle d'Alexandre Dumas. Il y a les routes des peintres, celle de Gauguin en Cornouaille, celle de Cézanne en Provence, celle de Monet en Normandie, etc. Leurs châteaux, leurs demeures ou leurs simples maisons sont ouverts au public, et font l'objet de pèlerinages culturels. C'est ici la maison de Maurice Ravel, celle de Claude Debussy, c'est la maison de Mozart, celle de Goethe ou encore celle de Kafka. Il y a enfin les routes du baroque, celle des châteaux de Bavière et celle de Prague, devenue la grande destination culturelle occidentale depuis la "révolution de velours". Les pays de l'Europe de l'Est projettent leur passé sur la scène mondiale du tourisme : Leningrad, redevenue Saint-Pétersbourg, déclenche des flots touristiques vers l'ancienne capitale des tzars.

La notion patrimoniale a pris des proportions importantes dans la politique des loisirs de la vie et dans les plans d'aménagement touristique.

A la recherche des signes de leur identité culturelle, les villes se sont lancées dans des plans de réhabilitation et de restauration de leurs monuments, maisons, places, jardins... Les efforts architecturaux occupent une place essentielle dans la promotion de l'urbanisme, qui est aussi une promotion touristique. Obtenir le label de « Ville d'art et d'histoire » est pour une ville un atout touristique. Créer un festival de musique, un festival de théâtre ou un son et lumière devient une démarche touristique et un enjeu économique.

Le tourisme s'empare aussi de la culture technique et technologique. La disparition de la ville industrielle du XIXe siècle, des cités minières et des hauts fourneaux, les mutations technologiques qui ont conduit, en l'espace d'un demi-siècle, de l'ère industrielle à l'époque postindustrielle, ont accéléré la prise de conscience de la mémoire collective, suscité une archivistique au service de la conservation des éléments du passé industriel. L'archéologie industrielle est devenue un produit touristique.

La valorisation du patrimoine historique passe aussi par celle du patrimoine ethnologique et naturel. Il y a un engouement certain pour le tourisme de nature, et la mise en place des parcs naturels nationaux ou régionaux répond à cette demande. Parc national, expression quasi magique qui évoque la Nature, la «Nature perdue » C'est aux Etats-Unis, puis au Canada, qu'a d'abord pris corps l'idée de protéger des paysages grandioses, afin de les transmettre intacts aux générations futures. 1872 est la date de la création du premier parc national, celui de Yellowstone. L'idée a cheminé en Europe, avec trente ans de décalage. A la notion de protection et de « conservatoire » d'espèces végétales et animales s'est ajoutée en Europe la dimension d'unité scientifique, les parcs voulus terrains de recherche pour l'étude d'une nature en l'état. Avec le développement du tourisme et des loisirs de plein air, les parcs nationaux sont devenus des lieux de fréquentation touristique particulièrement recherchés.

Réaction à la civilisation industrielle et urbaine, besoin de nature, d'émotions devant des paysages et des sociétés rurales en voie de disparition. Parcs de nature, monuments de nature, les parcs sont devenus une véritable mode et un point fort des circuits touristiques nationaux et internationaux. Musées de la nature qui protègent la flore et la faune sauvage, ils sont aussi des musées du temps, des écomusées qui font revivre les traditions, les métiers et les gestes du passé. C'est ici la maison de la pomme, qui raconte la fabrication ancienne du cidre, c'est là le four à pain communal, avec le boulanger qui le cuit et le défourne devant les visiteurs. C'est l'atelier du sabotier, le moulin à vent qui moud la farine quand le vent le permet, c'est l'apiculteur et la vie des abeilles. C'est la forge, la saline, le tisserand et le tonnelier. Ce sont des goûts, des émotions, des souvenirs que les hommes viennent ressentir, l'écomusée devenant le miroir où ils viennent se regarder pour s'y reconnaître. Mise en scène de la nature et de la tradition pour un tourisme de la mémoire Au long des sentiers de randonnée, à travers les bois et les prés, au long des étapes dans les gîtes ruraux qui sentent bon le foin et le feu de cheminée, c'est un peu de ses racines que le touriste recherche...

Annie Gay

Tourisme et culture Cahier espaces 37