



Sous la direction de Laurent Bourdeau et Pascale Marcotte

Les routes touristiques



Collection Géographie, dirigée par Guy Mercier

Discipline de longue tradition, la géographie jette un regard original sur les sociétés humaines en étudiant leurs modes d'occupation de l'espace, leurs façons d'organiser les territoires et leurs manières d'habiter les lieux. Toujours en éveil, elle rend compte des transformations les plus récentes et offre ainsi un éclairage utile aux populations et aux décideurs qui doivent y faire face. La géographie sait également s'interroger sur elle-même et sur l'exercice de la pensée en général afin de -renouveler ses approches et ses méthodes. Sensible à tous ces aspects, la collection veut témoigner du riche apport de la géographie au développement des sciences sociales et de sa contribution aux grands débats d'aujourd'hui.

Pour s'adapter aux différents besoins de la géographie en matière d'édition savante, la collection est divisée en quatre séries.

- La série **Recherche** accueille des monographies ou des ouvrages collectifs qui présentent des avancées récentes de la connaissance géographique.
- La série **Pédagogie** réunit des textes (traités, manuels, précis ou synthèses) destinés à l'enseignement tout en étant susceptibles d'intéresser l'ensemble du public cultivé.
- La série **Référence** est réservée à la réédition d'ouvrages qui ont marqué la géographie et qui trouvent encore un intérêt auprès du public ; elle fait aussi place à des anthologies qui retracent l'évolution d'une pensée ou qui font le point sur une problématique.
- La série **Débat** publie des réflexions et des prises de position sur des questions d'actualité.

Les routes touristiques

Sous la direction de Laurent Bourdeau et Pascale Marcotte

Les routes touristiques



**Presses de
l'Université Laval**

2015

Les Presses de l'Université Laval reçoivent chaque année du Conseil des Arts du Canada et de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec une aide financière pour l'ensemble de leur programme de publication.

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada pour nos activités d'édition.

Mise en pages et maquette de couverture : Sylvie St-Jacques

Photographies en première de couverture : Laurent Bourdeau

Photographie en quatrième de couverture : Pascale Marcotte

ISBN 978-2-7637-2406-5

PDF 9782763724072

© Presses de l'Université Laval. Tous droits réservés.

Dépôt légal 2^e trimestre 2015

www.pulaval.com

Toute reproduction ou diffusion en tout ou en partie de ce livre par quelque moyen que ce soit est interdite sans l'autorisation écrite des Presses de l'Université Laval.

Table des matières

CHAPITRE 1

INTRODUCTION : TOURISME ET ROUTE, LES ORIGINES

par Pascale Marcotte et Laurent Bourdeau

Par quatre chemins	3
Les grandes routes.....	5
Approches et argumentaires des routes touristiques contemporaines ..	6
Entre tours et détours.....	14
La structure du livre	14
Bibliographie	20

CHAPITRE 2

ALLIANCE ET CONQUÊTE SUR LES ROUTES

DE LA DÉCOUVERTE DU MONDE

par Guy Mercier

Le voyage et sa promesse	23
Vers une nouvelle culture occidentale	26
Marco Polo et l’imaginaire géographique.....	32
L’obstacle musulman	35
La croisée des chemins d’Occident et d’Orient	37
Du rêve à la réalité.....	40
L’obstacle américain : le passage	41
Le retour de l’alliance.....	45
Bibliographie	46

CHAPITRE 3

LA VIE COMME VOYAGE : LA ROUTE TOURISTIQUE,

LE SOI ÉTENDU ET LA MÉMOIRE EXTERNE

par Richard Voase

Introduction	51
La vie comme voyage.....	52
La culture du présent continu.....	58
Conclusion	61
Bibliographie	62

CHAPITRE 4**LA CRÉATION DE LA GRANDE ROUTE DES ALPES :
UN SUPPORT DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE?**

par Pierre-Olaf Schut et Eric Levet-Labry

Une stratégie politique au service des transports.....	66
Un projet ambitieux.....	67
L'impulsion décisive du Touring-Club de France	69
La valorisation et la commercialisation de l'itinéraire.....	72
L'impact à long terme sur le développement touristique.....	77
Conclusion	82
Bibliographie	83

CHAPITRE 5**UNE LECTURE DE LA PATRIMONIALITÉ
À TRAVERS L'EXPÉRIENCE DE LA PROMENADE
DANS LES ESPACES DU QUOTIDIEN**

par Sylvie Miaux

Mise en contexte.....	85
Retour sur le concept d'itinéraire.....	86
Le récit de la marche en temps réel : l'expérience au cœur de la méthode et de l'analyse	88
Analyse de la patrimonialité à partir des récits de quatre itinéraires ...	91
Discussion	96
Conclusion	97
Bibliographie	98

CHAPITRE 6**LE SENTIER DE COSTA DA LAGOA:
LA TRADITION ET LA DURABILITÉ**

par Alina Gonçalves Santiago et Gabriel Santiago Pedrotti

Itinéraire et paysage culturel.....	101
Tourisme patrimonial au Brésil	102
Le tourisme communautaire et le sentier de Costa da Lagoa.....	103
Costa da Lagoa et la préservation culturelle	105
Le Sentier	108
Les conflits entre tourisme et développement local.....	109
Conclusion	110
Bibliographie	111

CHAPITRE 7
ROUTES TOURISTIQUES ET ITINÉRAIRES CULTURELS,
QUELS PAYSAGES, POUR QUEL REGARD?
 par Sébastien Nageleisen

Ceci est un paysage	113
Aborder les paysages par l'image	117
Résultats	120
Une approche du paysage plus géographique	126
Bibliographie	128

CHAPITRE 8
ITINÉRAIRES CULTURELS DU CONSEIL DE L'EUROPE :
MÉMOIRE COMMUNE, MÉMOIRES CROISÉES
 par Eleonora Bertì

Le programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe	131
Itinéraires culturels, lieux de mémoire	133
Conclusion	136
Bibliographie	137

CHAPITRE 9
TROUVER SA ROUTE OU SE PERDRE DANS LE VIGNOBLE?
Les routes du vin, une géographie multidirectionnelle,
la nouvelle alliance du tourisme et du vin
 par Sophie Lignon-Darmaillac

Des routes historiques au service des ventes à la propriété	140
Des routes du vin au service d'un tourisme gastronomique	140
Des routes du vin pour développer les ventes directes	141
Le modèle œnotouristique de la Stellenbosch	141
Les routes du vin du Nouveau Monde :	
du rêve au marketing touristique	142
De la route du vin à la destination viticole,	
le vignoble comme destination touristique à part entière	145
Conclusion	150
Bibliographie	150

CHAPITRE 10

VALORISATION DU PATRIMOINE URBAIN HORLOGER UNESCO PAR DES ITINÉRAIRES CULTURELS : LES CAS DE LA CHAUX-DE-FONDS ET DU LOCLE

par Nicolas Babey et François H. Courvoisier

But de l'article et méthodologie	151
Revue succincte de la littérature	152
Historique de l'urbanisme horloger à la Chaux-de-Fonds et au Locle..	155
Le projet de labellisation UNESCO	156
Premières valorisations du patrimoine horloger	157
Perspectives de valorisation touristique	161
La route touristique comme oxymore	162
Complexifier ou simplifier?	163
Rapport au risque et structure	164
Le tourisme, entre <i>hardware</i> et <i>software</i>	166
Conclusion, limites et voies de recherche	168
Bibliographie	170

CHAPITRE 11

TOURISME, COMMÉMORATION ET MÉMOIRE MILITAIRE CANADIENNE À L'ÉTRANGER

par Jean Martin

Les cérémonies militaires canadiennes	173
Le déroulement des tournées de commémorations militaires.....	176
La participation locale	178
La visite des champs de bataille	178
Les grands pèlerinages de masse.....	179
Vimy et la mémoire militaire canadienne	181
Mémoire et commémoration	183
Bibliographie	184

CHAPITRE 12**LES ROUTES HISTORIQUES : LE CAS DE L'IMMIGRATION
DANS LE SUD DE SANTA CATARINA, BRÉSIL**

par Virginia Gomes de Luca et Alina Gonçalves Santiago

Introduction	185
L'idée d'occuper le sud de l'État de Santa Catarina.....	187
Sur l'immigration dans le sud de Santa Catarina.....	187
Les routes.....	188
Le chemin de fer Dona Teresa Cristina.....	191
Le paysage.....	191
Conclusion.....	193
Bibliographie.....	195

CHAPITRE 13**LA PERMANENCE DU CHEMIN DANS LE TERRITOIRE:
LE CAS DU CHEMIN DU BIO-BIO AU CHILI**

par Hugo Capellà Mitermique

Chemin et territoire : une réalité sous-estimée.....	197
La dimension spatiale du chemin.....	199
La dimension temporelle du chemin.....	205
La permanence du chemin.....	215
Bibliographie.....	217

CHAPITRE 14**RECONVERSION D'ANCIENNES ROUTES ÉCONOMIQUES
FLUVIALES EN ITINÉRAIRES TOURISTIQUES DURABLES****Les canaux de Bretagne, de la stratégie à l'implication des
acteurs**

par Manuelle Aquilina et Claire Mahéo

Les canaux en Bretagne : contexte historique et géographique.....	224
Potentiel patrimonial des itinéraires fluviaux.....	226
Le projet « canaux de Bretagne » :	
une volonté d'agir sur le développement touristique.....	228
Des problèmes multiples pour le projet :	
des difficultés surmontables?.....	231
Les canaux : un espace investi par une multiplicité d'acteurs.....	234
Bibliographie.....	237

CHAPITRE 15**LA REVITALISATION DES STATIONS THERMALES DU
MASSIF CENTRAL FRANÇAIS PAR « LA ROUTE DES
VILLES D’EAUX : ENTRE MÉMOIRE ET INNOVATION
par Marie-Ève Férérol**

Les stations thermales du Massif Central :	
des territoires en déprise	240
Le remède à la crise : la revalorisation du passé	243
Du concept à l’animation.....	246
Le bilan 15 ans après la création de la RVE.....	249
Conclusion	252
Bibliographie	253

CHAPITRE 1

Introduction : tourisme et route, les origines

Pascale Marcotte

Université du Québec à Trois-Rivières

Laurent Bourdeau

Université Laval

Terrestre, nautique, aérienne, onirique ou métaphorique, la route est implicite au voyage, inhérente au tourisme. En effet, la route permet le déplacement hors de l'environnement quotidien, et ce, tel que le stipule la définition même du tourisme. Elle peut être un moyen transitoire d'atteindre une destination, ou encore la raison même du voyage. Dans ce cas, l'itinéraire et le déplacement deviennent l'objectif du voyage.

Les liens entre tourisme et route se posent dès le départ. Le mot «touriste» tirerait son origine du latin «tornus» qui signifie une personne qui fait un «tour» pour revenir à son point de départ (Smith, 1992; Lopez, 2011 dans Gonzalez, 2013). Au plan historique, l'invention du tourisme est aussi associée au Grand Tour, c'est-à-dire à ces voyages d'études entrepris par les jeunes bourgeois et aristocrates européens au XVIII^e siècle. Ces jeunes entreprenaient un tel voyage afin de parfaire leur éducation et développer une culture commune avec les autres nations européennes (Boyer, 2005). À la même époque, des guides étaient également publiés en Grande-Bretagne, et invitaient les voyageurs à suivre les routes pittoresques de l'Angleterre et de l'Écosse pour découvrir, et s'émerveiller devant les paysages (Aitchison *et al.*, 2002; Macleod *et al.*, 2009). Ces voyageurs à la recherche de connaissances, d'humanisme ou de beauté, faisaient donc comme les pèlerins du Moyen Âge, qui bien avant eux, avaient pris la route pour se rendre, de monastère en monastère, en quête de connaissances et de nouvelles sensations.

Malgré l'éloignement temporel de cette ère des pèlerinages, on constate, quelques centaines d'années plus tard, que la pratique des routes et des pèlerinages connaît un regain important. Plus que millénaire, le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle a attiré en 2012 plus de 190 000 personnes, des pèlerins « officiels » qui ont atteint la cité après avoir marché au moins 100 km ou traversé au moins 200 km par d'autres modes (ex. cyclable, équestre) (Bureau des pèlerins, 2013). Évidemment, les raisons justifiant ces randonnées ont changé, la pénitence et la religiosité n'étant plus au nombre des motivations les plus fréquemment citées. Marchés en période de vacances, les chemins de Saint-Jacques comblent plutôt un besoin de nature, de lien social, d'évasion de la vie quotidienne, mais surtout de changement de rythme (Gonzalez, 2013).

Certes, pèlerinage et tourisme diffèrent ontologiquement, mais les motivations contemporaines à prendre la route demeurent fort semblables. Pèlerins et touristes prennent aujourd'hui la route par « choix », et non pour répondre aux injonctions de la guerre, de l'exil ou du travail. Dans les deux cas, il s'agit d'un déplacement ayant lieu au cours du temps libre ou libéré, à ce temps qu'il est essentiel de libérer pour que l'industrie touristique soit possible (Davidson et Gitlitz, 2002).

Pèlerins et touristes sillonnent ainsi les routes. Des routes, physiques, concrètes, et des routes métaphoriques, celles du cheminement symbolique, de la rupture avec la vie ordinaire. Tous ces « routards » n'accordent pas la même importance à cette entreprise. D'aucuns traversent les routes sans autre préoccupation que d'atteindre la destination finale, d'autres y voient une occasion de renaissance, de ressourcement, d'évasion ou de reconnexion avec une communauté particulière. Pour ces derniers voyageurs, le voyage sera comparable à un rite de passage, alors que le déplacement permet le passage d'un temps et d'un lieu ordinaires, à un temps et à un lieu extraordinaires, et où l'accession à ce lieu procure un changement d'identité, permet de devenir un « initié » (Davidson et Gitlitz, 2002).

Le temps qu'il faut lui consacrer, et l'espace qu'elle impose de franchir, accordent à la route un rôle essentiel. Elle permet la séparation d'avec le quotidien, l'anticipation de l'expérience, le dépaysement au moment de l'arrivée à destination, et finalement, le retour et la réincorporation au quotidien. Aujourd'hui, la facilité, la rapidité, la banalisation des déplacements rendent moins propice l'expérimentation de cet espace liminal qu'est la route. Néanmoins, l'intérêt accordé à la route va aussi au-delà de l'intérêt du pèlerin ou du touriste.

Au plan touristique, le succès des chemins et des routes illustre aussi l'intérêt porté par les visiteurs et les organisations associées au tourisme, à la patrimonialisation des sites, à la possibilité d'avoir accès à des sites uniques, authentiques

et bien conservés. La route permet la découverte de soi, mais aussi de son environnement patrimonial, naturel : touristique.

L'histoire des guides touristiques, et notamment des Guides Michelin, nous rappelle d'ailleurs à quel point la route et l'industrie du voyage sont liées (voir Bertho Lavenir, 1999; Francon, 2001). Dès l'origine, les guides ont eu pour fonction de renseigner le voyageur sur les routes à emprunter pour arriver à destination. Ils ont par la suite suggéré des routes et des itinéraires particuliers; des plus rapides, des plus pittoresques, des plus significatives. Encore aujourd'hui, des guides complets sont dédiés aux routes mythiques, expliquant à force de photos, de cartes et de citations d'écrivains ou de maîtres spirituels célèbres, les raisons fondamentales pour lesquelles il faut « faire ces routes ». Les guides touristiques racontent comment ces routes relient, racontent et matérialisent l'histoire d'un pays, d'un rêve ou d'une époque (voir entre autres le Guide Gallimard sur les routes mythiques des États-Unis [2011], ou encore les nombreux guides touristiques sur la Route 66). Fréquenter ces routes équivaut à marcher dans les pas des ancêtres et des héros.

PAR QUATRE CHEMINS

Chemins, routes, itinéraires, circuits, la terminologie est variable et parfois interchangeable. Selon les domaines – géographique, philosophique, linguistique –, le sens métaphorique que l'on veut y attribuer, ou encore son histoire, les termes et les définitions pour définir la route changent.

Malgré cette difficulté, et sans prétention d'exhaustivité, sont présentés ici quelques éléments définitionnels qui font consensus. Ces éléments sont tirés d'écrits scientifiques, de codes de la route nationaux, de rapports de ministères responsables du tourisme (ex. France, Belgique [IBSR, 2014; Ministère wallon des Affaires intérieures et de la Fonction publique, 2014], Québec [Ministère du Tourisme et ministère des Transports du Québec, 2006]), ainsi que de dictionnaires (ex. Le grand dictionnaire terminologique).

Un sentier est une voie publique étroite, dont la largeur ne permet que la circulation des piétons ou encore des véhicules n'exigeant pas un espace plus large que celui nécessaire aux passages pour les piétons.

Un chemin est une voie publique plus large que le sentier, mais non aménagée pour la circulation des véhicules en général. Cette voie de communication est d'importance secondaire par rapport à la route. Les termes « chemin de terre », « chemin de fer », « chemin forestier » illustrent l'utilisation de ce type de voie pour servir de passage d'un lieu à un autre, pour un mode de transport particulier. La désuétude de certains modes de transport à l'origine de ces « chemins », notamment les chemins de halage, ou les chemins de fer, a permis de

récupérer ces voies pour en faire des sentiers ou des voies touristiques (ex. des voies cyclables aménagées sur les anciens chemins de fer, voir aussi l'article de Aquilina et Mahéo dans ce recueil).

Le chemin s'apparente aussi à un trajet ou à un itinéraire. Un itinéraire routier, concrètement dessiné sur une carte ou une route, ou un chemin au sens figuré (comme dans « faire son chemin », « cheminer »), alors associé à l'idée de la progression, de ligne de conduite. On retrouve également l'idée du chemin qui, par la mise en réseau de plusieurs entrées, permet d'accéder à différents lieux. Les « chemins de mémoire » proposés par le ministère de la Défense français (2013) en sont un exemple. Le site web documente plusieurs lieux de mémoire associés aux guerres ou conflits, il est alors possible pour l'internaute de visiter virtuellement ces lieux en interrogeant la banque de données par différentes entrées (conflits, régions ou type de lieux de mémoire).

Une route est une voie de communication publique aménagée pour la circulation des véhicules en général. Une route touristique quant à elle favorise surtout les parcours en dehors des grands axes routiers afin d'agrémenter les déplacements, de pouvoir profiter de paysages distinctifs et des richesses patrimoniales régionales, tout en ayant accès à divers services touristiques. Les voies vertes ou routes vertes sont des espaces réservés aux déplacements non motorisés (pédestre, cyclable ou équestre), et dont l'aménagement (paysager, de largeur, de déclivité et de revêtement) vise à offrir une utilisation conviviale, sécurisée, accessible et agréable au plan esthétique et sensoriel.

En tourisme, les routes panoramiques, qui offrent des paysages particulièrement intéressants pour les touristes, peuvent être un moyen agréable de se rendre à destination, ou être l'objet même du voyage. Certains guides touristiques (Ex. Guide Gallimard, 2011) transforment ainsi ces trajets en produits touristiques, et non plus en simple modalité de transport.

Les routes à thèmes sont un autre modèle de routes devenues « produits » touristiques. Le ministère du Tourisme et le ministère des Transports du Québec (2006) ont défini ces routes touristiques

comme un trajet à suivre le long d'un chemin pittoresque, axé sur une thématique distinctive et qui relie un certain nombre de sites touristiques évocateurs et ouverts aux visiteurs. On y trouve également une variété de services complémentaires, tels l'hébergement, la restauration, des postes d'essence ainsi que des services d'accueil et d'information touristiques (p.6).

En France, l'itinéraire touristique est défini comme « un trajet à suivre pour aller d'un point à un autre, en passant par un certain nombre de pôles touristiques ouverts à la visite et suivant un chemin pittoresque » tandis que la « route touristique est un itinéraire thématique, linéaire en boucle ou en étoile, plus particulièrement destiné à être parcouru en automobile » (voir Fagnoni 2003, p.26).

Une route touristique pourrait alors être définie comme un réseau organisé et permanent de diverses composantes : un tracé géographique, des services et des prestations pour les touristes, des attraits à visiter, un thème ou une scénarisation distinctive, ainsi que des outils de commercialisation communs aux partenaires de la route (ex. label, signalisation, image de marque).

Indications à suivre pour se rendre d'un lieu à un autre, un itinéraire peut être défini comme une succession de tronçons ou une partie de route. On retrouve alors le « circuit », soit un itinéraire comportant plusieurs étapes, au terme duquel le visiteur revient au point de départ et formant une boucle. Contrairement au circuit, la route possède un point de départ et un point d'arrivée différents (ministère du Tourisme et ministère des Transports du Québec 2006).

La taille et l'échelle de ces routes ou itinéraires varient également. Tel que l'indique la définition française, la route fait généralement référence à un plus vaste territoire, à visiter en voiture. De même, au Québec, une route touristique officiellement reconnue doit s'étendre sur au moins 50 kilomètres. À l'échelle de la ville ou d'un quartier, on parlera davantage de parcours. Parcours de quartiers riches et célèbres ou de parcours « secrets et insolites » à faire à pied, en vélo ou par tout autre mode de transport.

LES GRANDES ROUTES

Une route peut également se mesurer à l'échelle de pays ou de continents – comme le Sentier des Incas, la Route des Phéniciens ou de la soie, – et elle fera le plus souvent référence à une route ancienne. En effet, plusieurs routes touristiques servaient à l'origine d'autres fins, qu'elles aient été militaires, commerciales, et leur histoire particulière leur attribue aujourd'hui une bonne part de leur identité et de leur imaginaire.

Ces grandes routes se composent de marqueurs tangibles (étapes, services, tracés physiques), mais témoignent aussi de l'établissement des modes de communication entre les peuples et les lieux, des échanges d'information, de biens, de personnes. Plusieurs de ces grandes routes ont été labélisées par des organismes internationaux, des labellisations qui visent tant à développer le tourisme culturel dans les régions traversées par ces routes, qu'à faire connaître le rôle essentiel de ces routes dans l'histoire de l'humanité. On retrouve ainsi les routes inscrites sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, dont la route des esclaves, ou la route de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle. Dans le même esprit, la charte ICOMOS des itinéraires culturels¹ définit ces itinéraires comme une voie de communication matériellement délimitée (qu'elle soit terrestre, aquatique ou autre) et ayant une dynamique historique

1. http://www.international.icomos.org/charters/culturalroutes_e.pdf

propre. Ces parcours traduiront les échanges culturels, symboliques, commerciaux partagés entre des périodes historiques et des peuples. Les itinéraires culturels comportent ainsi des éléments patrimoniaux tangibles associés à la fonction de « route » (douane, auberge, éléments du commerce) et intangible (échange de connaissances, innovations culturelles issues de ces échanges).

Les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, mis en place au milieu des années 1980, souhaitent, à travers la création de ces parcours de tourisme culturel, faire la promotion du patrimoine et des valeurs européennes (voir le texte de Berti dans ce recueil). Devant regrouper au moins trois pays membres du Conseil de l'Europe, l'objectif des itinéraires culturels est alors de faire connaître les fondements de la citoyenneté européenne par la visite de lieux patrimoniaux forts et communs à l'ensemble des résidents de l'Europe.

Ces éléments définitionnels permettent donc de constater qu'il existe un vocabulaire spécifique selon la taille de routes, leur genre et leurs objectifs. Ces éléments mettent également en exergue que la route possède, en dernière analyse, une valeur supérieure à la somme des éléments qui la constituent et qui lui donnent son sens (Beudet 2003). Les routes ou itinéraires touristiques consistent finalement à raconter une histoire à propos de lieux, de personnages, d'événements et de patrimoine. Ils comportent une dimension d'éducation, mais doivent aussi tenir compte des caractéristiques esthétiques, de détente, de divertissement propre à l'univers touristique. La sélection des éléments à inclure dans ce parcours et l'interprétation qui en sera donnée, transformeront alors des lieux anonymes, interchangeables, en des lieux d'identité, d'histoire, de sens. (Macleod *et al.*, 2009).

APPROCHES ET ARGUMENTAIRES DES ROUTES TOURISTIQUES CONTEMPORAINES

On retrouve à la fois peu et beaucoup d'articles scientifiques concernant les routes touristiques (Hayes et Macleod, 2008; Reis et Jellum, 2012). Ces dernières années, un nombre grandissant d'articles analysant des types de route en particulier, tel que les sentiers, les voies ferrées transformées en voies vertes, les routes thématiques (ex. Beeton, 2006) ont été publiés. Toutefois, considérant la multiplicité des routes touristiques dans le monde, et le fait que les professionnels du tourisme y recourent largement et depuis fort longtemps afin de proposer à leurs visiteurs une offre touristique organisée et facilement lisible sur leur territoire, relativement peu d'écrits font état de leur mode de fonctionnement.

Certes, la multiplication des routes des vins, des fromages, des églises, des écrivains, des peintres, des explorateurs, des moulins, des cabanes à sucre, des châteaux de contes de fées, et même les routes surnaturelles (voir Nemeth et Che, 2013) ont, à force, banalisé l'intérêt de l'étude de ces routes. À titre

d'exemple, plus de 1 300 routes de toutes sortes étaient recensées en 2007 en Angleterre (Macleod *et al.*, 2009). S'ajoutent à la diversité des thématiques, les spécificités des types de routes, d'environnement, ou de mode de transport : véloroute, chemins de halage, parcours patrimoniaux, milieux urbains ou ruraux, grandes routes historiques aux ramifications multiples.

Il existe donc une panoplie de routes, des plus simples au plus complexe, des courtes et des longues, d'immémoriales aux éphémères, des historiques et des fictionnelles, celles des hauts lieux incontournables et celles des parcours insolites, réservés aux initiés. Les parcours se déclinent aussi sous plusieurs thématiques : géographiques, certes, mais aussi historiques, artistiques, littéraires, anthropologiques, de savoir-faire, temporel – selon la saison ou l'heure du jour. Ce sont d'ailleurs ces thèmes qui organiseront le récit du parcours, qui lui donneront une couleur unique et cohérente.

Finalement, les objectifs présidant à l'établissement des routes peuvent être fort différents : économiques, sociaux, culturels, politiques, souvent tout à la fois. Les modes de gouvernance de ces routes sont aussi divers (voir Hayes et Macleod, 2008). L'étude de ces routes doit donc nécessairement prendre en considération la complémentarité des points de vue et les différences de registre entre les types de routes, celles à vocation économique, basées sur les acteurs de l'industrie touristique, et celles à vocation culturelle, souhaitant surtout mettre en valeur l'histoire de la route et de ses « passagers » successifs.

Typologie de routes

Si la conception d'une route à vocation touristique semble relativement simple, sa mise en place, et surtout sa pérennité, vont au-delà de la mise en commun, par quelques prestataires touristiques, d'outils promotionnels. Il ne s'agit donc pas simplement de baliser et de signaler la route à suivre, de sélectionner un thème à la mode, mais aussi de considérer les objectifs des différentes parties prenantes. Ces objectifs peuvent être économiques, culturels, politiques, et doivent aussi tenir compte des motivations des touristes.

L'argumentaire économique : le développement de produits touristiques

Parmi les raisons présidant à l'élaboration d'une route touristique, les arguments économiques se déploient de diverses façons. La mobilisation de plusieurs acteurs touristiques autour d'une route peut devenir un outil de développement local, social et environnemental (Hayes et Macleod, 2008). En effet, une route favorise la mise en réseau des acteurs, et la mise en commun des ressources aux fins de commercialisation (ex. les brochures, publicités, labels).

À cause de sa nature même, une route regroupe plusieurs acteurs. La perception qu'une région comporte une certaine densité et diversité d'attraits dans un espace circonscrit peut favoriser son attractivité, et à terme, accroître et diversifier la fréquentation touristique. Dans certaines situations, une route pourrait réduire les effets de la saisonnalité, en répartissant la fréquentation sur un plus vaste territoire, en diversifier les profils de clientèles, ou en prolonger la durée des séjours (Leask et Barriere, 2000; Hayes et Macleod, 2008).

Ainsi, la conception et la mise en tourisme des routes peuvent viser à entraîner les visiteurs hors des circuits touristiques habituels, et ce, afin de générer une activité économique sur des lieux excentrés. Le milieu rural est exemplaire à cet égard, alors qu'il comporte de très nombreux circuits agroalimentaires (route des vins, des fromages, des pommes...) (Kline *et al.*, 2012). Ces régions rurales, confrontées à des changements structurels majeurs au plan économique, agricole, démographique, de l'aménagement du territoire, peuvent considérer la diversification des sources de revenus par le tourisme comme une avenue prometteuse. La venue de touristes peut créer des emplois, mais également revaloriser le patrimoine culturel et naturel rural. Tant les touristes que les producteurs bénéficient d'une telle combinaison (Mason et O'Mahony, 2007). Plutôt qu'être simplement en concurrence, les acteurs deviennent partenaires, rendant possible la synergie déployée par les efforts de tous. La concentration des efforts peut également faciliter l'aménagement et la mise en valeur du territoire (Beaudet, 2003), et ce, pour des territoires très divers (ex. dans les quartiers de ville, dans les régions rurales, mais aussi pour les espaces lacustres, notamment avec des routes à pagayer). L'offre de routes n'est évidemment pas limitée au milieu rural, alors que d'autres sites recourent également à la commercialisation via les routes afin de convaincre les touristes de faire un détour pour visiter, par exemple, d'anciens quartiers industriels, tels que la visite de l'urbanisme horloger de La Chaux-de-Fonds en Suisse (voir le texte de Babey et Courvoisier, dans ce recueil).

L'économie de l'expérience et la thématization

L'augmentation du nombre de routes est concomitante au développement du marketing expérientiel et de l'ensemble de ses dérivés, notamment touristiques. Le marché touristique ayant atteint le stade de la maturité, tant sur le plan du nombre de touristes que sur le plan de l'offre, on a assisté à l'émergence de produits de plus en plus spécialisés. Afin de se distinguer de la concurrence, les offres de tourisme immersif, visant à offrir des formes d'apprentissage et d'engagement personnel, de stimulation et de participation dans l'expérience se sont développées (Smith, 2006). Plusieurs attraits et routes se sont dès lors construits autour d'histoires (storytelling) afin de soutenir et d'encadrer le visiteur, des narrations jumelant des dimensions éducatives, de divertissement, d'évasion et d'esthétique

(Macleod *et al.*, 2009; Mason et O'Mahony, 2007). La narration et la création de thèmes permettent aux touristes de s'impliquer intellectuellement et émotionnellement, d'établir une relation signifiante avec les lieux (Bryon, 2012). Les routes servent ainsi à fournir des outils de commercialisation, mais aussi d'information, d'interprétation. Ce ne sont pas seulement les acteurs touristiques qui sont reliés ou mis en réseau, les touristes qui circulent sur ces routes doivent aussi en apprécier le sens (Drouin, 2006; Macleod *et al.*, 2009).

La création d'ambiances particulières, de modes de participation et d'apprentissage actifs, tout en respectant l'autonomie du visiteur, sont autant d'attributs qu'il est possible d'intégrer lors de la mise en place de routes. Les routes et surtout leur interprétation thématique théâtralisée ou animée fournissent un sens à l'expérience des visiteurs, ne réduisant pas la pratique du parcours à une tâche (Macleod *et al.*, 2009).

De même, la signalisation, les jeux d'éclairages qui peuvent s'inscrire dans la thématisation ajoutent à la fantaisie, mais aussi à la sécurité des visiteurs. Les modes de déplacements, à pied, en vélo ou en bateau, varieront aussi selon le temps et la distance qu'on voudra couvrir. Ces modes influenceront aussi la façon de sentir et ressentir l'histoire racontée (voir l'article de Nageleisen). Le parcours marché, à un rythme lent, permet de lire, de photographier, mais aussi de stimuler d'autres sens comme l'ouïe et l'odorat. La bicyclette permet de plus longs périple et est particulièrement propice pour apprécier les paysages historiques plus vastes. Le confort de l'automobile assure le franchissement de grandes distances, mais aussi le transport d'une kyrielle de cartes et guides, soutiens essentiels de ces parcours. D'autres modes de transport, plus ou moins usités selon les époques – comme le bateau – donnent souvent accès à des lieux et des points de vue tout aussi inusités (ex. les balades sur les canaux à Bruges).

Dans ce cadre, l'arsenal technologique a décuplé les possibilités de transfert d'informations au public. Si les cartes et les guides imprimés peuvent fournir moult informations, rendre le parcours signifiant peut également passer par des outils électroniques tels que le téléphone intelligent, qui combine la géolocalisation, le contenu historique, mais également des mises en contexte favorisant l'implication du visiteur. Ces outils permettent aussi de diffuser les informations en plusieurs langues, un avantage important pour les touristes internationaux. Évidemment, ces outils et les images qu'ils véhiculent transforment l'imaginaire des lieux, les attentes et la compréhension des environnements visités, mais aussi la façon de se représenter soi-même, « en direct » de ces lieux (voir l'article de Voase dans ce recueil).

Argumentaire écologique

Des produits touristiques plus verts, meilleurs pour la santé des touristes et de la planète, apparaissent partout dans le monde. La marche et le vélo, activités physiques et de mobilité de plus en plus pratiquées, favorisent donc aussi la création de produits et de routes touristiques (Weston et Mota, 2012).

Reis et Jellum (2012) présentent un cadre conceptuel intégrant les attributs et conditions facilitantes pour proposer une voie verte durable à partir d'anciennes voies ferrées. En effet, ces anciennes voies de chemin de fer sont particulièrement propices à la transformation en chemin touristique pédestre, cyclable ou équestre de par leurs caractéristiques physiques (pente douce, courbe large, aménagement, dureté du sol); la longueur du parcours permettant aux touristes d'y séjourner pour plus d'une nuitée, et facilitant ainsi les contacts avec les visiteurs; la mise en valeur du patrimoine avec la possibilité d'apprendre sur l'histoire locale; les portes d'entrée et de sortie qui combinent les services touristiques (restaurant, hébergement, attrait); les aspects environnementaux (protection de l'environnement floristique et faunique ou des routes de migration) et la beauté du paysage et de l'architecture locale qui demeurent une des raisons principales du choix d'une destination. La mise en place de ces routes, avec une offre de service à proximité, stimule ainsi l'attractivité, mais permet aussi une gestion plus durable des lieux, notamment en répartissant les touristes le long de cette route, ce qui en diminue autant les impacts (Briedenhann et Wickens, 2004).

Les usagers des routes vertes, cyclistes ou piétons, sont parfois des touristes, mais souvent des usagers réguliers qui choisissent de les emprunter pour leur beauté, l'agrément et le plaisir de garder un esprit vacancier au quotidien (Beeton, 2008; Willard et Beeton, 2012). Dans ce cadre, ces routes sont aussi associées à des formes de tourisme plus écologiques telles que le « slow tourism ». Cette forme de tourisme favorise la contemplation des paysages, l'apprentissage de l'histoire ou de la culture locale, ainsi que la rencontre avec des résidents (Gonzalez, 2013, mais aussi le texte d'Aquilina et Mahéo dans ce livre). À la quantité de kilomètres parcourus s'opposent la nécessité de réduire son empreinte environnementale ainsi que la prise en compte de la qualité de vie des résidents et des touristes (Dickinson et Lumsdon, 2010).

Argumentaires sociaux et culturels : visiteurs et visités

La route peut ainsi générer des retombées économiques, mais elle contribue également à faire connaître une région et agit dès lors comme un outil de marketing territorial (Beudet, 2003). Pour ce faire, la route ne doit toutefois pas être simplement un trait forçant l'union entre des attraits disparates et des

lieux excentrés. Pour prétendre être un outil de développement et de commercialisation touristiques, les routes touristiques doivent être cohérentes au plan spatial, fonctionnel, mais également au plan conceptuel (Beaudet, 2003, et l'exemple des routes viticoles par Lignon-Darmaillac dans ce livre). Pour être pérenne, la route doit se baser à partir d'éléments communs, qui ont un lien entre eux.

La nécessité de rendre la route signifiante pour le visiteur, de justifier la raison pour laquelle il choisirait de lui consacrer son temps et son argent plutôt qu'à autre chose implique donc que l'élaboration de la route dépasse largement les argumentaires économiques et fonctionnels. Cette élaboration s'établira selon une forme de gradation, de la route physique à la route immatérielle, symbolique. Plus les significations attribuées à la route seront partagées, plus les ramifications pourront être abstraites, et il sera possible de créer des « routes » sans qu'elles soient nécessairement facilement praticables concrètement (ex. route de la soie ou les pèlerinages). La route participera aux récits de la cosmogonie de tout un peuple (voir dans ce livre les textes de Mercier par rapport aux grands explorateurs et de Capellà Mitermique pour le peuple Mapuche du Chili).

Les objectifs de création de routes ou de parcours peuvent aussi viser la requalification de certains quartiers ou leur reconversion d'un passé industriel à l'aménagement d'espaces de plein air ou de promenade. Les exemples de parcs linéaires urbains tels la Promenade Samuel-De Champlain à Québec, ou le réaménagement des quais à Bordeaux, illustrent ces objectifs d'utilisation de « routes » pour remettre en valeur un patrimoine historique ou naturel, et d'insuffler une autre identité à ces espaces. Certaines routes ont ainsi généré de nouvelles pratiques et de nouveaux regards sur des territoires perçus comme inaccessibles, inintéressants ou réservés à une élite. Cette relation entre la pratique et le lieu de pratique est d'ailleurs bidirectionnelle. Le texte de Miaux (dans ce livre) rappelle en effet que l'action de se promener a aussi donné lieu à la création de la « promenade » comme lieu dédié à cette pratique de la marche.

Argumentaires politiques : mémoire et développement

Les routes et parcours portent inévitablement des objectifs politiques. Mettre sur pied un circuit peut être un prétexte pour fonder des partenariats, inviter à la cohabitation des groupes de population divers, ou mettre en commun des espaces que les pratiques individuelles ou de groupes avaient peu à peu privatisés. L'histoire de la « Grande route des Alpes » de Schut et Levet-Labry présentée dans ce livre met en lumière le recours à la construction de route touristique par la sphère politique dans un objectif de désenclavement régional.

Quand ils s'associent à des projets de plus grande envergure, les parcours patrimoniaux peuvent être le fer de lance de politiques d'aménagement. Par exemple, dans une perspective de développement durable, la création de circuits patrimoniaux peut aussi favoriser les déplacements verts (voir par exemple Gonçalves Santiago et Santiago Pedrotti dans ce livre). Pensons à la création de pistes cyclables qui servent autant à relier différents attraits, qu'à mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel (ex. la Indianapolis Cultural Trail²).

La dimension politique apparaît aussi inévitable dans l'histoire que l'on souhaite faire raconter par ces routes. Les lieux sélectionnés pour faire partie de la route doivent être cohérents avec son thème, et son identité. Martin le démontre de façon très particulière dans ce livre en expliquant la logique des cérémonies militaires internationales.

Le tableau 1 présente une synthèse des différentes typologies, des différents objectifs et des différents modes de gestion qui peuvent présider à la création de routes. Selon la présence de chaque élément, les routes auront des destinées fort différentes et des succès touristiques tout aussi variés.

Tableau 1.1 Typologie des routes

(traduite et adaptée à partir de Beeton, 2006; Hayes et Macleod, 2008; Kline *et al.*, 2012; Moore et Shafer, 2001; Reis et Jellum, 2012; Dorwart *et al.*, 2009).

Objectifs	Sociaux	Apprentissage, engagement communautaire, santé communautaire
	Culturels	Préservation et mise en valeur du patrimoine, valorisation identitaire, développement culturel (offres de produits et services culturels: musées, interprétation, etc.)
	Économiques	Retombées économiques, diversification économique, développement ou régénération de nouveaux produits touristiques ou territoire, marketing territorial
	Environnementaux	Développement durable, protection de la faune, de la flore, des paysages, de l'environnement bâti
	Politiques	Reconnaissance de groupes ou de communautés, outil d'inclusion ou d'exclusion politique et économique

2. http://gallery.me.com/gailpayne#100_033

Géographique	Échelle territoriale	Locale, régionale, nationale, continentale, intercontinentale
	Dimension	De quelques kilomètres à plusieurs centaines
	Configuration	Linéaire, circulaire, radiale, en réseau
	Cadre	Terrestre, aquatique, aérien, mixte
	Aménagement	Minimal (aucun) à soutenu (balisé, paysagé) Dédié au tourisme ou tourisme toléré Gestion du risque et sécurité (signalisation, éclairage, usage unique ou multifonctionnel)
	Durée	Ancienneté de la route ou développement récent, recouvrement du sol
	Modalités	Pédestre, cyclable, motorisé, équestre, nautique, mixte
Visiteurs et passagers	Genre	Religieux, culturel, naturel, sportif
	Visiteurs	Touristes ou résidents De destination (produit d'appel) ou spontanés
	Motivations complémentaires	Sociale, esthétique, ludique, apprentissage, évasion, tranquillité, immersion
	Interprétation	Outils d'interprétation développés (visite guidée, panneaux, installations sonores ou artistiques, etc.)
	Modalités d'expérience	Sens sollicités, narration, immersion
Gestion	Gouvernance	Individuelle (privée), associative (bénévole), institutionnelle (niveau étatique)
	Partenariat	Nombre et diversité de partenaires associés à la route Formalisation des partenaires (informel à formel)
	Commercialisation	Diversité et envergure des outils promotionnels
	Produits dérivés	Offres d'interprétation, objets promotionnels, services complémentaires
	Financement	Étatique, commandite, fondation ou donation, frais d'entrée ou permis d'accès
	Clientèle	Locale, nationale, internationale
	Saisonnalité	Offre ponctuelle, saisonnière, continue
	Évaluation	Capacité à évaluer les retombées (nombre de visiteurs, retombées économiques, image de marque, amélioration de la qualité de vie)

ENTRE TOURS ET DÉTOURS

*Une route qui serait toujours rectilinéaire ne pourrait que décevoir
(de même qu'une systématiquement zigzagante) :
en effet, au lieu de trouver le paysage et, par-là, de le blesser,
elle doit s'allier à lui, afin de le mieux « montrer ».
Elle est donc la « condition de possibilité » de son appréhension.*
François Dagognet (1996, p. 21)

La multiplication des routes s'explique donc tant par l'histoire des lieux que par la volonté des acteurs de s'y investir, et de maintenir ou de donner une identité particulière à cette route. Au plan touristique, le regroupement des activités et des attractions, comme un chapelet, favorise la mise en commun des ressources, mais n'est pas à lui seul garant de la réussite et de la pérennité de la route. La coopération et le partenariat entre les régions et les organisations qui y participent dépassent le simple tracé sur une carte géographique.

Il faut souligner que l'évaluation des routes touristiques n'est pas toujours aisée non plus. Les objectifs poursuivis par les différents acteurs étant parfois divergents, sinon contradictoires, la réussite des uns n'est pas nécessairement suffisante pour les autres. Bon nombre de routes n'ont été reconnues comme possédant une valeur particulière que des années après leur mise en œuvre, alors que les changements sociaux, économiques et culturels mettaient en péril ses fonctions et ses richesses tangibles et intangibles, et obligeaient les responsables ou les habitants à mettre en place des processus de patrimonialisation et de protection de ces symboles. Ces différences entre les origines des routes, leur avènement et ultimement leur consécration touristique justifieront également que toutes les routes n'aient pas la même « aura », ni la même attractivité auprès des touristes, des visiteurs et des résidents. Que la route soit labellisée par des instances internationales ou plus modestement inscrites dans le paysage, le sens de la route doit être porté par la mémoire locale pour être signifiante.

LA STRUCTURE DU LIVRE

Le livre comporte 14 chapitres, chacun démontrant conceptuellement et empiriquement la diversité de ces formes de routes et leurs apports symboliques, historiques, économiques, sociaux, culturels ou environnementaux.

Ce premier chapitre introductif visait à rappeler les liens étroits entre la route et le tourisme et à préciser la terminologie reliée aux routes touristiques. Il visait aussi à dresser une typologie des principaux arguments qui président à l'établissement ou à la reconnaissance formelle ou commerciale d'une route touristique. Ces arguments peuvent être de teneur économique, politique, socioculturelle ou environnementale. Dans tous les cas, les dimensions tant physiques que

symboliques de la route sont essentielles à considérer, tout comme la coopération entre les partenaires, les gestionnaires et les usagers s'avère incontournable si l'on souhaite assurer la pérennité de ces routes.

Les deux chapitres suivants mettent en exergue la dimension symbolique des routes et leur contribution à l'imaginaire, non seulement touristique, mais de civilisations entières. Par exemple, le chapitre rédigé par Guy Mercier raconte comment les voyages des grands explorateurs, entre quêtes et conquêtes, ont créé un univers d'enchantement, de connaissances, aussi bien que d'envie. Ces grands voyageurs ont transformé la conception du monde, et construit un imaginaire géographique dont les descriptions nous servent encore à le représenter. Leur ferveur à rejoindre « l'ailleurs » s'est transmise jusqu'à produire cette exceptionnelle entreprise d'exploration et de colonisation, qui aboutit en Amérique.

Dans son chapitre, Richard Voase compare la construction narrative de la vie à un voyage. Un voyage auquel on fixe un début, que l'on expérimente, et dont, en fin de parcours, on sélectionnera les meilleurs moments et les événements extraordinaires pour s'en rappeler et le raconter. Cette séquence d'anticipation, d'expérimentation et de remémoration sera reliée pour en faire un récit cohérent, un récit à partager. Dans la société contemporaine, le culte de l'inattendu et de l'extraordinaire accroît la nécessité d'avoir des histoires à raconter, de vivre des histoires exceptionnelles pour exister. Ce besoin est largement exacerbé par les médias sociaux qui permettent justement de raconter et de partager « en direct » ces événements extraordinaires, et d'autant plus faciles à entretenir qu'il est soutenu par des équipements technologiques permettant de stocker indéfiniment des souvenirs mémorables et impérissables. Richard Voase nous invite donc à réfléchir sur ce qu'est l'extraordinaire, dans le voyage comme dans la vie.

Pierre-Olaf Schut et Éric Levet-Labry entraînent le lecteur dans de tout autres dimensions géographiques et temporelles. Par l'analyse de la création de la Grande route des Alpes au tournant du XX^e siècle, les auteurs expliquent comment cette route a d'abord été imaginée par les acteurs publics dans le but de construire des infrastructures routières. Cette route assurerait ainsi le développement local en accroissant la mobilité des résidents et des touristes, et en favorisant l'implantation d'équipements touristiques. Si le contexte politique et économique de la Première Guerre a plombé l'évolution du projet, il n'en demeure pas moins que la création de cette route a généré de toutes nouvelles pratiques touristiques dans ces régions de montagnes. La route n'est plus dès lors apparue comme un obstacle à franchir pour arriver à destination (à l'époque, il s'agissait de l'établissement de cure thermale), mais une activité à part entière qui permettrait de découvrir un paysage et un pays différent.

Au chapitre 5, Sylvie Miaux invite le lecteur à se concentrer sur l'expérience de marcheurs en suivant, « en temps réel », un itinéraire qu'ils ont choisi. Qu'il s'agisse de touriste ou de résident, l'auteure démontre l'importance de la patrimonialité dans l'attachement des marcheurs à l'itinéraire choisi. Les significations accordées à l'espace cristallisent ainsi à la fois l'histoire personnelle, mais aussi l'histoire des lieux. Les sensations vécues par les marcheurs se manifestent certes en « temps réel », mais elles sont modulées aussi par leur propre passé, et le passé de la ville. Les « méthodes mobiles », à la base de cette recherche, sont également expliquées. Leur apport novateur dans la compréhension des phénomènes touristiques illustre bien la nécessité d'adapter les méthodes à ce monde imminent, mobile et présent.

Alina Gonçalves Santiago et Gabriel Santiago Pedrotti présentent au chapitre 6 le développement touristique durable d'un village de pêcheurs dans le sud du Brésil, à Costa de Lagoa. Ce village de pêcheurs de fruits de mer a su maintenir des activités traditionnelles ancestrales, et un certain équilibre social, grâce à la route. Une route à la fois difficile d'accès, ce qui a obligé les villageois à assurer une production locale pour maintenir l'approvisionnement, mais suffisamment développée pour permettre aux touristes d'y accéder. La difficulté d'accès a ainsi protégé l'authenticité du lieu et évité la banalisation du mode de vie des pêcheurs. Les pratiques ethnotouristiques qui sont maintenant développées visent aujourd'hui à préserver cet équilibre entre le patrimoine naturel et culturel de l'île et l'adaptation à l'accueil des touristes.

Au chapitre 7, Sébastien Nageleisen amène le lecteur à réfléchir aux liens entre le paysage et la route. Alors que pendant longtemps le paysage était perçu à travers une position fixe, la mobilité et la vitesse de déplacement ont créé de nouveaux types de représentations paysagères. Les routes et les itinéraires touristiques, par la sélection des lieux qu'ils opèrent, et par le mode de déplacement – plus ou moins rapide – qu'ils favorisent, produisent des paysages que le touriste observera à son tour, et qu'il choisira de reproduire et de partager. À partir de l'exemple de trois routes, la Via Alpina, la route des vins d'Alsace et les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, et s'appuyant sur différentes méthodes d'évaluation des paysages touristiques à partir des photographies, l'auteur démontre que les paysages sont intimement modulés par l'itinérance.

Au chapitre 8, Éléonora Berti explique les objectifs des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, itinéraires qui ont été conçus afin de donner une forme concrète et géographique à la mémoire et à l'histoire communes des citoyens européens. Ces itinéraires se veulent une façon d'ancrer l'identité européenne dans des lieux particuliers et communs à tous les citoyens. Certains de ces itinéraires plongent dans l'histoire ancienne, commerciale, artistique, religieuse ou politique, comme les Chemins vers Saint-Jacques-de-Compostelle. D'autres, comme la Via Regia, racontent des mémoires douloureuses, récentes,

de nations séparées ou réunifiées. D'autres encore relatent des épreuves universelles, mais vécues de façon profondément individuelle, telle que la Route des cimetières. Depuis 25 ans d'existence, ce sont 24 itinéraires partageant les mêmes objectifs de faire partager une mémoire et une identité commune, ont été reconnus.

Au chapitre 9, Sophie Lignon-Darmaillac démontre la diversité des routes et des objectifs qui président à la création des routes des vins, que ce soit en Europe ou dans le « Nouveau Monde ». Ces routes ont souvent été les premiers outils commerciaux utilisés pour ouvrir les vignobles aux touristes. Toutefois, les objectifs, les formes géographiques, les thématiques et les modes de déplacement suggérés par ces routes sont quant à eux fort différents. Entre la volonté de développer un tourisme gastronomique, de favoriser la vente directe des produits vinicoles dans les propriétés, de faire vivre une expérience touristique « complète » (aussi bien architecturale que gustative), de mettre en valeur la tradition ou au contraire l'innovation viticole, les routes se sont démultipliées sur les territoires et réorganisées via des labels et des institutions à vocation promotionnelle.

Nicolas Babey et François Courvoisier démontrent comment le patrimoine urbain horloger de La Chaux-de-Fonds et du Locle dans la région de Neuchâtel (Suisse) a bénéficié de la labellisation de l'UNESCO. Le nombre de touristes semble avoir augmenté, mais il est apparu rapidement que cette labellisation n'était pas, à elle seule, suffisante pour assurer l'expérience du touriste. En fait, cette labellisation apparaît comme une occasion exceptionnelle de renforcer la synergie entre les organisations touristiques régionales et comme un outil de marketing territorial efficace pour faire connaître la région et ses parcours urbains. Toutefois, les touristes semblent déçus de ne pouvoir avoir accès à ces industries horlogères, à l'origine même du patrimoine labellisé. Dans ce cadre, les technologies de l'information et des communications pourraient s'avérer un produit touristique complémentaire et contribuer à la valorisation des itinéraires et du patrimoine horloger. Ainsi, si les infrastructures sont bien présentes dans la région pour soutenir le développement touristique, il manque encore de cohésion entre les acteurs locaux pour partager le risque associé aux innovations touristiques.

Le chapitre 11 illustre un cas de déterritorialisation touristique. Avec l'exemple des cérémonies militaires canadiennes qui ont lieu annuellement dans plusieurs pays du monde, Jean Martin démontre que ces cérémonies, même tenues à l'étranger, sont conçues pour un public canadien. Lors de ces commémorations, que l'on pense à celles de la bataille de la Crête de Vimy ou à celle du débarquement de Normandie de juin 1944, les principaux acteurs (dignitaires, ministres, représentants officiels) et le public (les militaires des Forces canadiennes, la « jeunesse canadienne ») sont des Canadiens, cependant

que les « touristes » sont finalement les résidents locaux. Ces rituels, quoique géographiquement situés ailleurs, sont prioritairement destinés, via les transmissions médiatiques, au public canadien. À ces cérémonies s'ajoutent également des visites sur les principaux lieux de batailles où se sont illustrés les Canadiens. L'itinéraire des voyages commémoratifs est là aussi organisé en « territoire canadien », même si les vétérans auraient pu avoir, pour leur part, un intérêt plus grand à reprendre contact avec des personnes et lieux qu'ils ont connus. L'histoire militaire se réduit graduellement à quelques lieux particulièrement propices à la tenue de ces cérémonies, et à l'image de ces lieux, laissant la mémoire des vétérans et des locaux qui ont vécu, ces guerres de plus en plus dans l'oubli.

Les chapitres 12 et 13 présentent des cas sud-américains. Virgínia Gomes de Luca et Alina Gonçalves Santiago illustrent les rôles essentiels des routes dans la région de Santa Catarina, au Brésil. Des premiers sentiers pédestres au chemin de fer, ces routes ont permis le développement du commerce, la circulation des richesses et ont rompu l'isolement de l'État méridional. Elles ont permis l'établissement des immigrants italiens, allemands, polonais et lettons qui venaient s'installer au Brésil. Cent ans plus tard, ces routes sinueuses, suivant la ligne de partage des eaux, la morphologie des montagnes, illustrent toujours les particularités géographiques qui ont sculpté le paysage et modelé les modes de vie des premiers arrivants européens. Même si elles se sont transformées, ces routes sont devenues des emblèmes de l'histoire de la région, de son patrimoine naturel et culturel, de son patrimoine tangible et intangible. Elles illustrent le symbole de l'identité multiculturelle brésilienne. Aujourd'hui, ce sont les touristes qui ajoutent une signification particulière à ces routes, et qui en permet non seulement d'assurer des activités économiques, mais également de renforcer l'estime de soi des communautés à travers la protection d'un patrimoine encore perçu comme significatif.

Hugo Capellà Miterrique présente le fleuve chilien Bio Bio comme une route symbolique de premier ordre pour les différents peuples qui se sont établis sur ses rives. Pour les peuples amérindiens, les fleuves sont des routes vivantes, proprement « surnaturelles ». Le fleuve est une frontière géographique certes, mais aussi politique – notamment lors de l'établissement des colonies espagnoles – et symbolique. Toutefois, plutôt qu'une limite infranchissable, cette frontière a été un lieu d'intenses échanges culturels et commerciaux, un lieu d'équilibre entre des forces opposées et complémentaires. Le Bio Bio est ainsi à la base de la cosmovision de ses habitants, apportant non seulement une lecture spatiale du territoire et des individus qui l'occupent, mais aussi du temps qui rythme les saisons. Il symbolise le parcours initiatique entre le monde de la vie et de la force, et l'inframonde, celui de la mort.

Le chapitre de Claire Mahéo et Manuelle Aquilina concerne la mise en tourisme des canaux fluviaux de Bretagne. Si ces anciennes routes ont perdu leur principal rôle économique, elles n'en présentent pas moins un patrimoine digne d'être mis en valeur. Les infrastructures de base et les ressources patrimoniales sont aujourd'hui présentes et disponibles à cette mise en tourisme, mais les défis sont encore nombreux pour assurer le développement durable et le succès touristiques des canaux et du territoire rural environnant. Ces défis se posent au plan géographique, exigeant des aménagements spécifiques; touristiques avec une offre inégale sur le long parcours, et écologique avec la nécessité de protéger la faune et la flore qui s'y est réinstallée depuis la diminution du trafic fluvial. Il faut aussi tenir compte du réseau d'acteurs, acteurs qui sont nombreux, localisés dans différents territoires, et avec des intérêts divergents. Et finalement, il faut encore changer les habitudes des touristes, qui perçoivent les vacances en Bretagne avant tout comme des vacances sur les côtes littorales.

Au dernier chapitre, Marie-Eve Férérol dresse un portrait des transformations qui ont affecté les stations thermales du Massif Central (France) et des innovations apportées à ce produit touristique grâce à la création de la « Route des villes d'eaux ». Si pendant longtemps les villes d'eaux ont vécu grâce à une clientèle captive, depuis une vingtaine d'années, tant le mode de financement des cures (n'étant plus dorénavant remboursées), que les attentes des clientèles ont changé. La création d'une route touristique des villes d'eaux permettait à la fois de revaloriser les pratiques thermales, en misant davantage sur des pratiques ludiques, de remise en forme et de bien-être, que le patrimoine naturel, architectural et culturel. La route a également été l'occasion de rassembler les acteurs pour concevoir des produits touristiques particuliers, et surtout de les mettre en marché et d'en faire la promotion. La route est donc devenue à la fois un produit touristique, et un outil de promotion.

BIBLIOGRAPHIE

- AITCHISON, C., MACLEOD, N., et SHAW, S. (2002) *Leisure and tourism landscapes: Social and cultural geographies*, London, Routledge.
- BEAUDET, G. (2003) Les routes touristiques à thèmes : entre marketing territorial et valorisation identitaire, *Téoros*, 22 (2), pp. 4-9.
- BEETON, S. (2006) Sustainable tourism in practice: Trails and tourism. Critical management issues of multi-use trails, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3 (1), pp. 47-64
- BEETON, S. (2008) From the Screen to the Field: the influence of film on tourism and recreation, *Tourism Recreation Research*, 31(1), pp. 39-47.
- BERTHO LAVENIR, C. (1999) *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- BOYER, M. (2005) *Histoire générale du tourisme du XVI^e au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- BRIEDENHANN, J. et WICKENS, E. (2004) Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream?, *Tourism Management*, 25, pp. 71-79.
- BRYON, J. (2012) Tour Guides as Storytellers – From Selling to Sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43.
- Bureau des pèlerins (2013) Informes estadísticos en PDF por años (desde 2004) [Enligne] <http://peregrinosantiago.es/fra/bureau/statistiques/?anio=2012&mes=>, consulté le 24 juillet 2013.
- DAGOGNET, F. (1996) Route, anti-route, métraroute, *Cahiers de médiologie*, 2, 19-28.
- DAVIDSON, L.K. et GITLITZ, D. (2002) *Pilgrimage. From the Ganges to Graceland. An Encyclopédia*. ABC Clío, Oxford, England.
- DICKINSON, J. et LUMSDON, L. (2010) *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, Washington (DC).
- DORWART, C. E., MOORE, R. L., et LEUNG, Y.-F. (2009) Visitors » Perceptions of a Trail Environment and Effects on Experiences: A Model for Nature-Based Recreation Experiences, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 32 (1), pp. 33-54.
- DROUIN, M. (2006) Cette route a-t-elle un nom ou une histoire?, *Téoros*, 25 (3), pp. 73-76.
- FAGNONI, E. (2003) La mise en itinéraires touristiques des sites ferrifères du vieux bassin industriel, *Téoros*, 22 (2), pp. 22-27.
- FRANCON, M. (2001) *Le Guide vert Michelin. L'invention du tourisme culturel populaire*, Paris, Éditions Économica.

- GONZALEZ, R. C. L. (2013) The Camino de Santiago and its contemporary renewal : Pilgrims, tourists and territorial identities, *Culture and Religion*, 14, (1), pp. 8–22,
- Guide Gallimard (2011) *Routes mythiques des USA*, Paris, Gallimard.
- HAYES, D. et MACLEOD, N. (2008) Putting down routes : an examination of local government cultural policy shaping the development of heritage trails, *Managing Leisure*, 13 (2), pp.57-73.
- Institut belge pour la sécurité routière (IBSR) (2014) *Guide des réglementations routières belges* [En ligne] <http://code-de-la-route.be/textes-legaux/sections/ar/code-de-la-route/100-art2>.
- KLINE, C., CARDENAS, D., DUFFY, L. et SWANSON, J. R. (2012) Funding sustainable paddle trail development : paddler perspectives, willingness to pay and management implications, *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (2), pp. 235-256.
- LEASK, A. et BARRIERE, O. (2000) The development of heritage trails in Scotland, *Insights*, 11, pp. 117–123.
- MACLEOD, N. (2004) Seeing places : a critique of the heritage trail as a visual interpretation of place. In C. Aitchison et H. Pussard (eds), *Leisure, Space and Visual Culture: Practices and Meanings*, Leisure Studies association, Brighton, pp. 61-77.
- MACLEOD, N. et HAYES, D. (2007) Packaging places : designing heritage trails using an experience economy perspective to maximize visitor engagement, *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 45–58.
- MACLEOD, N., HAYES, D. et SLATER, A. (2009) Reading the Landscape : The Development of a Typology of Literary Trails that Incorporate an Experiential Design Perspective, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (2-3), pp. 154-172.
- MASON, R. et O'MAHONY, B. (2007) On the Trail of Food and Wine: The tourist search for meaningful Experience, *Annals of Leisure Research*, 10 (3-4), pp. 498-517.
- Ministère de la Défense (2013) *Chemins de mémoire* [En ligne] <http://www.cheminsdememoire.gouv.fr/>, consulté le 24 juillet 2013.
- Ministère du Tourisme et ministère des Transports du Québec (2006) Politique de signalisation touristique. Routes et circuits touristiques [En ligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/programmes/routes.pdf>.
- Ministre wallon des Affaires intérieures et de la Fonction publique (2014) *Plan d'itinéraires communaux verts. Sentiers, chemins, voies vertes* [En ligne] http://pouvoirslocaux.wallonie.be/jahia/webdav/shared/Cartographie/download/fiche1_sentiers_chemins_voiesvertes.pdf et http://pouvoirslocaux.wallonie.be/jahia/webdav/site/dgpl/shared/Cartographie/download/Fiche1_Glossaire.pdf.

- MOORE, R.L. et SHAFER, C.S. (2001) Trails and greenways : opportunities for planners, managers, and scholars, *Journal of Park and Recreation Administration*, 19 (3), pp. 1-16.
- MURRAY, M. et GRAHAM, B. (1997) Exploring the dialectics of route-based tourism : the Camino de Santiago, *Tourism Management*, 18(8), 513–524.
- NEMETH, D. J. et CHE, D. (2013) Alternative tourism geographies : Leveraging the ironic case of Pennsylvania's Route 666 for economic development, *Applied Geography*, 45 (0), pp.109-118.
- REIS, A. C. et JELLUM, C. (2012) Rail Trail Development : À Conceptual Model for Sustainable Tourism, *Tourism Planning & Development*, 9 (2), pp. 133-147.
- SMITH, V. L. (1992) Introduction : The Quest in Guest, *Annals of Tourism Research*, 19 (1), pp. 1-17.
- SMITH, W. (2006) Experiential tourism around the world and at home: Definitions and standards. *International Journal of Services and Standards*, 2(1), 1–14.
- WEARING, S., SCHEINSBERG, S., GRABOWSKI, S. et TUMES, K. (2009) Understanding Track/Trail Experiences in National Parks : A Review (Gold Coast, QLD: CRC for Sustainable Tourism).
- WESTON, R. et MOTA, J. C. (2012) Low Carbon Tourism Travel : Cycling, Walking and Trails, *Tourism Planning & Development*, 9 (1), pp.1-3
- WILLARD, P. et BEETON, S. (2012), Low Impact Experiences : Developing Successful Rail Trail Tourism, *Tourism Planning & Development*, 9 (1), pp. 5-13.

CHAPITRE 2

Alliance et conquête sur les routes de la découverte du monde

Guy Mercier
Université Laval

*J'apprends à composer deux mondes,
celui dont les possibilités sont limitées par des lois,
l'autre dans lequel tout ressemble à une promesse.*

Michaël La Chance

LE VOYAGE ET SA PROMESSE

Chacun de nous habite en un lieu, un coin du monde, dont il a, grâce à une expérience immédiate et continue, une connaissance intime. Mais le monde s'étend bien au-delà du lieu où nous habitons. Là-bas, derrière l'horizon, existent d'autres lieux où habitent d'autres gens. S'il y consent l'effort, le curieux peut entreprendre le voyage et rejoindre l'ailleurs. Il acquiert ainsi d'autres connaissances qui ressortent de ce que l'on appelle, depuis l'Antiquité grecque, la *géographie*. Mais la course du voyageur attise aussi craintes et espoirs, si bien que le lieu où il se rend peut lui apparaître¹ telle une promesse, celle de dissiper ses peurs ou de réaliser ses attentes. Et cette promesse module le regard porté sur le lieu visité et l'intérêt qu'on lui porte. Se forme dès lors, face à l'ailleurs et à l'étranger qui s'y trouve, une disposition. Selon l'avantage que l'on compte en tirer et la méthode pour y parvenir, s'envisage en effet une alliance ou une conquête : pour bénéficier de cette contrée qui n'est pas la sienne, l'arrivant doit-il s'assurer la coopération de ses habitants ou les contraindre, voire les défaire? Ce dilemme n'a pas d'âge et personne n'y échappe. Comme le premier

1. Le lecteur doit prendre note que le présent texte est conforme aux rectifications orthographiques.

homininé traquant sa proie toujours plus loin, l'actuel touriste assoiffé de nouveaux paysages y est lui aussi confronté, seules les modalités changeant selon l'époque. Prenons, pour en témoigner, l'exemple des explorateurs qui depuis Marco Polo ont, par diverses routes, mené l'Occident dans cette grande aventure de la découverte du monde.

Marco Polo incarne l'idée même d'exploration, tant il est associé au désir de découvrir des contrées lointaines. Sa gloire tient au formidable succès du livre où il raconta son expédition en Extrême-Orient et son séjour prolongé à la cour de Kubilaï Khan. Grâce à lui, l'Occident renoua, à la fin du Moyen Âge, avec la passion de la découverte du monde, puisque son récit devint une source d'inspiration pour les nombreux explorateurs qui, à sa suite, se lancèrent à l'assaut des confins inconnus. Le mouvement culmina lors des grandes découvertes, du XIV^e au XVII^e siècle, quand les Européens parcoururent tous les océans de la planète dans l'espoir de rallier l'Orient que Polo leur avait rendu si désirable. Au fil de ces explorations, l'Occident acquit de vastes connaissances géographiques, en même temps qu'il s'en trouva à jamais transformé. Mais que faut-il entendre exactement, dans ce contexte, par explorations? À n'en pas douter, il s'agit davantage qu'une série de voyages à travers le vaste monde. S'y révèle à la vérité le trait fondamental d'une nouvelle culture occidentale qui, s'affirmant à la fin du Moyen Âge, s'est poursuivi, sous différents visages, jusqu'à aujourd'hui. À ce titre, les explorations se conçoivent comme une masse inouïe d'énergie et d'activités qui, au cours des siècles, a permis à l'Occident de sortir de son Europe originelle et de partir à la découverte du reste du monde. Cette aventure, inaugurée au XIII^e siècle, a conduit l'Occident vers des mers et des terres qui, jusque-là, échappaient à son expérience directe. Certes, on savait dans l'Antiquité grecque que des océans et des continents lointains existaient. Le Socrate de Platon (~428–~348 av. J.-C.) l'annonçait d'ailleurs sans ambages dans *Phédon* (LVIII) : « Je suis persuadé que la Terre est immense et que nous, qui l'habitons du Phase² aux colonnes d'Héraclès, nous n'en occupons qu'une petite partie, répandue autour de la mer, comme des fourmis ou des grenouilles autour d'un étang, et que beaucoup d'autres peuples habitent ailleurs en beaucoup d'endroits semblables ». La Rome antique, pour sa part, comptait des partenaires commerciaux jusqu'en Chine. Quant à l'Occident médiéval, il se délecta longtemps du récit des aventures d'un moine irlandais – saint Brendan – qui, au VI^e siècle, partit sur l'Atlantique à la recherche, disait-on, du paradis terrestre³. Également, il se souvenait avec émotion du roi de Macédoine,

2. Fleuve de la Colchide de l'Antiquité grecque (dans l'actuelle Géorgie) qui, descendant du Caucase, se jette dans la mer Noire. Le Phase porte aujourd'hui le nom de Rioni.

3. Le moine irlandais Brendan, qui vécut de 484 à 571, voyagea dans les îles Féroé et en Islande. Sa vie aventureuse sur l'Atlantique devint une formidable légende que maints récits ont transmise à travers les siècles. Parmi bien d'autres, Benedeit, au XI^e ou au XII^e siècle, en offrit une version en langue anglo-normande où l'imaginaire l'emporte sur la réalité.

Alexandre le Grand (356–323 av. J.-C.), qui, aux dépens des Perses, avait étendu son empire au-delà de l'Asie Mineure et de la Mésopotamie⁴. Toujours au Moyen Âge, mais plus tard, certains – dont Adam de Brême (~1050–~1081)⁵ – surent que le Groenland et peut-être l'Amérique du Nord avaient été colonisés, au tournant du second millénaire, par une poignée de Vikings⁶. Parallèlement, des rumeurs de pays mystérieux parvenaient en Europe en provenance de l'Orient. Alimentées par les récits des voyageurs, ces rumeurs voulant l'existence du Pays de Cocagne accompagnaient souvent l'arrivée de marchandises exotiques acheminées par la Route de la soie. Bref, à l'époque de Marco Polo, l'Occident n'ignorait pas l'existence de contrées lointaines. Des liens avec eux subsistaient encore et l'esprit ne se privait pas de se les imaginer. Jamais toutefois, depuis l'Antiquité, les puissances européennes n'avaient mené une entreprise systématique d'exploration des horizons lointains. Or cette entreprise, qui s'amorça au XIII^e siècle et s'intensifia au cours des siècles, révéla peu à peu à l'Occident la Terre entière. Grâce aux explorations, l'Occident en vint d'abord à mieux connaître et à fréquenter systématiquement l'Asie Centrale et la Chine, ensuite l'Afrique, l'Amérique, le Pacifique et les zones polaires. Ainsi, depuis le Moyen Âge finissant, l'Occident mit le cap sur tous les azimuts, acquérant dans son sillage une connaissance du monde sans précédent. Car partout où il est passé, il en a tiré des descriptions et des cartes, constituant du coup une géographie de la totalité planétaire. Par ailleurs, les puissances européennes sont devenues, dans la foulée des explorations, des puissances politiques et économiques mondiales. En effet, les explorations étaient souvent un prélude, sinon un prétexte, pour coloniser et exploiter les contrées lointaines, un processus qui se fit

4. Les conquêtes d'Alexandre le Grand devinrent rapidement légendaires et ses exploits furent célébrés dans un roman aux multiples versions – dont celle d'Alexandre de Paris (ou de Bernay) au XII^e siècle – que l'on en fit au Moyen-Âge.
5. Au milieu du XI^e, Adam de Brême, un érudit nourri de lettres classiques et soucieux de vérité, rédigea une histoire de l'archevêché de Hambourg. À la fin du premier millénaire, cet archevêché était aux marges de la chrétienté. Au nord s'étendait le pays des Normands, et à l'est celui des Slaves, dont Rome avait entrepris la conversion. Son ouvrage, *Gesta Hammaburgensis ecclesiae pontificum*, récapitule les étapes de la propagation de la foi chrétienne dans les régions septentrionales de l'Europe, tout en en brossant un remarquable tableau géographique. Son portrait comprend une description des îles du Nord (*Descriptio insularum aquilonis*), où est révélée l'existence de l'Islande, du Groenland et d'une colonie normande en Amérique.
6. Habiles navigateurs d'origine scandinave, les Normands – c'est-à-dire les Vikings – conduisirent, à partir du VIII^e siècle, de nombreuses incursions en Europe. Cinglant vers l'ouest, ils prirent position en Angleterre, en Irlande et dans les environs. Poursuivant dans la même direction, ils voguèrent encore plus loin, jusqu'en Islande (IX^e siècle) – où se trouvaient déjà des moines irlandais – et au Groenland (X^e siècle), où ils s'établirent. Ils touchèrent même l'Amérique du Nord (Helluland, Markland et Vinland). Ces percées exploratrices et colonisatrices, relatées dans les sagas islandaises et dans d'autres textes, révélèrent à l'Europe médiévale l'existence d'un nouveau monde au cœur et au-delà de l'Atlantique Nord.

souvent au détriment des populations autochtones. Ainsi, ces voyages furent pour l'Occident non seulement l'occasion d'approfondir le savoir géographique, mais aussi d'étendre son contrôle sur de nouvelles richesses.

Lorsqu'on retrace l'histoire des explorations, on croise une galerie de personnages dont la vie, suite d'aventures extraordinaires et de découvertes fabuleuses, témoigne d'une véritable passion. En effet, on ne part pas à l'assaut de l'inconnu sans le ressort de la passion, voire de l'obsession. On n'en doute pas en ce qui concerne Colomb qui, appareillant à Palos en août 1492, s'embarqua vers l'Amérique inconnue. De même, Vasco de Gama qui contourna l'Afrique et qui débarqua à Calicut en 1497, ou encore Magellan, parti autour du monde en 1519 pour ne plus jamais revenir. Les longues courses en mer étaient à la vérité trop périlleuses pour ne pas être marquées au coin d'une formidable passion qui, parfois, confinait à la folie. La passion, on le sait, est un mouvement impétueux qui pousse l'être humain vers ce qu'il désire. Ce mouvement est si fort qu'il domine souvent, dit-on, la raison. C'est pourquoi nombre d'explorateurs pouvaient paraître si courageux face aux dangers : le bienfait qu'ils espéraient trouver au terme du voyage – gloire, richesse ou pure jouissance de voir et de connaître l'inconnu – s'avérait plus grand encore que tous les périls. Toutefois, cette ferveur ou cette obsession, qui poussait à la découverte et à la conquête, n'était pas exclusive aux seuls individus. En fait, derrière eux, toute une civilisation s'embarquait dans une nouvelle expérience géographique en y mettant d'immenses ressources économiques et intellectuelles. N'était-ce pas le cas, par exemple, du Portugal au XV^e siècle qui, grâce notamment au prince Henri, dit le navigateur, institutionnalisa et systématisa pour la première fois l'entreprise des explorations? Mais alors, que recherchait l'Occident en s'engageant dans cette expérience? Qu'est-ce qui l'animait? En quoi les explorations pouvaient-elles le motiver? Et qu'en a-t-il retiré, au-delà de la connaissance géographique et au-delà de la puissance économique, politique et militaire? Bref, qu'est-ce que notre civilisation a gagné – ou perdu – en se livrant corps et âme à la passion de la découverte du monde?

VERS UNE NOUVELLE CULTURE OCCIDENTALE

Il semble pertinent, pour aborder ces vastes questions, d'examiner tout particulièrement la figure de Marco Polo (1254–1324), ce jeune Vénitien qui au XIII^e siècle séjourna plus de deux décennies dans l'empire de Kubilaï Khan, grand chef des Mongols, qui régnait sur tout l'Orient, de la Perse à la Chine. Marco Polo relata son expérience orientale dans un livre écrit en 1298 et dont la fortune éditoriale a de quoi susciter l'envie chez de nombreux auteurs en mal de renommée : le *Livre des merveilles*⁷. Pourquoi retenir l'exploit de Marco Polo

7. L'ouvrage est connu sous plusieurs titres, dont *Le devisement du monde*, *La description du monde* et le *Livre de Marco Polo*.

comme moment inaugural où l'Occident se lança à la découverte du monde? Marco Polo ne fut pourtant pas le premier occidental à établir des contacts avec l'Orient ou à s'aventurer vers ces contrées lointaines. Des relations commerciales existaient en effet depuis l'Antiquité entre l'Orient et l'Occident et ne s'étaient pas éteintes avec la chute de l'Empire romain en 476. Au Moyen Âge, des produits de luxe en provenance d'Orient arrivaient encore en Europe, par l'entremise des marchands arabes, en suivant la fameuse Route de la soie. Il est vrai toutefois qu'à l'époque de Marco Polo, les échanges commerciaux avec l'Orient étaient gravement compromis par le conflit qui opposait la chrétienté et l'empire musulman. Ce conflit avait notamment comme enjeu le contrôle de la Terre sainte. Or ce territoire était le principal carrefour où transitaient les produits d'Orient qui parvenaient en Europe. Si l'exploit de Marco Polo prend un relief singulier, c'est donc en raison du contexte géopolitique du moment⁸.

8 Bien que peu monétarisée et passablement autarcique, l'Europe médiévale – ses élites en fait – se procurait, malgré tout, des biens de luxe (soieries, tissus, pierres précieuses, épices, etc.) provenant de contrées lointaines et acheminés, pour le plus grand nombre, par la Route de la soie, qui courraient de la Chine à la Méditerranée. Ces biens transitaient par le Proche-Orient et Constantinople, deux carrefours importants qui faisaient le pont entre l'Orient et les royaumes européens. Or la domination des musulmans sur la Palestine et celle des Byzantins sur Constantinople contraignaient et menaçaient, quand la tension géopolitique mondiale était plus intense, le commerce vers l'Europe. Ces tensions exacerbèrent l'intolérance religieuse et excitaient la convoitise commerciale. C'est pourquoi les autorités catholiques purent, au lendemain du grand schisme d'Orient (1054), convaincre la noblesse des royaumes d'Europe de se lancer dans une vaste offensive guerrière sur le Proche-Orient : les croisades. Les croisades furent en grande partie la conséquence d'un approfondissement du sentiment religieux à partir du XI^e siècle. À cette époque, l'Église était en effet traversée par un intense mouvement de piété populaire qui déboucha notamment sur la création de l'ordre mendiant des Franciscains et de l'ordre prêcheur des Dominicains. À cette piété se mêlait un rigorisme doctrinal qui justifia la création, au début du XIII^e siècle, du tribunal de l'Inquisition. L'une des manifestations de cette ferveur religieuse fut la multiplication des pèlerinages en Terre sainte. Bientôt, cependant, les pèlerins se heurtèrent à la résistance et à l'hostilité croissante des musulmans qui contrôlaient Jérusalem et la Palestine. Résolue de mettre un terme à cette situation, l'Église d'Occident décida de mobiliser des troupes pour recouvrer le berceau du christianisme. Ce fut l'œuvre des croisades. Mais si le motif était d'abord religieux, l'intérêt économique n'en était pas exclu, comme en témoigne clairement la quatrième croisade (1202–1204), détournée par les Vénitiens vers Constantinople pour piller et occuper la capitale de l'Empire byzantin. En effet, les croisades modifièrent profondément la donne économique. Attaqués par les Occidentaux, les musulmans commencèrent à perdre le contrôle du grand commerce, qui tomba entre les mains des marchands italiens. Bientôt, Venise, Gênes et Pise, principalement, en prirent les commandes et devinrent très prospères – d'où le titre de villes d'or qui leur fut conféré. Le conflit qui bouleversait alors la Palestine inspira de plus la recherche d'une voie terrestre vers l'Orient. On espérait ainsi contourner l'ennemi musulman pour commercer directement avec les peuples d'Orient. L'intérêt commercial se doublait par ailleurs d'une stratégie politique visant à faire la paix avec les Mongols et à se les rallier contre les musulmans.

Car l'Occident chrétien était à cette époque amené à concevoir autrement sa relation avec le reste du monde. C'est pourquoi, quelques décennies avant le départ de Marco Polo, les puissances d'Europe avaient commencé à envoyer des ambassadeurs pour prendre contact avec les Tartares. Ainsi désignait-on les Mongols, ces nouveaux maîtres de l'Orient dont on craignait le pire depuis qu'ils avaient lancé des expéditions menaçantes vers l'Europe. L'empire mongol était alors en pleine expansion depuis que Temudjin, le futur Gengis Khan (1167–1227), et ses troupes avaient lancé l'offensive contre tous les peuples voisins. Rapidement, au début du XIII^e siècle, les Tartares avaient étendu leur emprise sur une très vaste partie de l'Orient, de l'Ukraine à la Chine (figure 2.1). Parmi ces ambassades occidentales auprès des autorités tartares, l'histoire en retient surtout trois. D'abord celle (1245–1247) du franciscain italien Jean du Plan de Carpin, qui fut mandaté par le pape Innocent IV auprès des maîtres de l'empire mongol⁹. Ensuite celle du frère Guillaume de Rubrouck (1253–1255) qui, à la demande du roi de France Louis IX, se rendit en ambassade en Tartarie¹⁰. Et il y eut également, parmi d'autres encore, l'ambassade du père et de l'oncle de Marco Polo qui pendant quatre ans – de 1261 à 1265 – fréquentèrent la cour du grand khan. Niccolo et Matteo Polo devaient être davantage motivés par le commerce que leurs prédécesseurs, quoiqu'il ne semble pas interdit de leur reconnaître, à eux aussi, une fonction diplomatique. Partant de Soldaïa (aujourd'hui Sudak) en Crimée, où leur famille avait un comptoir, ils se rendirent jusqu'à Karakorum où ils rencontrèrent le nouveau khan, Kubilaï (1212–1294) (figure 2.2). Selon Marco Polo, qui les accompagna dans un deuxième voyage (1271–1295), les deux frères furent envoyés par Kubilaï Khan en ambassade auprès du pape. Leur mission était de ramener des prêtres à Khanbalik¹¹ afin de transmettre au khan des fragments du savoir occidental et de la religion chrétienne. Ainsi, le séjour de Marco Polo en Orient fut le résultat direct d'un ballet diplomatique amorcé bien avant son séjour en Chine. Du côté européen, l'enjeu de cette négociation était triple. D'abord il s'agissait de relancer les échanges commerciaux avec l'Orient après que les affrontements en Terre sainte entre musulmans et chrétiens les eurent passablement ralentis. Ensuite, il

9. Émissaire papal, Jean du Plan Carpin (Giovanni da Pian Carpino) avait la mission d'ouvrir l'Occident chrétien au monde oriental. Son périple contribua à mettre fin au long renfermement géopolitique de l'Europe médiévale sur elle-même. Jean du Plan Carpin rapporta de son périple des descriptions minutieuses des peuples qu'il avait croisés et des contrées qu'il avait traversées.

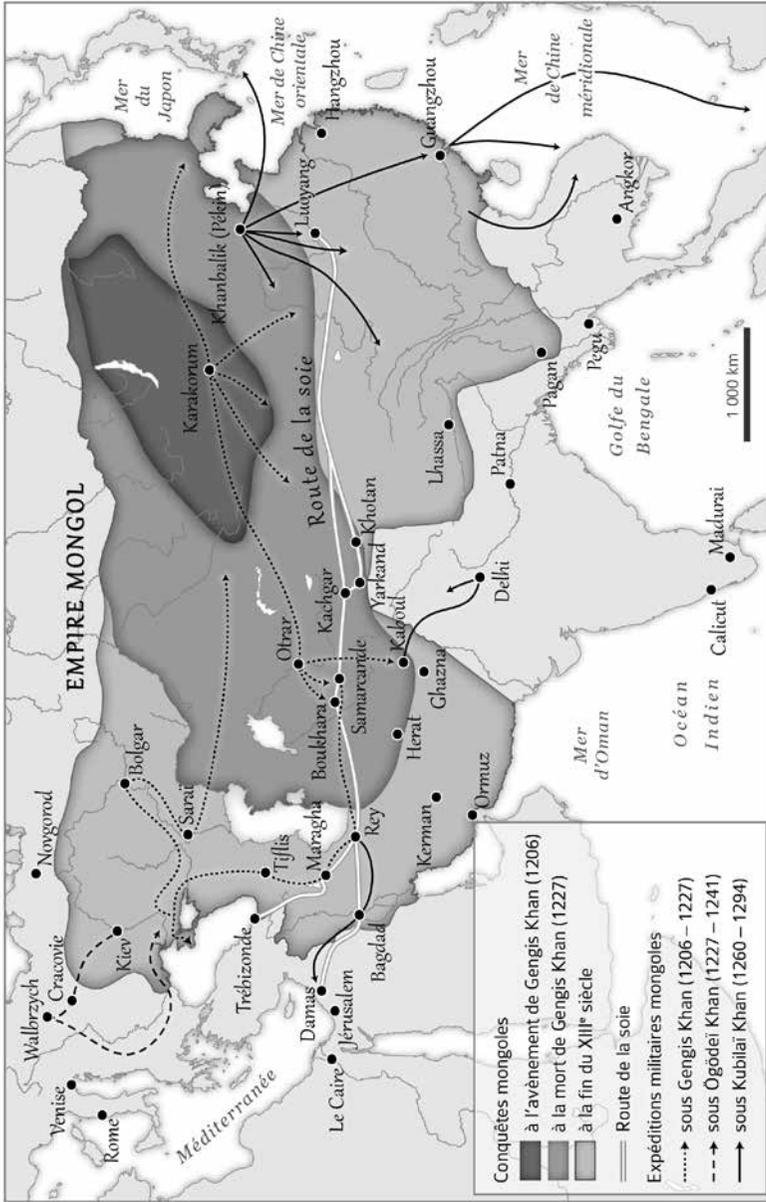
10. Franciscain flamand, Guillaume de Rubrouck reçoit le mandat de Louis IX de France de se rendre en Orient pour y convertir les Mongols. Après avoir traversé l'Asie, il entre à Karakorum en 1254 et y rencontre Mongku, le petit-fils de Gengis Khan. Il relate son périple en un récit qui, bien que détaillé et rigoureux, n'a pas eu la fortune critique du *Livre des merveilles* de Marco Polo.

11. Littéralement, la *ville du khan*, elle est aujourd'hui Pékin et était, à l'époque, sous le nom de Cambaluc, la toute nouvelle capitale de l'empire mongol.

fallait faire la paix avec le grand khan pour mettre un terme aux attaques des troupes mongoles contre les confins orientaux de l'Europe. Au-delà de la paix, on espérait constituer une alliance avec l'empire mongol favorisant la victoire sur l'ennemi musulman. Cette éventuelle alliance s'ajoutait à celle que l'on caressait à propos du fameux prêtre Jean. On croyait à cette époque qu'il existait, au-delà de la Perse et de l'Arménie, un royaume chrétien dirigé par le prêtre Jean. Cette légende, apparue au XII^e siècle, avait rapidement pénétré les esprits. Au point où l'on croyait possible de s'allier à ce coreligionnaire pour prendre à revers les musulmans et enfin libérer les Lieux saints. Dans son récit, Marco Polo raconte que ce prêtre Jean avait bel et bien existé, mais qu'il avait été défait par Gengis Khan, le célèbre prédécesseur de Kubilaï¹². Enfin, il était de l'intention des Occidentaux de convertir l'empereur tartare et ses sujets au christianisme. Car le prosélytisme chrétien, aiguillonné par la menace musulmane, était alors à son paroxysme. Marco Polo n'apparut donc pas dans la société occidentale de la fin du Moyen Âge comme un accident ou une incongruité. Il était en fait un homme parmi d'autres qui, à l'époque, avaient compris que le destin de l'Europe était désormais lié à celui de l'Orient. Il n'en demeure pas moins que Marco Polo transcenda son époque, en raison de la signification et de la postérité de son livre. En effet, le *Livre des merveilles* frappa les esprits à un point tel qu'il contribua largement à la constitution, en Occident, d'un nouvel imaginaire géographique. Or c'est dans ce nouvel imaginaire géographique, qui perdure encore aujourd'hui, que l'Occident a puisé l'inspiration profonde de son intrépide équipée vers les horizons lointains.

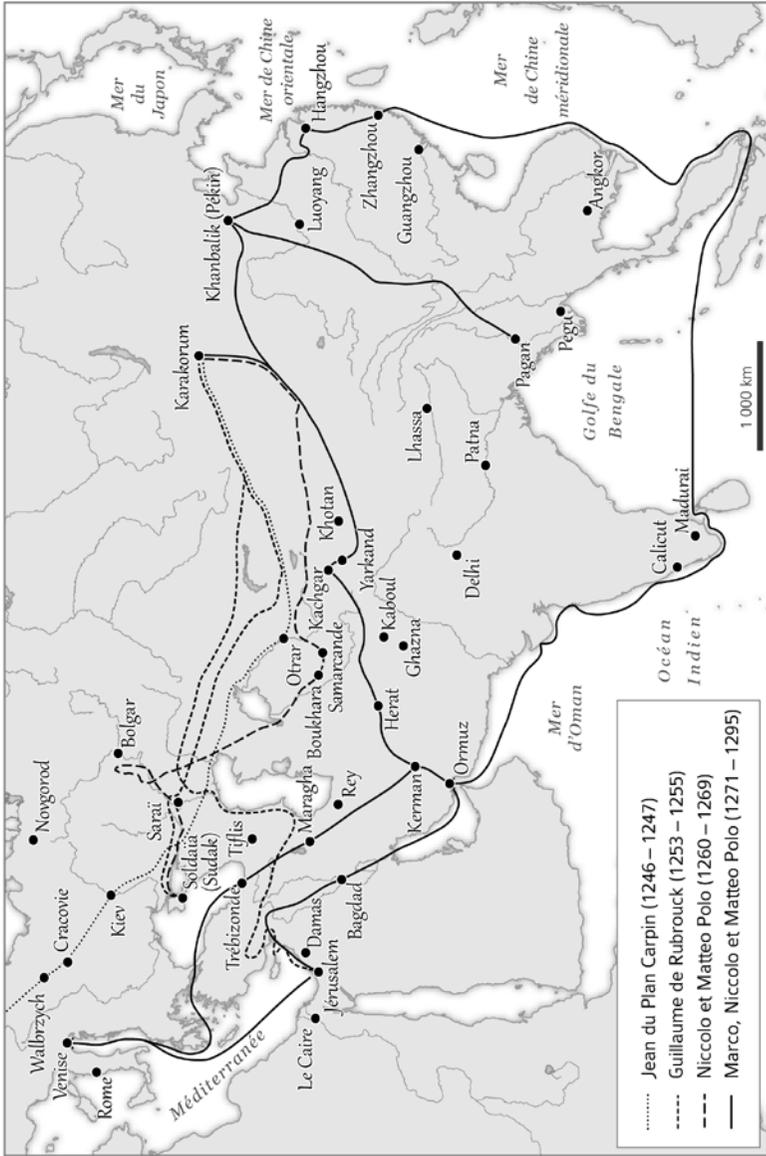
12. Il n'est pas possible de prouver la véracité d'un tel récit. Toutefois, il semblerait que Gengis Khan avait défait, en 1203, une tribu mongole – les Kéraïtes ou les Kara Kitaï – dont le chef était converti au nestorianisme. Le nestorianisme étant la doctrine des disciples de Nestorius (380-451), patriarche chrétien de Constantinople au V^e siècle qui fut excommunié lors du concile d'Éphèse en 431 parce qu'il professait la séparation des deux natures du Christ, divine et humaine.

Figure 2.1 – L'Empire mongol et la Route de la soie



Source : Atlas d'histoire Hayt, 2006. Réalisation : Département de géographie, Université Laval, 2015.

Figure 2.2 – Marco Polo et ses prédécesseurs sur la route de l’Orient



Réalisation : Département de géographie, Université Laval, 2015.

Source : Atlas d'histoire Hayt, 2006.

MARCO POLO ET L'IMAGINAIRE GÉOGRAPHIQUE

Il est souvent observé que le *Livre des merveilles* de Marco Polo se situe à une charnière de la littérature médiévale. Il appartient à ce moment de l'histoire où, sans renoncer à l'objectif de divertissement par la narration du merveilleux, on ne décrit plus les êtres des contrées lointaines sous des traits monstrueux. Contrairement à l'usage, Polo, lorsqu'il parlait des pays lointains, n'avait pas recours, pour l'essentiel du moins, à cette évocation du merveilleux par le monstrueux. Chez lui, le merveilleux prenait plutôt la forme d'un objet désirable qui, aussi extraordinaire soit-il, n'en était pas moins réel et à la portée de tous. Aussi, sous sa plume, les Orientaux apparaissaient incontestablement comme des êtres humains et leur contrée lointaine – la Chine surtout –, une terre à la fois attrayante et accessible. C'est pourquoi l'Orient de Polo suscita l'admiration, parce que sa richesse et sa puissance dépassaient en proportion tout ce qu'il y avait en Europe. Pour en donner un exemple, voici la description que fit Marco Polo de Dongping, une ville chinoise qu'il visita à la demande de Kubiläi Khan :

Sachez que Dongping est une grande cité. Jadis c'était un grand royaume, mais le Grand Khan l'a conquise par la force des armes, toutefois je vous certifie que cela reste la plus illustre cité qui soit dans toute cette contrée. Il y a là de grands marchands qui se livrent à un grand commerce. Ils ont de la soie en si grande abondance que c'est un pur prodige et ils ont de très beaux jardins agréables et pleins de toutes sortes de fruits. Sachez encore que cette cité de Dongping a sous son autorité onze cités impériales qui sont toutes des cités d'une grande importance, très commerçantes et d'un grand profit, car les gens ont de la soie en abondance (*La description du monde*, CXXXIII, mis en français moderne par Pierre-Yves Babel).

Comme on le constate, Marco Polo décrivit avec emphase la richesse et la puissance de l'Orient. En procédant de la sorte, il attisait la convoitise des Européens et excitait leur avidité pour tous les biens terrestres auxquels le commerce avec l'Orient pourrait leur donner accès. Le regard de Polo était en effet celui d'un commerçant observant avec enthousiasme que l'Orient était une source inouïe d'occasions d'affaires et de profits. Cela marquait, au plan culturel, un signe de changement, car, à l'époque, l'enrichissement individuel n'était pas encore un trait fondamental de la civilisation européenne. Bien que recherché par d'aucuns, notamment par une bourgeoisie marchande en pleine consolidation à la fin du Moyen Âge, il demeurait peu valorisé, voire condamné, puisque la doctrine chrétienne rangeait l'avarice au rang des péchés capitaux. La culture européenne était encore toute pétrie d'une croyance qui plaçait le salut de l'âme, et non l'enrichissement personnel, comme l'objet principal de l'espérance. Ainsi, le *Livre de Marco Polo* indiquait un changement important

à l'intérieur de la civilisation occidentale; de plus en plus, l'enrichissement devenait une motivation légitime. Polo l'exprimait au travers d'une fascination et d'une attirance pour la richesse de l'Orient, notamment celle de la Chine. Plus encore, le *Livre des merveilles* diffusa l'idée que les peuples orientaux étaient ouverts aux contacts et aux alliances. L'ouvrage contribuait du coup à construire un nouvel imaginaire géographique où l'Orient ne faisait plus peur, mais fascinait. La Chine devint dès lors une destination rêvée qui, conséquemment, invitait au voyage.

Par ailleurs, l'Orient décrit par Polo, en plus d'être tentant et accessible, était lui-même sous l'emprise d'un désir d'Occident. Ce désir, dans le *Livre des merveilles*, était porté par l'empereur Kubilaï Khan lui-même. Parfaite incarnation de l'Orient, puisqu'il en était le sommet et l'ultime ordonnateur, l'empereur, suggérait Polo, était également celui par qui l'Orient contemplait et admirait l'Occident. Ce désir d'Occident entretenu par les civilisations orientales différait toutefois de son pendant européen. En effet, plutôt que d'être attiré par la promesse de la prospérité commerciale ou celle d'une alliance militaire, l'empereur Kubilaï recherchait dans l'héritage occidental sa science et sa foi, comme en témoigne la mission qu'il confia à Niccolo et Matteo Polo lors de leur premier séjour. Selon les écrits, ceux-ci auraient été chargés de se rendre auprès du pape pour lui adresser une requête au nom du khan. Or quelle fut la nature de cette requête? Écoutons-le directement de la bouche de Marco Polo :

Il faisait dire au pape qu'il envoyât jusqu'à cent savants de notre religion chrétienne, parfaitement instruits dans les sept arts et capables de débattre avec les idolâtres et gens d'autres confessions et de leur démontrer par des arguments rationnels que la religion du Christ est, à l'évidence, la meilleure et que toutes les autres sont mauvaises et fausses; s'ils le prouvaient, il deviendrait avec tout son empire le vassal de l'Église (*La description du monde*, VIII, mis en français moderne par Pierre-Yves Babel).

On entendait alors par les *sept arts* l'ensemble des sciences qu'une personne vraiment instruite devait connaître, à savoir la grammaire, la logique, la rhétorique, l'arithmétique, la géométrie, la musique et l'astronomie. Kubilaï demandait donc des missionnaires capables, par la force de la raison, de démontrer la véracité des dogmes chrétiens¹³. La papauté toutefois négligea la requête impériale et les Polo, en hommes d'honneur, s'en retournèrent auprès du khan pour confirmer l'échec de leur démarche. Mais Kubilaï ne fut pas déçu pour autant puisqu'ils ramenèrent avec eux Marco, jeune homme de 17 ans. L'empereur découvrit en lui, non pas un érudit ou un éminent théologien, mais un être curieux, doué d'une grande intelligence et d'un sens aigu de l'observation.

13. En fait, à lire Marco Polo, on dirait que Kubilaï Khan était, sans le savoir, un disciple du Docteur angélique, le dominicain Thomas d'Aquin (1227–1274) qui au XIII^e siècle révolutionna la théologie chrétienne en voulant réconcilier foi et raison.

Le héros du *Livre des merveilles*, Marco Polo, apparaissait comme ayant une intelligence naturelle, en ce sens qu'elle n'était pas déformée par l'éducation traditionnelle ni étouffée par les conventions et les préjugées. C'était aussi un garçon prêt à vivre les plus grandes aventures, prêt à dévorer toute expérience extraordinaire que le monde inconnu pouvait lui offrir. Ainsi, à défaut de s'instruire des sept arts de l'Occident, Kubilaï bénéficia de l'intrépidité de Marco Polo et de sa capacité à découvrir et à apprécier un nouveau monde.

Que doit-on déduire du récit de Marco Polo? Il montre en définitive que l'Occident, qui avait manqué l'occasion de convertir l'Orient à la foi chrétienne, n'avait toutefois pas manqué l'occasion, à travers Marco Polo, de se convertir. Se convertir non pas en abandonnant le christianisme, mais en donnant libre cours à un désir intense, désir d'enrichissement et de connaissances du monde. Et ce désir, proclama Polo, ne nourrit pas une vaine passion, puisque la Chine et sa richesse étaient là au bout d'un voyage. Un voyage dont le terme n'était plus l'au-delà céleste de la religion chrétienne, mais l'ici-bas terrestre. Autrement dit, le *Livre de Marco Polo* marque un changement majeur de la perspective occidentale sur l'étrangeté de l'Orient, sur l'étrangeté des contrées lointaines. Bien entendu, l'expérience de Marco Polo ne fut pas la cause de ce changement. Simplement, il en était la représentation, l'une des premières manifestations significatives d'un Occident à l'heure de la transition.

Avant Marco Polo, les êtres et les peuples étrangers apparaissaient dans la plupart des récits occidentaux comme des monstres, ne serait-ce qu'en raison de leurs mœurs qui inspiraient le mépris. Ces monstres incarnaient le mal, ils constituaient un danger et il fallait par conséquent les combattre, du moins s'en préserver. Avec Marco Polo, une autre figure de l'étranger s'imposa avec force. Sous les traits des Mongols et des Chinois, l'être des contrées lointaines apparut comme un être humain. Un être humain qui de surcroît appartenait à une société très cultivée et très riche, plus cultivée et plus riche, à bien des égards, que la société européenne. Cette supériorité tenait à un mélange bien dosé de puissance militaire, économique et technique issu du mariage – un peu forcé, il est vrai – de la culture mongole et chinoise. En représentant les Tartares et les Chinois comme des êtres humains pourvus de qualités supérieures, Polo rendait l'Orient désirable. Ces étrangers ne représentaient plus un danger, mais, au contraire, des bienfaiteurs. C'est pourquoi il ne fallait pas les combattre, mais s'allier à eux afin de devenir, comme eux, plus riches et plus civilisés.

Le récit de Marco Polo indiquait qu'il y avait, aux côtés de l'espérance chrétienne, un espoir de prospérité et de progrès. Mais cet espoir passait par le voyage, par une traversée de l'espace; il impliquait une destination. Dès lors la Chine s'imposa comme une utopie, une destination idéale à atteindre, et accapara en quelque sorte le statut de la Jérusalem céleste dans la religion chrétienne. Cette nouvelle destination cependant était bel et bien terrestre.

Lointaine et difficilement accessible certes, mais elle n'était pas hors de portée. À condition que des intrépides aient le courage de prendre la route de l'inconnu, de courir le risque de tout perdre, même la vie, pour atteindre les promesses de l'Orient. Ces intrépides, il y en aurait beaucoup à la suite de Marco Polo. Pendant des siècles, ils s'inspireraient de lui. Ils seraient nourris de cette nouvelle espérance que formulait, grâce au voyageur vénitien, le mythe de Cathay – le nom que portait la Chine à l'époque. Si la destination demeurait la même, leurs routes toutefois divergeraient.

L'OBSTACLE MUSULMAN

Partir vers la Chine pour améliorer son sort, trouver son salut? Soit! Mais un tel désir, aussi impétueux fût-il, exigeait une certaine liberté de manœuvre. Il fallait que le chemin fût libre. Or l'Europe du Moyen Âge finissant ne pouvait se lancer directement vers Cathay, car elle était aux prises avec les musulmans, qui faisaient obstacle sur la route de l'Orient. Sans compter que les musulmans, à l'époque de Marco Polo, constituaient une menace constante et immédiate puisqu'ils occupaient encore une grande partie de la péninsule ibérique, d'où ils ne furent expulsés qu'en 1492, l'année même du premier voyage de Christophe Colomb. L'empire musulman confinait alors la société occidentale dans sa péninsule européenne. Ainsi, pour aspirer aux voyages, pour s'aventurer vers les contrées lointaines, l'Europe dut d'abord se libérer de l'emprise musulmane. Il découla de cette attirance pour la Chine un nouvel élan guerrier afin d'en découdre avec les Sarrasins et leur infliger une défaite définitive. Cette ferveur belliciste fut par ailleurs renforcée, au XIV^e siècle, par la conviction nouvellement acquise que le royaume du prêtre Jean serait non pas en Asie, comme on le croyait naguère, mais en Éthiopie. Renaissait dès lors le projet d'une alliance avec ce mystérieux coreligionnaire pour enserrer l'ennemi et le vaincre. Encore fallait-il, pour y réaliser ce projet, contacter le prêtre Jean. Or la route la plus simple et la plus connue, c'est-à-dire la route égyptienne, était sous le contrôle de l'ennemi, donc inaccessible.

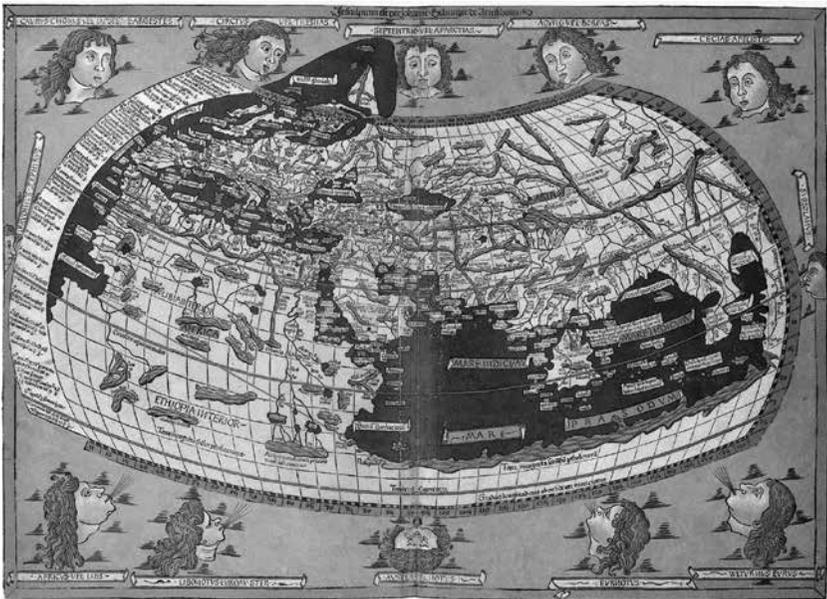
Qu'à cela ne tienne. S'il était impossible d'atteindre le royaume du prêtre Jean par l'Égypte, pourquoi ne pas le faire en contournant le territoire ennemi vers le sud ou vers l'ouest, en empruntant l'Atlantique? Cette route océane encore largement inconnue, mais fréquentée par d'aucuns depuis la fin du XIII^e siècle, canalisa pendant près de deux-cents ans les efforts d'explorations des Européens. Au début, malgré des techniques navales somme toute rudimentaires, quelques téméraires affrontèrent l'Atlantique et atteignirent les premières îles au large de la péninsule ibérique. On aborda alors les Açores et les Canaries (1402), de même que l'on approcha, à quelques reprises, la côte africaine. Les expéditions devinrent plus nombreuses au XV^e siècle, lorsque le Portugal, sous la houlette du prince Henri (1394–1460), entreprit l'exploration systématique de la côte

occidentale de l'Afrique dans l'espoir de contourner ce continent pour rejoindre le tant désiré Cathay. Équipés de navires mieux adaptés aux courses en haute mer – la Caravelle (1430) – et profitant d'une meilleure connaissance du milieu atlantique, les Portugais s'élancèrent, au milieu du XV^e siècle, au-delà des Canaries. Ils contournèrent ensuite le Cap-Vert, entrèrent, au détour du cap Palmas, dans le golfe de Guinée (Fernão do Pó en 1472) pour finalement redescendre vers le Congo (Diogo Cão en 1483). Les Portugais étaient alors très près du but, c'est-à-dire franchir le seuil africain et basculer de l'autre côté, et redoublèrent d'enthousiasme. Bartolomeo Dias fut le premier à atteindre, en 1488, le cap de Bonne-Espérance et à découvrir que, contrairement à ce que certains craignaient, l'océan Indien n'était pas refermé au sud, comme le suggérait la carte récemment redécouverte de Ptolémée (~90 – ~168) (figure 2.3)¹⁴. Ce dernier

14. Illustre figure de l'Antiquité, Ptolémée dut sa renommée à sa triple compétence en astronomie, en géographie et en astrologie. Ces trois domaines étaient chez lui unis par cette même idée : la nature des corps célestes et terrestres est en partie dépendante de leur position et de leur course dans l'univers. Puisque la Terre n'est qu'un élément au sein de l'univers, la géographie appartient, selon Ptolémée, au domaine général de l'astronomie. Qu'il s'agisse de géographie ou d'astronomie, la mission, plaiderait-il, est la même : établir la position exacte des phénomènes, qu'ils soient terrestres ou célestes. Il en tira deux ouvrages magistraux. Le premier, l'*Almageste*, porte sur la course de tous les astres. La course d'un astre correspondant à ses différentes positions dans le temps, sa régularité suggère, selon Ptolémée, que le cosmos est un système obéissant à des lois. L'*Almageste* est assorti de tables, dites *ptolémaïques*, destinées aux calculs de la position des astres et de la date des éclipses. Ces tables furent, à quelques corrections près, utilisées jusqu'à la Renaissance, quand Copernic, Kepler et Galilée révolutionnèrent l'astronomie. Le second ouvrage, *Géographie*, décrit mathématiquement la forme de la Terre, précise la position des phénomènes naturels et humains qui en occupent la surface et explique comment les représenter correctement sur une carte. Dans cet ouvrage, Ptolémée explique notamment que la géographie diffère de la chorographie, bien que les deux disciplines soient liées. Alors que la première considère la Terre comme un tout, la chorographie la découpe en régions, qu'elle considère comme des choses en soi et dont elle décrit les aspects naturels et humains, sans se soucier d'en donner les dimensions ou d'établir la position des phénomènes qui la composent, ces tâches revenant plutôt à la géographie. L'aboutissement ultime de la géographie de Ptolémée fut sa carte du monde, que la Renaissance, en la redécouvrant, adopta, non sans, toutefois, la remettre en question à certains égards. Outre sa grande précision, la carte de Ptolémée avait la particularité de ne plus représenter les terres émergées baignant au centre de l'Océan. Ptolémée y suggérait plutôt que ce sont les terres qui enserrant les eaux. Ainsi, l'Afrique s'étire vers le sud et rejoint un hypothétique continent arctique qui, plus à l'ouest, devient le versant sud du bassin d'une immense mer indienne. Bien que la carte ne le représente pas en entier, l'océan Atlantique se voit lui aussi nommer mer, ce qui suggère qu'il serait également entouré de terres. Une fois les phénomènes célestes et terrestres exactement cartographiés, il restait à Ptolémée à expliquer en quoi ce système de positions influence l'être humain. Il en tenta la démonstration dans un autre ouvrage, le *Tétrabible*, qui est l'un des plus fameux traités d'astrologie de l'histoire. Le principe de cette démonstration est que la position de chaque être dans l'espace-temps de l'univers est unique et que cette unicité contribue à l'identité même de cet être, identité de ce qu'il est et de ce qu'il deviendra.

traça la voie à Vasco de Gama qui, après bien des années d'exploration, ouvrit en 1497 une nouvelle route vers les Indes. Les Portugais entamèrent alors la remontée de l'océan Indien, vers la côte de Malabar (ouest) en Inde. Ils s'installèrent d'abord à Calicut, mais ce fut à Goa, un peu plus au nord, qu'ils établirent leur premier comptoir commercial en 1510. D'autres suivirent au fur et à mesure qu'ils pénétrèrent l'océan Pacifique : Malacca (en Malaisie) en 1511, le Japon en 1542, Macao en 1557 et Formose en 1590. Tous ces comptoirs assurèrent au Portugal une immense prospérité, jamais égalée dans l'histoire du pays. Les Portugais furent donc les premiers, tard au XVI^e siècle, à enfin profiter des promesses de Cathay que Marco Polo, 300 ans plus tôt, avait formulées.

Figure 2.3 – Planisphère de Ptolémée publié en 1482



LA CROISÉE DES CHEMINS D'OCCIDENT ET D'ORIENT

Mais revenons un peu en arrière au temps où Bartolomeo Dias se préparait à croiser le cap de Bonne-Espérance, en 1488. À cette époque, Christophe Colomb imagina de rejoindre l'Orient par l'Occident. Le navigateur génois considérait pour sa part qu'il n'était pas pratique de contourner l'Afrique, si jamais cela était possible. Une telle route devait être beaucoup trop longue pour atteindre la Chine et, selon lui, il était plus avantageux de prendre la route de l'Atlantique, probablement plus courte. Incapable de convaincre le roi Jean II, du Portugal, Colomb se tourna vers la couronne espagnole, que l'idée séduisit d'emblée. Si bien qu'en 1492, Colomb, commandant une expédition

de trois navires et d'environ 90 hommes, mit le cap vers l'ouest, en espérant rejoindre la Chine. Pourquoi Colomb conçut-il ce projet de rejoindre l'Orient en se dirigeant vers l'ouest? D'abord, parce qu'il savait, malgré une opinion contraire largement partagée, que la Terre était ronde. Comme la plupart des savants de la Renaissance, il en tenait la conviction de la *Géographie* de Ptolémée, qui venait de refaire surface. Ptolémée y confirmait un savoir qui, de son temps, était déjà ancien. Ératosthène, quatre siècles avant lui (284–192 av. J.-C.), avait même calculé avec exactitude la circonférence du globe¹⁵. Retenant cette idée, Colomb en déduisit que toute position sur le globe terrestre

15. Bénéficiant des apports des philosophes ayant œuvré avant lui, Ératosthène, chef de la bibliothèque d'Alexandrie, fut le premier à formuler le projet disciplinaire de la géographie. Grâce à lui, la géographie devint une science autonome pourvue d'un objet propre. Pour ce faire, Ératosthène confia à la nouvelle discipline deux problèmes. Le premier concerne la forme et la mesure de la Terre. Convaincu de sa sphéricité de notre planète, il précisa cependant que ce corps ne pouvait pas être une sphère parfaite à cause des aspérités du relief. Rapportant les variations de hauteur des formes terrestres à un niveau de référence, Ératosthène pressentit le concept d'altitude et présenta la Terre comme un sphéroïde, idée qui anticipait notre actuelle notion de géoïde (volume géométrique correspondant à la forme réelle de notre planète). S'appuyant sur l'hypothèse du sphéroïde, Ératosthène s'appliqua à calculer la circonférence de la Terre. Sa démarche consistait à exprimer une distance terrestre linéaire en mesure angulaire, ce qui lui permit d'extrapoler la longueur totale de la circonférence. Pour réaliser cette opération, il fit d'abord mesurer la distance, en stades, entre Syène (maintenant Assouan) et Alexandrie (5 000 stades). Il transforma ensuite cette distance en degrés d'arc de cercle en notant la différence entre les angles formés au sol, en chaque lieu à midi à la même date, par des objets tenus à la verticale (7,14°). Par une simple règle de trois, il en déduisit enfin combien de stades il faut pour couvrir les 360° de la circonférence de la Terre. Il obtint un résultat de 252 100, ce qui correspond à la véritable mesure (un stade valant 0,1547 km, 252 100 stades équivalant à 39 690 km). Cette mesure, bien qu'exacte, fut rapidement et durablement rejetée. En effet, il fallut attendre la Renaissance pour que son calcul fût accepté de façon générale, de sorte que Christophe Colomb lui-même s'y méprit. Dans la foulée de son exploration de la géométrie de la Terre, Ératosthène réalisa une carte du monde connu. Pour donner une image cartographique conforme de ce monde, il s'inspira du système de coordonnées terrestres introduit par un disciple d'Aristote, Dicéarque (IV^e s. av. J.C.). Ce système rendait possible la localisation exacte sur une carte de n'importe quelle position terrestre. Comme souvent à l'époque, la carte qu'il réalisa revêtait la forme d'un disque allongé avec une surface terrestre formant un bloc monolithique. Ératosthène compléta cette représentation cartographique par une description littéraire du monde connu. Pour ce faire, il compulsait tous les textes alors disponibles. Comme Hérodote avant lui, Ératosthène porta une grande attention à la vraisemblance des informations recueillies. Ceci l'amena, par exemple, à critiquer Homère qui confond, selon lui, science et poésie. Pour Ératosthène, il ne faut pas mêler ces deux genres qui ont des buts et des méthodes différents : mathématique et rationnelle, la science vise la compréhension, alors que la poésie, obéissant à la fantaisie, suscite le divertissement. Dans sa description littéraire, Ératosthène définit des zones qu'il caractérisa selon des critères climatiques, botaniques et fauniques. En cherchant ainsi à identifier des régions à partir de critères naturels, Ératosthène amorça donc une tradition géographique qui perdure encore deux millénaires plus tard.

pouvait être rejointe autant par la gauche que par la droite; en provenance de l'est comme en provenance de l'ouest. Il s'agissait simplement de déterminer laquelle des deux routes était la plus courte ou la plus simple. Colomb n'hésita pas : pour lui, la Chine était plus près de l'Espagne si l'on passait par l'ouest, une conviction qu'il tenait de deux grands auteurs de l'Antiquité. D'une part, il avait appris dans *Imago Mundi* de Pierre d'Ailly (1350–1420) que, selon Aristote, entre l'Espagne et l'Inde, se trouvait une mer pouvant être traversée en quelques jours. D'autre part, Colomb se fiait à Ptolémée qui, contrairement à Ératosthène, avait mal estimé la circonférence de la Terre. Selon lui, notre planète était à peu près deux fois plus petite qu'elle ne l'est en réalité, ce qui raccourcissait la distance supposée entre l'Espagne et la Chine au travers de l'Atlantique. D'où le projet de Colomb, qui, armé de cette assurance scientifique, partit bientôt vers la Chine. Et cette conviction, il la conserva tout le reste de sa vie, bien que ses quatre expéditions l'eussent conduit sur un tout autre continent.

Si, comme Polo, Colomb était fasciné et attiré par la richesse de l'Orient, il ne partit toutefois pas avec la même disposition d'esprit. Le contexte était bien différent : l'empire musulman existait toujours, mais sa menace pesait moins lourd puisque l'Espagne venait tout juste, après la prise de Grenade au début de 1492, de vaincre le dernier des rois maures occupant encore l'Europe. L'idée d'une alliance avec l'empereur d'Orient avait, dans les circonstances, peut-être moins d'importance. D'où la conviction que l'Europe serait désormais le seul maître de son destin. Aussi, quand Colomb évoquait, dans son projet, l'intention d'aller à la rencontre du grand khan et de ses peuples, sa motivation n'est pas de s'allier à eux, mais de les délivrer de leur idolâtrie. De fait, Colomb ne portait pas sur la Chine le regard respectueux qu'avait Marco Polo, qui rêvait de commercer avec la Chine et non d'en prendre possession. D'ailleurs, il prit la précaution, dès avant son départ, de se faire nommer vice-roi et gouverneur perpétuel des îles et des terres qu'il allait aborder. Pour lui, il n'était plus question d'alliance, mais de conquête. Si le mythe de Cathay perdurait, c'était donc dans une version où dominait la perspective de l'enrichissement. Le comportement des conquistadors confirma ce changement d'attitude, puisque l'attrait de l'or, qui par exemple entraîna Pedro Pizarro (~1515–~1602) jusqu'au Pérou, les aveugla au point de ne plus reconnaître l'humanité même des peuples américains¹⁶. Bartolomeo de Las Casas (1474–1566), un jeune contemporain de Colomb, expliqua d'ailleurs

16. Issu d'une famille fortement engagée dans la conquête espagnole de l'Amérique, Pedro Pizarro ne cacha jamais sa soif de l'or, son désir d'enrichissement. Et même si le prix en était la guerre et l'extermination, il n'eut aucune hésitation et aucun regret, d'autant plus que les peuples à qui ces trésors étaient arrachés pratiquaient, rapportaient-ils, des cultes sanguinaires attestant l'emprise des démons.

que ces peuples, sous la férule des Espagnols, n'avaient pas d'autres choix que l'esclavage ou la mort¹⁷.

DU RÊVE À LA RÉALITÉ

Colomb, on le sait, n'atteignit jamais Cathay et ne sut reconnaître son erreur. Touchant ce que l'on appellerait un peu plus tard l'Amérique, il resta en effet convaincu jusqu'à la fin de sa vie (en 1506) qu'il avait bel et bien mis le pied en Chine. Plusieurs de ses immédiats successeurs eurent la même illusion. Ce fut le cas de Giovanni Cabot, ce Vénitien qui, voyageant au nom du roi d'Angleterre, se crut en Asie lorsqu'il aborda Terre-Neuve en 1497. De même pour Portugais Joao Fernandes, qui atteignit le Groenland en 1499, ou des frères Corte Real, qui restèrent persuadés d'avoir atteint les mystérieux rivages de l'Orient. Au tournant du XVI^e siècle, Amerigo Vespucci (1452–1512), à qui l'Amérique doit son nom, eut pour sa part la nette impression qu'on découvrait alors un nouveau monde¹⁸. Rapidement le sentiment se répandit que ces nouvelles terres n'étaient peut-être pas la Chine tant espérée. La fameuse carte de Waldseemüller de 1507 (figure 2.4) laissait en effet comprendre que ces côtes explorées de l'autre côté de l'Atlantique formaient une entité géographique distincte de l'Orient recherché. Toutefois, on ne parlait pas encore d'un nouveau continent, car rien ne laissait figurer l'étendue de ces terres qui, par conséquent,

-
17. Le dominicain Las Casas s'indigna du génocide auquel se livrèrent les Espagnols en Amérique. Il plaidait que le Nouveau Monde excitait la cupidité des conquérants, de sorte que tout ce qui s'interposait entre eux et les richesses qu'ils disaient leur était détruit, les êtres humains compris.
18. Vespucci était un navigateur et un commerçant florentin lié à la famille des Médicis. Travaillant sous les ordres de Lorenzo di Pierfrancesco de Medici, cousin et protégé de Laurent le Magnifique (1449–1492), il fut invité par le roi du Portugal, Manuel I^{er}, à se joindre à une série d'expéditions en Atlantique Sud (1499 à 1502). Il explora à cette occasion les côtes formant ce que l'on appelle aujourd'hui l'Amérique du Sud. Vincent Pinzón, un compagnon de Colomb, avait en 1499 longé le Brésil. En 1500, Cabral, en route vers l'Inde, avait croisé le Brésil, qui alors paraissait n'être qu'une autre île parsemant la route des navigateurs empruntant la *vuelta*, cette route qui, à la faveur de courants favorables, permettait de contourner rapidement l'Afrique en s'éloignant vers l'ouest. Au cours de trois ou quatre voyages, Vespucci et ses compagnons descendirent le long la côte occidentale de l'Amérique du Sud, s'approchant, selon ses dires, du cercle antarctique. Vespucci narra ses voyages dans une série de lettres adressées à son bienfaiteur. Il y fit des descriptions souvent avantageuses des régions et des peuples qu'il avait visités. Il y suggéra également que ces terres et ceux qui y habitent constituaient véritablement un nouveau monde. L'affirmation ne fut pas sans portée, car on en vint, à partir de là, à concevoir que la route océane où s'étaient engagés Colomb et ses successeurs n'avait pas conduit à la Chine recherchée, mais à un nouveau continent que Waldseemüller baptiserait en 1507 *America* sur une carte devenue fameuse pour cette raison même.

apparaissaient sur la carte sous la forme d'une ligne où s'égrenaient quelques îles, dont la plus imposante était le Brésil. Or cette ligne côtière, à gauche sur la carte de Waldseemüller, semblait bien distincte des confins orientaux de l'Asie, représentés, eux, à droite de la carte.

Figure 2.4 – Carte de Waldseemüller de 1507

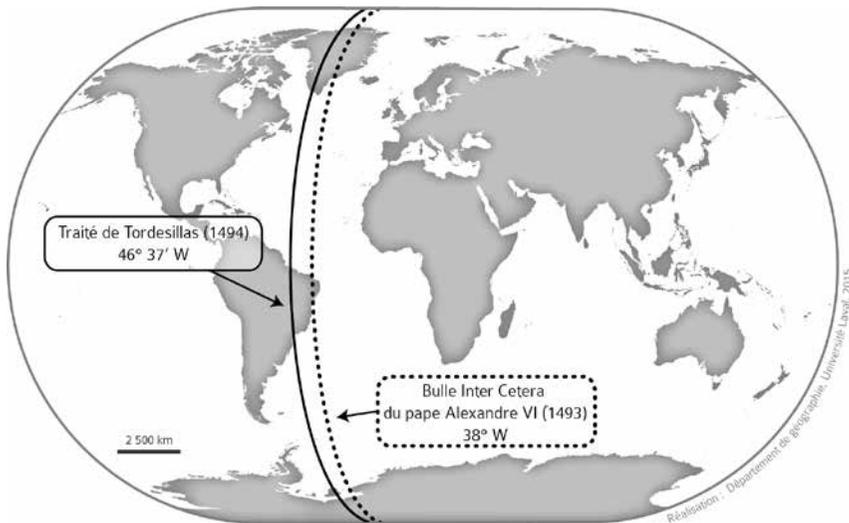


L'OBSTACLE AMÉRICAIN : LE PASSAGE

Les années suivantes virent l'intuition de Waldseemüller se transformer en conviction. Ainsi, même si l'on croyait encore que la Chine se trouvait sur la route de l'Occident, il était désormais entendu qu'il fallait se frayer un passage à travers ces rivages, aussi inconnus qu'inattendus, pour enfin atteindre Cathay. Au nom de l'Angleterre, Sébastien Cabot, qui avait déjà fait la traversée avec son père, se lança, en 1509, à la recherche du fameux passage. Son espoir était de le trouver au nord, ce qui l'amena jusqu'au détroit d'Hudson. Quelques années plus tard, le Portugais Ferdinand Magellan, œuvrant au service de l'Espagne, emprunta la voie méridionale pour atteindre, en 1519, le détroit séparant le continent sud-américain de la Terre de Feu. Magellan n'eut toutefois pas la chance de goûter à la gloire que lui valut son exploit, car il mourut peu après aux Philippines, avant le retour de son équipage en Espagne. Ainsi, la découverte d'un passage vers l'Orient fut brève, mais la route qui y menait s'avéra longue et hasardeuse. On la délaissa d'ailleurs peu de temps après sa découverte, Sébastien Cabot étant l'un des derniers à s'y aventurer en 1525. Plus encore, les parages étaient sous le contrôle des Portugais et des Espagnols, ce qui rendait l'accès encore plus risqué pour les autres puissances européennes souhaitant rejoindre Cathay.

Ignorant le traité de Tordesillas (figure 2.5) qui, en 1494, avait partagé le Nouveau Monde à parts égales entre le Portugal et l'Espagne, la France et l'Angleterre partirent à la recherche d'un autre passage. L'Angleterre se tourna, avec Cabot père, vers le nord et s'obstina, tout au long du siècle, à trouver le fameux Passage du Nord-Ouest. Plusieurs explorateurs y laissèrent leur marque sans pour autant en percer le mystère. Parmi eux, il y eut d'abord Martin Frobisher qui, en 1576, toucha la Terre de Baffin et perdit ses illusions quant au Passage du Nord-Ouest au fond de la baie qui porte aujourd'hui son nom. John Davis, de son côté, tenta l'expérience à trois reprises, mais sans succès, sinon d'avoir aujourd'hui un détroit, désormais nommé Davis, entre le Groenland et la Terre de Baffin. En 1610, Henry Hudson, qui avait déjà voyagé en Amérique, releva le défi à son tour. Passant au sud de la Terre de Baffin, il entra dans la baie d'Ungava puis, poursuivant vers l'ouest, il bifurqua vers le sud et explora cette vaste baie à laquelle fut donné son nom. Hudson fut bientôt suivi, en 1615 par William Baffin qui lui aussi passa au sud de la Terre de Baffin. Il préféra toutefois poursuivre vers le nord-ouest, pour finalement se buter à l'île de Southampton et à la péninsule de Melville. Dès lors, il fallut attendre encore presque trois siècles avant de résoudre le mystère, chose que firent l'Écossais John Rae qui, au milieu du XIX^e siècle, identifia le dernier segment du passage, puis le Norvégien Amundsen, qui finalement le traversa en 1905 (1903–1905).

Figure 2.5 – La division du monde entre l'Espagne et le Portugal



Les Français, pour leur part, tentèrent de trouver la voie vers Cathay en traversant au centre, aux latitudes du climat tempéré. Au nom du roi de France, l'Italien Verrazano ouvrit le bal lorsqu'il quitta Dieppe, en 1523, et atteignit la côte de ce qui devint les États-Unis. Il remonta ensuite vers le nord et explora jusqu'à Terre-Neuve avant de s'en retourner. Cartier suivit peu après et pénétra en 1534 dans le golfe Saint-Laurent. En s'engageant dans la baie des Chaleurs, il croyait bien avoir trouvé le passage vers l'Orient, mais il déchantait aussitôt. Il remonta alors vers le nord et toucha la péninsule gaspésienne, sans toutefois repérer l'estuaire du fleuve. Il fut plus chanceux en 1535, lors de sa seconde expédition, quand qu'il s'engagea dans le fleuve et le remonta jusqu'à Hochelaga. Les rapides de Lachine l'empêchèrent d'aller plus avant, mais son espoir d'avoir trouvé le passage ne fut pas pour autant éteint. En effet, ses hôtes lui expliquèrent que la voie d'eau se prolongeait vers l'ouest jusqu'à une *mer douce* où vivaient de riches et nombreuses populations. Cartier revint par la suite à Hochelaga, mais la route de l'ouest était difficile et coûteuse et l'appui de la France vint bientôt à manquer. Préoccupée par la guerre, la France négligea en effet ses découvertes américaines. Ce ne fut qu'à la fin du XVI^e siècle que l'intérêt de la couronne française pour les explorations américaines renaquit peu à peu. Mais ce fut Champlain, au début du XVII^e siècle, qui reprit véritablement le flambeau de la découverte du passage vers la Chine.

Certes, Champlain, comme le confirme son titre de fondateur de Québec, avait comme mandat de coloniser et d'exploiter la vallée du Saint-Laurent. Cela ne l'empêcha toutefois pas de poursuivre les vieilles espérances de Cartier. Comme son prédécesseur, Champlain rêvait de suivre le cours du fleuve pour atteindre Cathay et ce rêve, à ses yeux, n'était en rien incompatible avec son mandat de colonisateur. Au contraire, Champlain voyait Québec comme une colonie en soi utile, mais aussi, et peut-être surtout, comme une escale vers la Chine, puis comme un poste qui protégerait l'accès française vers Cathay. C'est pourquoi il voyagea lui-même plus à l'ouest et y envoya des explorateurs, dont Étienne Brulé qui se rendit jusqu'à l'extrémité ouest du lac Supérieur. Cet épisode marqua le début d'une grande aventure française au cœur du continent nord-américain; en effet, d'autres explorateurs suivirent et s'enfoncèrent dans la masse continentale en dénouant l'écheveau de son complexe réseau hydrographique. Mentionnons, parmi les explorateurs du XVII^e siècle : Nicolet (1598–1642), LaSalle (1643–1687), Joliet (1645–1700) et Marquette (1637–1675). N'oublions pas non plus que les Anglais, établis au nord et au sud de la Nouvelle-France, et les Espagnols, encore plus au sud, firent de même. En fait, l'exploration de l'Amérique du Nord était à cette époque si intense que, tôt au XVIII^e siècle, on avait déjà atteint les Rocheuses et le Pacifique. Cette intensité camouflait toutefois une dénaturation de l'exploration, la perte de sa pureté. Car une fois passée la déception de ne pas avoir trouvé le chemin de la Chine, on s'attarda davantage, à force de parcourir les profonds

horizons de l'Amérique, à la valeur économique du Nouveau Monde. En attendant la Chine et ses promesses, il valait mieux exploiter et coloniser l'Amérique. Du coup, l'obstacle à contourner devint en soi une destination convoitée par les puissances européennes qui y voyaient une occasion d'augmenter leur puissance, ce qui ne fut pas, évidemment, sans susciter la concurrence et la guerre. Et bientôt, en cette terre d'Amérique, de nouveaux peuples d'ascendance européenne se formèrent en faisant leur cette promesse pluricentenaire d'enrichissement. Le risque était, comme s'en inquiétait Tocqueville en 1831 en prenant acte de l'expansion des États-Unis vers l'ouest, que la société ainsi érigée fût à terme la victime de sa propre avidité :

Nation de conquérants qui se soumet à mener la vie sauvage sans se jamais laisser entraîner par ses douceurs, qui n'aime de la civilisation et des lumières que ce qu'elles ont d'utile au bien-être et qui s'enfonce dans les solitudes de l'Amérique avec une hache et des journaux; peuple qui, comme tous les grands peuples, n'a qu'une pensée, et qui marche à l'acquisition des richesses, unique but de ses travaux, avec une persévérance et un mépris de la vie, qu'on pourrait appeler héroïsme si ce nom convenait à autre chose qu'à la vertu. C'est ce peuple nomade que les fleuves et les lacs n'arrêtent point, devant qui les forêts tombent et les prairies se couvrent d'ombrages; et qui, après avoir touché l'océan Pacifique, retournera sur ses pas pour troubler et détruire la société qu'il aura formée derrière lui.

Et dès lors qu'il n'y avait plus de continents à découvrir, il restait aux explorateurs de peaufiner leur connaissance du monde en l'examinant sous ses moindres coutures, ce que firent notamment Bougainville et Cook au XVIII^e siècle et les nombreuses expéditions scientifiques du XIX^e siècle, dont celles qui, par exemple, amenèrent Charles-Marie de La Condamine (1701 – 1774)¹⁹ sur l'Amazone, Alexandre de Humboldt (1769 – 1859) sur

19. Au XVIII^e siècle, la question de la forme exacte de la Terre était devenue une affaire internationale. Les newtoniens s'opposent aux cartésiens. Les premiers avançaient que notre planète était enflée en son milieu équatorial et aplatie en ses extrémités polaires. Les seconds défendaient la thèse inverse : renflement polaire et aplatissement équatorial. Le débat animait les académies des sciences. Seule la mesure exacte de la figure terrestre pouvait tirer l'affaire au clair. En France, l'académie royale des sciences commanda plusieurs expéditions scientifiques pour déterminer l'arc du méridien terrestre. En 1735, une équipe, celle de Maupertuis, fut envoyée en Laponie et encore une autre, celle de La Condamine, au Pérou. En 1737, Maupertuis revint avec la preuve qui confirmait la thèse des newtoniens. De son côté, l'expédition péruvienne, qui connut bien des déboires, s'étira sur une décennie. Puisque l'objet premier du voyage s'était dissipé, La Condamine se convertit en explorateur et entreprit en 1743 la descente de l'Amazone depuis le Pérou. Il en rapporta une description très perspicace de la région traversée. Rationaliste jusqu'au moindre détail, mais toujours marqué par les mythes anciens, il prit même la peine de réfléchir à la présence dans cette contrée d'une république des femmes : les Amazones.

l'Orénoque²⁰, Charles Darwin (1809–1882) aux Galápagos²¹ et Jules Crevaux (1847–1882) en Guyane²².

LE RETOUR DE L'ALLIANCE

D'abord obstacle sur la route océane des Européens vers l'Orient, l'Amérique devint rapidement la proie de leur soif de puissance et de richesse. Cette avidité n'était pas une tare propre à quelques aventuriers sans scrupules, à des têtes brûlées prêtes à tout, même au pire, pour assouvir leur instinct de conquête. Elle était plutôt le propre de toute une civilisation, la nôtre, qui depuis le début

-
20. Humboldt voyagea en Amérique de 1799 à 1804 avec le botaniste français Aimé Bonpland (1773–1858). Il visita le Venezuela, l'Équateur, le Pérou, le Mexique (la Nouvelle-Espagne), Cuba et les États-Unis. À cette occasion, Humboldt procéda à une multitude d'observations scientifiques à l'aide des instruments les plus perfectionnés de l'époque (sextants, baromètres, thermomètres, télescopes, chronomètres, électromètres, eudiomètres, etc.). Cette instrumentation sophistiquée illustre l'importance que Humboldt accordait à l'observation dans le processus scientifique. Pour lui, la qualité de la science repose dans une large mesure sur la qualité des observations. Cette précision méthodologique s'imposait parce que la science devait se dégager de ce qu'il appelait « la philosophie de la nature », trop « vague et poétique » à ses yeux. La science, plaïdait-il, devait adopter « un caractère plus sévère ». Pour lui, la science, même si elle procède de l'émotion que suscitent la grandeur et le mystère de la nature, n'a de mérite que si elle sait éviter l'empirisme vicieux auquel succombe l'esprit ému. La véritable science, soutenait-il dans son ouvrage *Cosmos*, « pèse la valeur des observations; elle ne devine plus, elle combine et raisonne ». Humboldt introduisit donc en géographie un souci de rigueur dans l'observation des réalités terrestres. Et cette rigueur, selon lui, exigeait à la fois le recours aux instruments de mesure et la précaution analytique. Sans cela, il était impossible de conformer la géographie aux impératifs de cette vertu scientifique qu'il nommait, toujours dans le *Cosmos*, l'« empirisme raisonné ».
 21. L'idée que les espèces animales soient le fruit d'une évolution vint à Charles Darwin lors de son voyage autour du monde avec l'équipage du *Beagle*. Au cours de cette expédition scientifique d'une durée de cinq ans (1831–1836), Darwin collecta un grand nombre d'observations sur les espèces et leur milieu de vie. Il tint également un journal où il se prêta, à la manière de Humboldt dont il était un admirateur, à des descriptions géographiques bien imprégnées de l'esprit des sciences naturelles.
 22. La révolution bolivarienne donna l'indépendance, au début du XIX^e siècle, à la plupart des colonies européennes en Amérique latine. Seule la Guyane, partagée entre la Hollande, l'Angleterre et la France, restait sous l'emprise de puissances étrangères. Il est vrai que ce territoire était peu habité et encore peu exploré. Il y avait là matière à piquer la curiosité. Le désir d'explorer ce massif à l'épais couvert forestier était d'autant plus vif que, depuis quelques siècles déjà, l'imagination européenne y avait logé, loin vers l'intérieur, le fameux lac Parimè, où plongeait chaque année, selon la légende rapportée par Walter Raleigh (1554–1618), un homme couvert d'or, l'*el dorado*. Elle y logeait aussi le peuple des Amazones et une chaîne de montagnes, les Tumuc-Humac, d'où sortirait l'or que l'on avait commencé à recueillir, à la fin du XIX^e siècle, dans les fleuves de la Guyane. Parmi ceux qui voulurent y voir de plus près, un médecin français, Jules Crevaux, qui y laissa la vie, non sans toutefois mettre un peu de réalisme dans toutes ces fantaisies.

du millénaire confia son espérance à la promesse de l'enrichissement. L'affirmation peut paraître choquante, mais concédons qu'il y a dans ce trait de mentalité une certaine noblesse d'âme. Ne serait-ce qu'elle peut nous convaincre que l'humanité doit être libérée de la pauvreté. Encore faut-il que cet engouement soit respectueuse d'autrui. Tel est, du moins, la leçon que l'on peut tirer du témoignage de Marco Polo et de l'histoire des explorations. En effet, si Marco Polo a communiqué à l'Occident le goût et la fierté de l'enrichissement, il a aussi rappelé que cet enrichissement doit se faire en faisant alliance avec les autres peuples. Telle serait selon lui la condition première de ce qu'on appelle aujourd'hui la mondialisation, où le tourisme, en jetant les masses sur toutes les routes du monde, tient un rôle si fondamental. Or qui dit alliance dit respect et non pas conquête; il dit aussi commerce et non pas pillage. Parlant des violences espagnoles contre les peuples américains au XVI^e siècle, Las Casas montra pourtant que, à défaut d'alliance, l'avidité perd sa noblesse et prive autant la victime que son persécuteur de leur élémentaire condition humaine. En d'autres termes, le mépris de Christophe Colomb pour le grand khan et ses sujets fut couteux. Il eût peut-être mieux valu qu'un second Marco Polo découvrit l'Amérique.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAM DE BRÊME (1998) *Histoire des archevêques de Hambourg avec une description des îles du Nord*. Traduit du latin, présenté et annoté par Jean-Baptiste Brunet-Jailly, Paris, Gallimard.
- AILLY, Pierre (1930) *Imago Mundi*. Traduit par Edmond Buron, Paris, Maisonneuve Frères.
- ANGELIER, François (2011) *Dictionnaire des voyageurs et explorateurs occidentaux du XIII^e au XX^e siècle*. Paris, Pygmalion.
- AUJAC, Germaine (1975) *La géographie dans le monde antique*. Paris, Presses universitaires de France.
- AUJAC, Germaine (2012) *Ératosthène de Cyrène, le pionnier de la géographie. Sa mesure de la circonférence terrestre*. Paris, Éditions du CTHS.
- AUJAC, Germaine (2012) *Claude Ptolémée, astronome, astrologue, géographe. Connaissance et représentation du monde habité*. Paris, Éditions du CTHS.
- BATTISTINI, Olivier, POLI, Jean-Dominique, RONZEAUD, Pierre et VINCENSINI, Jean-Jacques (2011) *Dictionnaire des lieux et des pays mythiques*. Paris, Robert Laffont.
- BLANCHARD, Louis-Marie et BLANCHARD, Élise (2014) *Marco Polo. L'incroyable voyage*. Paris, Paulsen.
- BESNIER, Maurice (1914) *Lexique de géographie ancienne*. Paris, Klincksieck.
- BEJCZY, István (2001) *La Lettre du prêtre Jean, une utopie médiévale*. Paris, Imago.

- BOUGAINVILLE, Louis-Antoine de (1966) *Voyage autour du monde*. Paris, Union générale d'éditions.
- BRESC, Henri et TIXIER DU MESNIL, Emmanuelle (dir.) (2010) *Géographes et voyageurs au Moyen Âge*. Paris, Presses universitaires de Paris-Ouest.
- BROC, Numa (1986) *Géographie de la Renaissance (1420-1620)*. Paris, Éditions du CTHS.
- BUISSERET, David (dir.) (2007) *The Oxford Companion to World Exploration*. New York, Oxford University Press, 2 volumes.
- CHANDEIGNE, Michel et DUVIOLS, Jean-Paul (2011) *Sur la route de Colomb et Magellan. Idées reçues sur les Grandes Découvertes*. Paris, Le Cavalier Bleu.
- CHAUNU, Pierre (1969) *Conquête et exploitation des nouveaux mondes*. Paris, Presses universitaires de France.
- CLAVAL, Paul (1995) *Histoire de la géographie*. Paris, Presses universitaires de France.
- COLOMB, Christophe (1991) *La découverte de l'Amérique*. 2 tomes, Paris, La Découverte.
- COOK, James (2013) *Voyage en Océanie de 1772 à 1775*. La Rochelle, La Découverte.
- CREVAUX, Jules (1993) *Le mendiant de l'Eldorado*. Paris, Payot.
- DARWIN, Charles (1997) *The Voyage of the Beagle*. Ware, Wordsworth.
- DRÈGE, Jean-Pierre (2010) *Marco Polo et la Route de la soie*. Paris, Gallimard.
- ECO, Umberto (2013) *Histoire des lieux de légende*. Paris, Flammarion.
- FAVIER, Jean (1987) *De l'or et des épices. Naissance de l'homme d'affaires au Moyen Âge*. Paris, Fayard.
- FAVIER, Jean (2010) *Les grandes découvertes, d'Alexandre à Magellan*. Paris, Fayard.
- GAUTIER DALCHÉ, Patrick (2009) *La géographie de Ptolémée en Occident (IV^e-XVI^e siècle)*. Turnhout, Brepols.
- GERMAIN-THOMAS, Olivier (2010) *Marco Polo*. Paris, Gallimard.
- GLAKEN, Clarence J. (1967) *Traces of the Rhodian Shore. Nature and Culture in the Western Thought from Ancient Time to the End of the Eighteenth Century*. Berkeley et Los Angeles, University of California Press.
- GRANDBOIS, Alain (2000) *Les voyages de Marco Polo*. Édité par Nicole Deschamps et Stéphane Caillé, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- GUÉRET-LAFERTÉ, Michèle (1994) *Sur les routes de l'empire mongol. Ordre et rhétorique des relations de voyage aux XIX^e et XIV^e siècles*. Paris, Honoré Champion Éditeur.
- HANBURY-TENISON, Robin (2005) *The Oxford Book of Exploration*. Oxford, Oxford University Press.
- HEERS, Jacques (1983) *Marco Polo*. Paris, Fayard.

- HUMBOLDT, Alexander de (1980) *Voyages dans l'Amérique équinoxiale*. 2 volumes, Paris, Maspero.
- HUMBOLDT, Alexander de (2000) *Cosmos. Essai d'une description physique du Monde*. Paris, Utz.
- KOWALSKI, Jean-Marie (2012) *Navigation et géographie dans l'antiquité gréco-romaine. La terre vue de la mer*. Paris, Picard.
- LACARRIÈRE, Jacques (1981) *En cheminant avec Hérodote*, suivi de *Les plus anciens voyages du monde*. Paris, Fayard.
- LA CONDAMINE, Charles-Marie de (2004) *Voyage sur l'Amazonie*. Paris, La Découverte.
- LARNER, John (1999) *Marco Polo and the Discovery of the World*. New Haven et Londres, Yale University Press.
- LAS CASAS, Bartolomé de (2013) *La destruction des Indes*. Traduit par Jacques de Migrode et édité par Jean-Paul Duviols, Paris, Chandeigne.
- LE BRIS, Michel (2010) *Dictionnaire amoureux des explorateurs*. Paris, Plon.
- LECOQ, Danièle et CHAMBRAD, Antoine (dir.) (1998) *Terre à découvrir, terres à parcourir. Exploration et connaissance du Monde, XII^e-XIX^e siècles*. Paris, L'Harmattan.
- LE GOFF, Jacques (2010) *Le Moyen Âge et l'argent. Essai d'anthropologie historique*. Paris, Perrin.
- LITALIEN, Raymonde (1993) *Les explorations de l'Amérique du Nord*. Sillery, Septentrion.
- MANDEVILLE, Jean de (2004) *Voyage autour de la terre*. Traduit et commenté par Christiane Deluz, Paris, Les Belles Lettres.
- MERRILLS, A. H. (2005) *History and Geography in Late Antiquity*. Cambridge, Cambridge University Press.
- MOLLAT, Michel (1992) *Les explorateurs du XIII^e au XVI^e siècle. Premiers regards sur des mondes nouveaux*. Paris, Éditions du CTHS.
- MORISSONNEAU, Christian (2009) *Le rêve américain de Champlain*. Montréal, Hurtubise.
- PARIAS, L.-H. et STRAVIDÈS, Guy (2004) *Les explorateurs. Des pharaons à Paul-Émile Victor*. Paris, Robert Laffont.
- PARIS, Alexandre de (1976) *Le roman d'Alexandre*. Traduit, présenté et annoté par Laurence Harf-Lancner, collection « Lettres gothiques », Paris, Le Livre de poche.
- PIGAFETTA, Antonio (1964) *Premier voyage autour du monde par Magellan*. Mis en français moderne et commenté par Léonce Peillard, Paris, Union Générale d'Éditions.

- PIZARRO, Pedro (1992) *Récit de la découverte et de la conquête des royaumes du Pérou*. Paris, Éditions du Félin.
- PLAN CARPIN, Jean de (1961) *Histoire des Mongols. Enquête d'un envoyé d'Innocent IV dans l'empire tartare (1245-1247)*. Traduit en français et présenté par Clément Schmitt, Paris, Éditions franciscaines.
- POLO, Marco (1955) *Le livre de Marco Polo ou Le devisement du monde*. Mis en français moderne et présenté par Albert t'Serstevens, Paris, Albin Michel.
- POLO, Marco (1998a) *La Description du Monde*. Traduit, présenté et annoté par Pierre-Yves Badel, collection « Lettres gothiques », Paris, Le Livre de poche.
- POLO, Marco (1998 b) *Le Devisement du Monde. Le Livre des Merveilles*. Texte intégral établi par A.-C. Moule et Paul Pelliot, version française de Louis Hambis, introduction de Stéphane Yerasimos. Paris, La Découverte, 2 tomes.
- POLO, Marco (2004) *Le devisement du monde*. Édité, présenté et annoté par René Kappler, Paris, Imprimerie nationale.
- POLO, Marco (2003-2009) *Le devisement du monde*. Édition critique publiée sous la direction de Philippe Ménard, Genève, Droz, 6 tomes.
- POLO, Marco (2008) *The travels of Marco Polo*. Traduit en anglais par W. Marsden, T. Wright et P. Harris, présenté par Colin Thubron, New York, Alfred A. Knopf.
- POLO, Marco (2013) *Le devisement du monde*. Mis en français moderne et présenté par Louis Hambis, Paris, Klincksieck.
- RACINE, Pierre (2012) *Marco Polo et ses voyages*. Paris, Perrin.
- RALEGH, Walter (1997) *The discoverie of the large, rich and bewtiful Empyre of Guiana*. Traduit, annoté et présenté par Neil L. Whitehead, Norman, University of Oklahoma Press.
- RÉMY, Frédérique (2009) *Histoire des pôles. Mythes et réalités polaires. 17^e-18^e siècles*. Paris, Éditions Desjonquères.
- ROBERT, Jean-Noël (2014) *De Rome à la Chine. Sur les routes de la Soie au temps des Césars*. Paris, Les Belles Lettres.
- ROUX, Jean-Paul (1993) *Histoire de l'empire mongol*. Paris, Fayard.
- RUBROUCK, Guillaume de (2007) *Voyage dans l'empire mongol (1253-1255)*. Traduit et commenté par Claude-Claire Kappler et René Kappler, Paris, Imprimerie nationale.
- SALLES, Catherine *et al.* (2006) *Les grands explorateurs*. Paris, Larousse.
- SCHMIDT, Marie-France (2011) *Christophe Colomb*. Paris, Gallimard.
- SIMAAN, Arkam (2002) *La science au péril de sa vie. Les aventuriers de la mesure du monde*. Paris, Vuibert.
- SUBRAHMANYAM, Sanjay (2012) *Vasco de Gama. Légendes et tribulations du vice-roi des Indes*. Paris, Alma.

- SUBRAHMANYAM, Sanjay (2014) *Aux origines de l'histoire globale*. Paris, Collège de France et Fayard.
- TOCQUEVILLE, Alexis de (1991) *Quinze jours dans le désert*. Paris, Gallimard.
- UDIANY, Michel (2014) *L'histoire des mondes imaginaires*. Paris, Jourdain.
- VACA, Cabeza de (1983) *Adventures in the Unknown Interior of America*. Traduit et édité par Cyclone Covey, Albuquerque, University of New Mexico Press.
- VESPUCCI, Amerigo (2005) *Le nouveau Monde*. Traduit, annoté et présenté par Jean-Paul Duviols, Paris, Chandeigne.
- VIDAL-LABLACHE, Paul (1880) *Marco Polo. Son temps et ses voyages*. Paris, Librairie Hachette.
- WILLIAMS, Glyn (2009) *Artic Labyrinth. The Quest for the Northwest Passage*. Toronto, Penhuin Canada.
- ZUMTHOR, Paul (1993) *La mesure du monde*. Paris, Seuil.
- La découverte du nouveau monde*. Vue d'ensemble par Jean Cassou et relations contemporaines des voyages de Christophe Colomb, Amerigo Vespucci, Vasco da Gama et Jean de Béthencourt, Paris, Albin Michel, 1966.
- Le premier voyage de Vasco de Gama aux Indes (1497-1499)*. Récit attribué à Álvaro Velho, traduit et présenté par Paul Teyssier, Paris, Chandeigne, 2010.
- Le voyage de Magellan. La relation d'Antonio Pigafetta et d'autres témoignages*. Édition établie par Xavier de Castro, Jocelyne Hamon et Luís Filipe Thomaz, Paris, Chandeigne, 2010.
- La véritable histoire d'Alexandre le Grand*. Textes réunis et commentés par Jean Mayle, Paris, les Belles Lettres, 2009.

CHAPITRE 3

La vie comme voyage : la route touristique, le soi étendu et la mémoire externe

Richard Voase

University of Lincoln

INTRODUCTION

Si un homme écrit mieux un livre, livre un meilleur sermon, ou façonne une souricière supérieure, peu importe s'il construit sa maison au milieu de la forêt, le monde se frayera un chemin jusqu'à sa porte.

Attribué à Ralph Waldo Emerson,
XIX^e siècle (Partington, 1997 : 137).

Traduction de l'auteur.

On pourrait dire que ces mots représentent l'esprit de la modernité du XIX^e siècle : un monde dans lequel le progrès est d'avant-garde, où l'innovation réside au cœur de la vie commerciale, et l'inaccessibilité est un problème résolu grâce aux efforts humains. Cet aphorisme est souvent cité pour souligner l'esprit d'entreprise de cette époque. Selon toute vraisemblance, c'est le cas. Cependant, il est possible d'y voir deux principes : à l'évidence, l'innovation; mais également l'exploration. Il s'agit d'une société qui intègre en son centre tant l'effort que la quête d'exploration, et ce, même si la destination demeure incertaine. C'est une société qui vit de sensations.

Ce texte vise à présenter la vie comme un voyage métaphorique. Il traite de la construction d'un soi étendu à une époque qui considère le tourisme comme une forme d'exploration et un romantisme renouvelé. Une attention particulière sera portée aux événements touristiques inattendus, et à leur saillance dans la construction d'une narration personnelle. L'influence des développements sociotechnologiques récents sur l'expérience touristique sera également prise en compte. L'idée d'une culture du présent continu et le développement de ce qu'on va nommer une *mémoire externe* seront finalement exposés.

LA VIE COMME VOYAGE

Homo narrans

La propension à concevoir la vie comme une histoire, notamment par la constitution d'une trame narrative, est une composante essentielle de la condition humaine. Les événements et les rencontres au cours de la vie sont compris, intégrés et rationalisés en fonction d'une certaine cohérence narrative. Le sens de cette cohérence émane des expériences et des croyances propres à chaque individu (Fisher, 1985). Le paradigme narratif s'inscrit dans le courant poststructuraliste (Shankar *et al.*, 2001 : 436), qui avance que la signification existe seulement dans la pensée, et non en dehors de soi : « Il n'y a pas de hors-texte », soutient Derrida (1998 : 158). Par conséquent, la vie est une sorte de voyage, c'est-à-dire une narration caractérisée par un commencement, un déroulement, et une fin.

La question est alors : mais qui en est donc l'auteur? *My Way*, une chanson de Paul Anka, popularisée par Frank Sinatra, et chantée sur une mélodie d'origine française, est devenue une ballade de choix pour les funérailles dans cet âge séculaire (Queenan, 2007). Soutenue par le refrain, *I did it my way* (« Je l'ai fait à ma guise »), sous-entend que :

I've lived a life that's full, I travelled each and every highway
 (« J'ai vécu une vie pleine et entière, j'ai voyagé sur toutes et chacune des grandes routes »), et

I planned each chartered course, each careful step along the byway
 (« J'ai tracé toutes les voies, pensé chaque pas sur le sentier »)

Ces phrases, naturellement, sonnent creux. La réalité est que la vie comme voyage est remplie d'expériences inattendues, parfois heureuses, parfois sérendipiteuses, parfois malheureuses (Shankar *et al.*, 2001 : 431; Escalas, 2004 : 168). Shakespeare parlait des « *slings and arrows of outrageous fortune* » (« les frondes et les flèches d'un destin tragique ») (*Hamlet*, Acte 3, Scène 1). Néanmoins, l'individu peut imposer, sur sa vie comme voyage des événements

de son choix : notamment dans le domaine de la consommation des choses matérielles, et en particulier, à propos de ses expériences touristiques.

La vie comme voyage

Il est donc possible de parler d'une *narration personnelle* construite à partir des événements sur lesquels l'individu a, d'une part, peu d'influence, et, d'autre part, sur des expériences choisies et sélectionnées. Chacun, au seuil de sa vie, préfère parler des événements extraordinaires qui ont jalonné son parcours, et non de litanies de banalités (Shankar *et al.*, 2001 : 445). Ces événements comprennent des expériences de rites de passage, des commémorations personnelles et voyages touristiques (Gibson *et al.*, 2012). Des études en psychologie témoignent en effet que les expériences de vacances jouent un rôle particulier dans la construction de la mémoire à long terme (Larsen, 2007). L'individu cherchera ainsi à matérialiser ses mémoires en les transférant dans la réalité de la culture matérielle. Photographies, souvenirs et journaux intimes sont des stratégies pour conserver ses expériences dans la mémoire épisodique (Urry, 2007 : 266-7).

Il est peut-être utile de comparer la narration personnelle et le fonctionnement des médias. Au cœur des médias d'actualité réside un paradoxe. Si on demande à un éditeur d'expliquer l'objectif de son journal, il répondra qu'il propose des reportages sur l'actualité de sa localité. Mais en fait, jour après jour, beaucoup d'événements ordinaires ne mériteraient aucune mention dans ces nouvelles. Par exemple, un séminaire universitaire, un événement se produisant régulièrement chaque semaine, n'a aucune chance d'apparaître dans les nouvelles. Il faut un événement particulier pour le qualifier de *nouvelle*. Par exemple, si le professeur touche un élément électrique mal câblé et cause un grave accident, l'événement franchira le seuil de l'ordinaire vers l'extraordinaire. En ce sens, les nouvelles, comme la narration personnelle, sont une version revue et corrigée de la vie.

Les nouveaux romantiques

Les nouveaux romantiques est une expression consacrée et associée à une mode musicale et vestimentaire des années 1980. On peut toutefois avancer que dans la société occidentale avancée, depuis cette décennie des années 1980, tous sont, dans une certaine mesure, devenus de nouveaux romantiques. On a en effet assisté à une transition entre une ancienne forme de tourisme, basée sur les complexes hôteliers fermés, les mouvements de masse, les fêtes de groupe, à une nouvelle forme de tourisme, fondée sur la recherche de l'authenticité, les voyages en petits groupes et le plaisir individuel (Voase, 2002 : 2-3). Certes, cette proposition peut sembler simpliste, le tourisme de masse étant encore largement la norme. Toutefois, ce que l'on peut nommer un *tourisme d'exploration* est en croissance. Ce changement peut apparaître

comme une conséquence de la transition culturelle dite *postmoderne*. On assiste de plus en plus à un désir de se réapproprier un temps perdu; ou peut-être, un temps qui n'a jamais existé (Voase, 2002 : 12-15).

Dans ce cadre, il est possible d'interpréter le tourisme d'exploration comme une renaissance du romantisme du XIX^e siècle. Urry parle d'un « regard touristique romantique » associé à la solitude, à l'intimité, et d'une relation quasi transcendante avec l'objet du regard (1990 : 45-6). À l'instar d'autres formes d'expression esthétique émotionnelle de ce même siècle – pensons à l'art, la musique, la poésie – les touristes de l'âge de l'exploration souhaitent visiter des environnements isolés et naturels, qui ne sont pas destinés aux touristes. Au XIX^e siècle en Angleterre, l'entrepreneur Thomas Cook a utilisé le nouveau réseau des chemins de fer pour acheminer des groupes de touristes dans l'Écosse rurale, et il a rencontré une forte résistance (Withey, 1997 : 144-7). Cent cinquante années plus tard, des touristes indépendants dans le nord de la Norvège exprimaient leur préférence pour vivre une expérience du monde naturel « sans la présence d'autres touristes » (Jacobsen, 2004 : 14). La pratique actuelle du *slow tourism* tire ses origines du *slow food*, une tendance qui a vu le jour durant les années 1980 et qui a pour but de célébrer des pratiques touristiques, à un autre rythme, hors de la vitesse. Ces éléments apparaissent ainsi comme un romantisme renouvelé (Fullagar *et al.*, 2012, Dickinson et Lumsdon, 2010).

Le soi étendu

Constituer une collection, constituer sa vie

On a posé que l'individu construit sa vie à travers une narration personnelle, et ce, tel que le postule le courant poststructuraliste. Cette narration est construite par une séquence d'événements vedettes ou exceptionnels. Dans le cadre du nouveau tourisme, dont l'origine se situe dans les années 1980, le romantisme renouvelé a mis en exergue l'expérience individuelle, émotionnelle et de solitude. Se pose maintenant la question suivante : comment l'individu construit-il la trame narrative de sa vie, opération pour laquelle il doit sélectionner certains événements? Il s'agit donc de sélectionner et de collectionner des expériences, pour se constituer comme individu complet. Le concept de *soi étendu* (*extended self*) proposé par Belk (1988) sera utilisé pour poursuivre cette analyse.

De ses premiers écrits jusqu'à aujourd'hui, l'œuvre de Belk s'avère elle aussi considérable et étendue. L'article de 1988 fait cependant date. D'emblée, le comportement du consommateur plutôt que de l'acheteur y a été souligné. Belk y présente comment les possessions deviennent une partie de soi; que nous sommes ce que nous possédons. L'importance accordées aux possessions se développe progressivement, de l'enfance jusqu'à la jeunesse, à l'âge adulte,

puis à l'âge avancé. D'une période à l'autre de la vie, différentes catégories d'objets sont incorporées au soi. Belk reconnaît sa dette intellectuelle à l'égard de Sartre et à son œuvre *L'Être et le néant*. Le philosophe y analyse la correspondance entre le possesseur et le possédé par des différents moyens de contrôle, de création et de connaissance (Belk, 1988 : 145-6, 150). On en vient à se demander comment le soi étendu, dont une bien courte synthèse a été présentée ici, peut aider à comprendre le rôle des expériences touristiques dans la construction du soi. Les travaux de Belk portaient principalement sur la culture matérielle; mais il souligne que : « En ce qui concerne les autres catégories du soi étendu, les lieux et les expériences apparaissent clairement comme une part du soi étendu [...], les personnes, lieux et choses auxquels les individus se sentent attachés » (Belk, 1988 : 141, notre traduction). Les lieux visités, quoiqu'ils puissent être représentés par des photographies, des souvenirs ou des descriptions dans un journal intime, ne sont pas des choses qu'on peut ramasser et garder chez soi. Il en est de même pour les expériences, qui sont tout aussi immatérielles. Il apparaît donc nécessaire d'examiner les mécanismes de consommation de ces produits intangibles pour comprendre comment ce processus fonctionne. Il faut considérer l'ensemble de l'opération : de l'anticipation, à l'expérience, jusqu'à la mémorisation de l'événement.

L'anticipation, l'expérience, la mémorisation

Comme il a été mentionné, le tourisme d'exploration représente un renouvellement de l'esprit romantique du XIX^e siècle. Dans cet ordre d'idée, la thèse de Campbell (1995) soutient que la culture de consommation contemporaine représente une combinaison de l'esprit romantique et de l'esprit puritain de l'Europe du Nord. A priori, cette association apparaît paradoxale : alors que l'essence de la vie romantique s'établit par le besoin de célébrer et d'exprimer ses émotions, l'esprit puritain valorise le travail acharné et la maîtrise des émotions. Mais, d'après Campbell, les deux esprits ont quelque chose en commun : le besoin de retarder. La culture de consommation contemporaine demande à ce que les consommateurs travaillent afin d'obtenir du temps de loisir et de poursuivre leurs activités à leur gré, tout comme le tourisme exige une longue période d'anticipation avant d'être consommé. Selon Campbell, ce besoin de retarder illustre fort bien le consumérisme (1995 : 118).

L'acte de consommation commence donc, non pas avec l'expérience, mais bien avec l'anticipation. Considérant que l'expérience touristique est une partie intégrante de la narration personnelle, cette mémoire de l'expérience doit être conservée. Par la photographie, les souvenirs et le journal intime, le touriste tente de conserver la mémoire. Mais si l'anticipation est aussi une partie intégrante de l'expérience, il faut donc parler d'expérience étendue, et considérer que la mémoire doit aussi intégrer cette part d'anticipation. Des études

corroborent cet argument : l'anticipation (ou les attentes) avant la consommation influence le niveau de satisfaction évalué après l'événement (Mattila et Wirts, 2000 : 559; Philips et Baumgartner, 2002 : 251). Parmi les nombreuses études sur la valeur des vacances, l'une d'entre elles soutient que l'anticipation a plus d'impact que la réalité de l'expérience elle-même (Voysey, 2000). La prééminence de l'anticipation sur l'expérience vécue semble être tout à fait applicable dans le domaine touristique (Gilbert et Abdullah, 2002).

Le poème de William Wordsworth, un des poètes romantiques du XIX^e siècle, illustre ce propos. Ce poème, titré *I Wandered Lonely as a Cloud*, est présenté ci-dessous en langue originale anglaise et traduit par nos soins. Le poème comporte trois strophes, seules la première et la dernière strophe sont ici transcrites.

Figure 3.1 – I Wandered Lonely as a Cloud

<i>I wandered lonely as a cloud</i>	<i>J'étais seul, tel un nuage</i>
<i>That floats on high o'er vales and hills</i>	<i>Planant, par monts et par vaux</i>
<i>When all at once I saw a crowd</i>	<i>Quand, tout d'un coup,</i> <i>j'aperçus une foule</i>
<i>A host of dancing daffodils</i>	<i>Une multitude de jonquilles dansantes</i>
<i>Along the lake, beneath the trees,</i>	<i>Le long du lac, sous les arbres</i>
<i>Ten thousand dancing in the breeze.</i>	<i>Elles étaient dix mille fleurs,</i> <i>dansant dans la brise</i>
<i>For oft when on my couch I lie</i>	<i>Souvent, quand je m'étends</i>
<i>In vacant or in pensive mood</i>	<i>D'humeur distraite ou pensive</i>
<i>They flash upon that inward eye</i>	<i>Alors, me sautent aux yeux</i>
<i>Which is the bliss of solitude</i>	<i>Toutes les félicités de la solitude</i>
<i>And then my heart with pleasure fills</i>	<i>Et mon cœur est ainsi comblé de joie</i>
<i>And dances with the daffodils</i>	<i>Et il danse, danse avec les jonquilles</i>

(Wordsworth, 1969 : 552 [orig. 1807], notre traduction)

Voici une expérience touristique déjà constituée, à travers l'art du poète, comme un souvenir. En approfondissant cet extrait, on remarque au premier abord qu'il s'agit d'un épisode sans direction particulière : Wordsworth est un flâneur. Dans un deuxième temps, il est seul : une condition essentielle à l'expérience romantique. Il n'en serait pas de même s'il avait été accompagné par de nombreuses personnes. Troisièmement, il revit l'expérience à plusieurs reprises, chaque fois qu'il a l'occasion de se soumettre à la rêverie; et pour

l'aider à se remémorer ce moment, il en a consigné le souvenir dans un recueil de poésie. Le but de cette consignation et de cette collection est d'en faciliter la remémoration, et de la revivre avec joie. D'ailleurs, lire ces lignes aujourd'hui, deux cents ans plus tard, est bien un gage de son succès.

Cependant, Wordsworth et ses jonquilles ne sont pas un exemple parfait de l'anticipation, de l'expérience et de la mémoire. Dans la seconde strophe, non citée dans l'extrait donné plus haut, le poète indique qu'il n'avait pas réalisé à quel point la rencontre avec les fleurs aura pris une place dans sa mémoire épisodique. D'ailleurs, cette rencontre n'était pas attendue : il a trouvé les jonquilles tout d'un coup. Il s'agit d'une véritable expérience de tourisme d'exploration et qui démontre l'importance de l'inattendu. Dans ce sens, Wordsworth et ses jonquilles sont exemplaires et nécessitent de plus amples analyses.

Sérendipité : la saillance de l'inattendu

Le touriste d'exploration est rempli d'anticipation : il attend, avec plaisir, ses vacances. Certes, s'il visite Paris, il voudra voir la tour Eiffel. Évidemment, il la prendra en photographie. Sans doute, il se fera photographier par ses compagnons ou par un autre touriste sous la tour Eiffel. Nous avons tous fait de même. Est-ce que la tour Eiffel prendra une place dans sa mémoire et dans sa narration personnelle? Peut-être. Mais avoir vu la tour Eiffel – malgré tout le respect qu'on lui doit – n'est pas une nouveauté. Nous avons tous fait de même. Ce qui est beaucoup plus intéressant, ce sont les rencontres inattendues durant sa visite à la tour Eiffel, celles que l'on ne peut pas prévoir. Les grands sites touristiques constituent une narration générale; mais le but et le besoin du touriste sont davantage de s'en construire une narration personnelle.

Cette évidence est clairement démontrée dans le roman *Mémoires d'un touriste* de Stendhal (original de 1838). Ce que le dit *tourist* trouve intéressant ne réside pas dans les grands monuments touristiques de France, mais dans les petites rencontres sérendipiteuses. Par exemple, lorsque flânant dans la petite ville de Beaucaire, il est attiré par une odeur particulière et qu'il se met à investiguer. Il découvre alors « une rue dont les murs fort épais et assez élevés n'étaient composés que d'oignons et de gousses d'ail; nous primes la fuite. » (Édition française de 1924, p.93). MacCannell, dans son commentaire sur ce roman, conclut que le besoin du touriste est d'avoir quelque chose de nouveau à raconter (2001 : 32-3). Les plaisirs sérendipiteux ont été aussi soulignés dans une étude sur le voyage indépendant. Trois particularités caractérisent de ce type de voyage : un itinéraire évoluant, la volonté de prendre des risques, et « un désir pour l'expérience inattendue » (Hyde et Lawson, 2003 : 13). Une étude similaire (Huxley, 2004) révèle que l'intérêt pour les petites rencontres s'explique par le fait qu'elles constituent un contraste avec l'ordinaire. Un des sujets de l'étude de Huxley (2004) relate avoir vu les *must sees* (hauts lieux) comme la

tour Eiffel et le Taj Mahal, mais qu'il accorde bien plus d'importance à la rencontre : « les petites scènes banales de la vie deviennent tellement fascinantes, car si elles sont normales pour ce coin du monde, elles sont tellement différentes de ma vie quotidienne » (cité dans Huxley, 2004 : 39. Notre traduction).

LA CULTURE DU PRÉSENT CONTINU

Notre propos jusqu'à maintenant a été que le tourisme d'exploration s'inscrit comme une forme du romantisme renouvelé et qu'il illustre une tendance croissante du tourisme contemporain. Ce tourisme, avons-nous noté, est caractérisé par l'anticipation, la recherche de rencontres avec l'inattendu et le besoin d'avoir des histoires à raconter. Le tourisme apparaît également comme une composante essentielle de la construction de la narration personnelle. Or il convient maintenant de s'attarder au développement sociotechnologique, dont l'influence peut être marquante sur l'expérience touristique. Le terme de *culture du présent continu* synthétise cette dimension.

En langue anglaise, il existe deux formes du présent : le présent simple et le présent continu. Le présent simple se présente, par exemple, comme *On Mondays at 11:00, I give a lecture* (« Les lundis, à onze heures, je donne un cours »). Mais si, pendant le cours, un collègue entre la salle et me demande de l'aider pour réparer une crevaison sur sa voiture, je répondrais, *Not at present, I am giving a lecture* (« Pas maintenant, je suis en train de donner un cours »). Le présent continu – *am giving* – est représenté dans la langue française par l'utilisation des mots « en train de ». Le présent continu est ainsi utilisé quand l'action est inhibée ou entravée par un autre engagement, et la personne n'est pas libre pour faire autre chose, y compris penser. Autre exemple, lors d'une crise, lorsque tous essayent de donner des conseils, il n'est pas rare d'entendre dire « *Please stop talking, I am thinking* » (« Veuillez avoir la bonté de cesser de parler, je suis en train de penser »).

L'hyperconnectivité

La prolifération récente des téléphones intelligents, simultanément à l'arrivée du Web 2.0 et des médias sociaux, a créé une espèce d'humanité cybernétique. La simplicité et la facilité de faire partie et de participer à un réseau virtuel transforment le temps réflexif en temps engagé. Au Royaume-Uni, plus de 70 % de la population possède un téléphone intelligent (Deloitte, 2013). Facebook, doyen des sites de médias sociaux, possède plus d'un milliard de membres actifs (Facebook, 2013). Twitter, site de microblogage, revendique pour sa part plus de 500 millions de participants.

On en vient à se demander quelles sont les conséquences, culturelles et sociales, de l'hyperconnectivité et ce, particulièrement pour l'expérience touristique. Les études neurophysiologiques démontrent que lorsque le sujet humain s'abandonne à la rêverie, des parties spécifiques de son cerveau s'activent (Vincent *et al.*, 2006 : 3528; Bloom, 2011 : 197-8). Les études indiquent que ce temps par défaut est consacré à organiser et à donner une cohérence aux expériences de la vie (Mason *et al.*, 2007 : 395). Les conséquences de l'absence de ce temps par défaut sont toutefois encore inconnues. Peut-on penser que ce manque de temps par défaut serait comparable à un manque de sommeil?

Un rapport de l'Office des communications du Royaume-Uni a conclu qu'en 2010, les adultes britanniques passaient la moitié de leur temps d'éveil devant un équipement électronique (télévision, Internet, téléphone mobile) (Ofcom, 2010). Une étude réalisée auprès d'étudiants universitaires du Royaume-Uni a révélé qu'un étudiant passe, en moyenne, trente heures par semaine devant l'ordinateur, soit huit heures consacrées à ses études, dix heures consacrées à ses loisirs, tels que les jeux, et douze heures sont vouées aux médias sociaux (Grove, 2012). Finalement, un rapport de l'Office des sciences du gouvernement du Royaume-Uni avance qu'environ la moitié des adultes âgés, entre 16 et 24 ans, se déclarent être « les plus heureux » lorsqu'ils sont engagés avec le monde virtuel (Foresight, 2013 : 22-4).

La mémoire externe

un ordinateur peut être équipé d'une mémoire externe afin de stocker un surplus d'information. Il en est de même chez les humains. La photographie est un moyen d'accumuler et de stocker des souvenirs de vacances ou encore de *revisiter* à plusieurs reprises un événement passé. Mais qu'en est-il vraiment? Pour notre part, nous avons été témoin lors de trois mariages : et à chaque fois nous avons tenté d'empêcher les invités de perdre leur temps à prendre les mêmes photographies, une perte de temps qui, selon nous, pourrait ruiner leur expérience et leur mémoire personnelle. On pense dès lors à Wordsworth : si, en rencontrant ses jonquilles, il avait eu un appareil photo, son expérience aurait-elle été la même? Quelles sont, à la vérité, les conséquences d'être engagé dans ce présent continu, tout en étant dépendant d'une mémoire externe?

Une étude récente de Henkel (2014) offre une réponse à cette question. Recourant à une méthodologie simple et élégante, Henkel a convié plusieurs individus à regarder des objets dans un musée d'arts décoratifs. Les sujets étaient invités, soit à regarder, regarder et photographier, ou à photographier en augmentant le grossissement, c'est-à-dire en utilisant un zoom. Il ressort que photographier un objet diminue la mémoire qu'on en possède. Autrement dit, regarder un objet augmente notre capacité à s'en rappeler, plus que le fait de le photographier. Le témoin avait raison : être engagé dans le présent continu

gâche les plaisirs du présent simple. L'engagement diminue la joie d'être. Cependant, la recherche de Henkel a aussi démontré que de photographier avec un zoom permet d'acquérir une mémoire équivalente à celle acquise par le fait de simplement regarder (Henkel, 2014).

La réalité est que les téléphones intelligents offrent non seulement la connexion avec Internet, et les humains cybernétiques. Ils offrent aussi la capacité de faire de la photographie numérique : encore un moyen pour engager l'individu. Il y a trois ans, nous avons été témoin d'un incident révélateur durant le concert d'un groupe de musique populaire, les *Scissor Sisters*. Assis au balcon de la salle de concert, nous regardions plusieurs jeunes spectateurs qui, du fond de la salle, photographiaient et filmaient systématiquement avec leur téléphone. Soudainement, la chanteuse du groupe, Ana Matronic, s'est adressée à la foule en ces termes : « Vous vous concentrez tellement à produire vos images. Pourquoi ne pas jouir du moment? »

Enrichement de l'expérience?

il est tout de même possible d'argumenter que la technologie mobile offre la possibilité d'accroître l'expérience touristique. Des applications pour les téléphones intelligents ont été développées pour soutenir le touriste avant et pendant l'expérience de voyage. Des recherches conduites par Wang *et al.* (2012) ont suggéré que l'expérience de voyage a été enrichie par la possibilité de consulter des cartes, des plans et des horaires et, par exemple, de consulter des recommandations de visites, de promenades et de restauration. Les bénéfices en étaient une réduction des risques, et même une certaine introduction de l'inattendu (2012 : 379). Les sujets de recherche étaient des utilisateurs d'applications, et pourrait-on conclure, des *aficionados* convaincus.

Certes, être muni d'une grande variété de renseignements, accessibles en un rien de temps, semble être une bonne chose. Se rappelant la citation d'Emerson au début du présent texte, on peut tout de même se demander si, avant l'excursion dans les bois pour retrouver la maison, l'expérience aurait été la même si la souricière avait été surveillée; la route avait été signalée par navigation satellite; et l'accueil dans la maison avait été décrit et commenté par plusieurs internautes sur *TripAdvisor*. La culture du présent continu impose une révision de ce qui est *ordinaire* et de ce qui est, au contraire, *extraordinaire*. L'occasion de s'échapper du familier et du quotidien diminue au fur et à mesure que la technologie fournit l'occasion, et l'obligation, de maintenir le contact. Le liminal, associé à l'expérience touristique, est compromis (White et White, 2007).

CONCLUSION

Notre objectif était de remettre en question quelques idées reçues. Il a été suggéré que le plaisir du tourisme ne tient pas uniquement à l'expérience comme telle, mais tient aussi compte de l'anticipation et du souvenir, ou de la mémoire associée à cette expérience. Cet argument a été illustré à l'aide d'un poème ancien aussi bien que par des recherches récentes. Il a aussi été avancé que les moments forts des excursions touristiques ne se limitent pas aux hauts lieux identifiés par les brochures et les guides, mais résident bien davantage dans les petits incidents et les rencontres inattendues, qu'elles soient banales ou impressionnantes. Le tourisme dit *d'exploration* a été développé comme une tendance liée à l'esprit romantique du XIX^e siècle, une tendance marquée par l'individualisme et l'expression des émotions.

Le paradoxe réside dans le fait que le tourisme, issu du monde occidental, maintient une croissance constante et significative. Nous avons d'ailleurs suggéré ailleurs que les acheteurs de vêtement de marque (ou griffés) affirment chercher une certaine individualité, alors qu'en fait il s'agit d'individus qui cherchent un groupe à rejoindre (Voase, 2007 : 546). En revanche, les touristes actuels sont captifs de la foule, et par le romantisme, ils tentent de s'échapper et d'exprimer leur individualité à travers une narration qui est, surtout, personnelle. C'était vrai pour le touriste de Stendhal en 1838, et c'est encore vrai dans le monde contemporain, où le tourisme, dans ce monde de production globale, offre toujours la possibilité de construire un soi étendu individuel.

Finalement, nous avons analysé les conséquences du développement socio-technologique à travers la culture du présent continu. Les impacts du cybernétisme et des médias sociaux sont considérables. Autrefois, le tourisme d'exploration était caractérisé par l'incertain, le voyage dans l'inconnu et la jouissance de la rencontre avec l'inattendu. Surtout, il existait un gouffre entre la sensation d'être chez soi ou en voyage. La technologie a bouleversé ces principes. Vidé de ses qualités liminales et devant l'érosion de la différence entre l'ordinaire et l'extraordinaire, le tourisme risque d'échouer à faire vivre des sensations. Peut-être le secret de la vie humaine, dans cette époque cybernétique, est-il de résister à tout ce mouvement?

BIBLIOGRAPHIE

- BLOOM, P. (2011) *How Pleasure Works: why we like what we like*. Londres, Vintage.
- CAMPBELL, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford, Basil Blackwell.
- CAMPBELL, C. (1995) The Sociology of Consumption. Dans D. Miller (dir.) *Acknowledging Consumption: a review of new studies*. Londres, Routledge, pp. 96-126.
- DELOITTE (2013) Exponential rise in consumers' adoption of the smartphone – can retailers keep pace? [En ligne] http://www.deloitte.com/view/en_GB/uk/61d116116757f310VgnVCM1000003256f70aRCRD.htm (page consultée le 30 avril 2014)
- DERRIDA, J. (1998) *Of Grammatology*. Londres, John Hopkins University Press.
- DICKINSON, J. et LUMSDON, L. (2010) *Slow Travel and Tourism*. Londres, Earthscan.
- ESCALAS, J. (2004) Narrative processing: Building Consumer Connection to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 14 (1-2) 168-80.
- FACEBOOK (2013) *Newsroom*. [En ligne] <http://newsroom.fb.com/Key-Facts> (page consultée le 7 février 2013).
- FISHER, W. (1985) The narrative paradigm: In the beginning. *Journal of Communication*, 35 (4) 74-89.
- FORESIGHT FUTURE IDENTITIES (2013) *Final Project Report: Changing identities in the UK- the next 10 years*. Londres, Government Office for Science. [En ligne] <http://www.bis.gov.uk/assets/foresight/docs/identity/13-523-future-identities-changing-identities-report.pdf> (page consultée le 18 avril 2013).
- FULLAGAR, S., MARKWELL, K. et WILSON, E. (dir.) (2012) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Bristol, Channel View.
- GIBSON, H., BERDYCHEVSKY, L., BELL, H., CARR, N. et DUNCAN, T. (2012) Girlfriend getaways over the life course: change and continuity. *Annals of Leisure Research*, 15 (1) 38-54.
- GILBERT, D. et ABDULLAH, J. (2002) A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual's sense of well-being. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (4) 352-361.
- GROVE, J. (2012). More debt, more paid work, more pressure... less alcohol. *Times Higher*, n° 2040, 8 au 14 Mars , pp.10-11.
- HENKEL, L. (2014) Point-and-Shoot Memories: The Influence of Taking Photos on Memory for a Museum Tour. *Psychological Science*, 25 (2) 396-402.
- HUXLEY, L. (2004) Western backpackers and the global experience: an exploration of young people's interaction with local cultures. *Tourism, Culture & Communication*, 5 (1) 37-44.

- HYDE, K. et LAWSON, R. (2003) The Nature of Independent Travel. *Journal of Travel Research*, 42 (1) 13-23.
- JACOBSEN, J. (2004) Roaming Romantics: solitude-seeking and self-centredness in scenic sightseeing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4 (1) 5-23.
- LARSEN, S. (2007) Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1) 7-18.
- MACCANNELL, D. (2001) Tourist Agency. *Tourist Studies*, 1 (1) 23-37.
- MASON, M. *et al.* (2007) Wandering Minds: The Default Network and Stimulus-Independent Thought. *Science*, Volume 315, pp. 393-395.
- MATTILA, A. et WIRTZ, J. (2000) The Role of Preconsumption Affect in Post-purchase Evaluation of Services. *Psychology & Marketing*, 17 (7) 587-605.
- OFCOM (2010) *Communications Market Report*, publié le 19 août. [En ligne] http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/753567/CMR_2010_FINAL.pdf (page consultée le 15 septembre 2010).
- PARTINGTON, A. (dir.) (1997) *The Oxford Concise Dictionary of Quotations*. Oxford, Oxford University Press.
- PHILLIPS, D. et BAUMGARTNER, H. (2002) The Role of Consumption Emotions in the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Psychology*, 12 (3) 243-252.
- QUEENAN, J. (2007) How Sinatra did it My Way – via a French pop star and a Canadian lounge act, *The Guardian*, 5 July. [En ligne] <http://www.theguardian.com/music/2007/jul/05/popandrock1> (page consultée le 25 avril 2014)
- SHANKAR, A., ELLIOTT, R. et GOULDING, C. (2001) Understanding Consumption: Contributions from a Narrative Perspective. *Journal of Marketing Management*, 17 (3/4) 429-453.
- STENDHAL Mémoire d'un touriste. Volume II des *Cœuvres complètes de Stendhal*, Paris, Calman-Lévy, 1924..
- URRY, J. (1990) *The Tourist Gaze: leisure and travel in contemporary societies*, London, Sage.
- URRY, J. (2007) *Mobilities*, Cambridge, Polity Press.
- VINCENT, J. *et al.* (2006) Coherent Spontaneous Activity Identifies a Hippocampal-Parietal Memory Network. *Journal of Neurophysiology*, 96 (6) 3517-3531.
- VOASE, R. (2002) Introduction: Tourism in Western Europe in a Context of Change. Dans R. Voase (dir.) *Tourism in Western Europe: a collection of case histories*, Oxfordshire, CAB International, pp. 1-17.
- VOASE, R. (2007) Individualism and the 'new tourism': a perspective on emulation, personal control and choice. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (5) 541-547.

- VOYSEY, K. (2000) *Just What the Doctor Ordered – The Benefits of Taking Holidays*, London, English Tourism Council.
- WANG, D., PARK, S. et FESENMAIER, D. (2012) The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51 (4) 371-387.
- WHITE, N. et WHITE, P. (2007) Home and away: tourists in a connected world. *Annals of Tourism Research*, 34 (1) 88-104.
- WITHEY, L. (1997) *Grand Tours and Cook's Tours: A history of leisure travel 1750 to 1915*. New York, William Morrow & Company.
- WORDSWORTH, W. (1969) *Wordsworth: Poetry & Prose*. Londres, Rupert Hart-Davis.

CHAPITRE 4

La création de la Grande route des Alpes : un support de développement touristique?

Pierre-Olaf Schut

Eric Levet-Labry

Université Paris-Est

La route touristique représente un double enjeu. D'une part, elle représente l'infrastructure de transport indispensable à l'activité touristique, puisque, par définition, le tourisme implique un déplacement. D'autre part, elle représente, par sa nature spécifique, un but de voyage. Aussi, questionner le développement d'une route touristique nécessite que l'on s'intéresse à la fois sur son rôle pour le développement des territoires qu'elle dessert, mais également sur son succès en tant que destination.

L'objet de la présente analyse met en évidence cette double fonctionnalité. En effet, la Grande route des Alpes en France s'inscrit dans un vaste territoire marqué à la fois par un fort potentiel de développement touristique et certaines difficultés liées à l'accessibilité des sites (Roy, 1953). Ce projet fait partie des premiers du genre. En 1903, la route de l'Esterel sur la Côte d'Azur a vu le jour (Larique, 2006). Cette première expérience a révélé la logique de la route touristique : relier des stations en offrant un accès privilégié à un paysage d'exception. La Grande route des Alpes représente un véritable défi par son envergure et ouvre la voie à d'autres itinéraires qui suivront, notamment la Route des Pyrénées. Ces projets se multiplient dans un contexte particulier où le rail doit composer avec le développement de l'automobile pour le transport des personnes (Flonneau, 2007).

Étant donné la nature du sujet, c'est à travers un regard d'historien, que nous analyserons les enjeux de la création de la Grande route des Alpes, en nous

appuyant essentiellement sur un département d'archives¹. Le recul offre également l'intérêt d'évaluer les effets à long terme du projet.

Deux hypothèses seront éprouvées de manière complémentaire. La première est économique : la création de la Grande route des Alpes, infrastructure de transport et destination, contribue-t-elle efficacement au développement du tourisme? La logique du projet consiste autant à faciliter l'accès aux lieux de villégiatures existants qu'à offrir à la région une nouvelle source d'attraction. Aussi, il est logique d'attendre en retour des impacts positifs sur l'activité touristique. La seconde hypothèse est culturelle : l'émergence des routes touristiques au début du XX^e siècle modifie-t-elle les manières de faire du tourisme? En effet, le tourisme de montagne est alors essentiellement thermal. Les touristes se rendent sur un lieu de cure, profitent des bienfaits des eaux de source, du bon air de la montagne avant de reprendre le chemin inverse pour regagner leur domicile. La définition d'une route touristique invite à l'itinérance et élargit la destination à une région dans sa globalité. Cette bascule n'est pas sans conséquence sur la démarche de promotion touristique.

La démonstration débute par une initiative qui s'inscrit dans le cadre d'un projet politique global lié à l'aménagement du territoire. Rapidement, les acteurs du tourisme apportent leur soutien à la fois pour sa concrétisation, puis sa valorisation. Enfin, avec un recul temporel, l'impact à long terme de ce projet permet d'en dégager les effets et de mesurer l'éventuel décalage avec les objectifs initiaux.

UNE STRATEGIE POLITIQUE AU SERVICE DES TRANSPORTS

Favoriser les circulations entre les vallées savoyardes

Les transports au XIX^e siècle connaissent un essor prodigieux. Le transport ferroviaire est probablement le plus bel exemple (Ribeill, 1985), mais il ne faut pas négliger les progrès dans le domaine maritime et le domaine routier. Dans ce dernier cas, Napoléon impulse une première étape importante en favorisant la création des routes nationales. A la fin du XIX^e siècle, un second élan important accompagne l'évolution des moyens de transports. Le vélo atteint un degré de perfectionnement à la fin des années 1880 qui en fait un outil efficace. Puis, l'automobile et tous les véhicules motorisés prennent le relais au tournant du siècle. Dès lors, il est nécessaire de faire évoluer le réseau routier en conséquence. Les circulations alpines sont naturellement plus difficiles compte tenu du relief. Les vallées les plus importantes ont bénéficié des progrès des infrastructures de transport, mais les hautes vallées restent à l'écart du réseau. De plus,

1. Les principales sources de ce travail sont constituées des archives et publications du Touring-Club de France et de la compagnie de chemins de fer Paris-Lyon-Méditerranée.

les villes alpines, encerclées par la montagne, constituent souvent des terminus, ne profitant pas d'un trafic supplémentaire lié au transit des voyageurs. Cette problématique est particulièrement forte dans le département de Savoie. Ce territoire est marqué par de profondes vallées parallèles qui remontent vers l'Est. Elles sont séparées entre elles, et également de l'Italie par des cols dépassant 2000 mètres d'altitude.

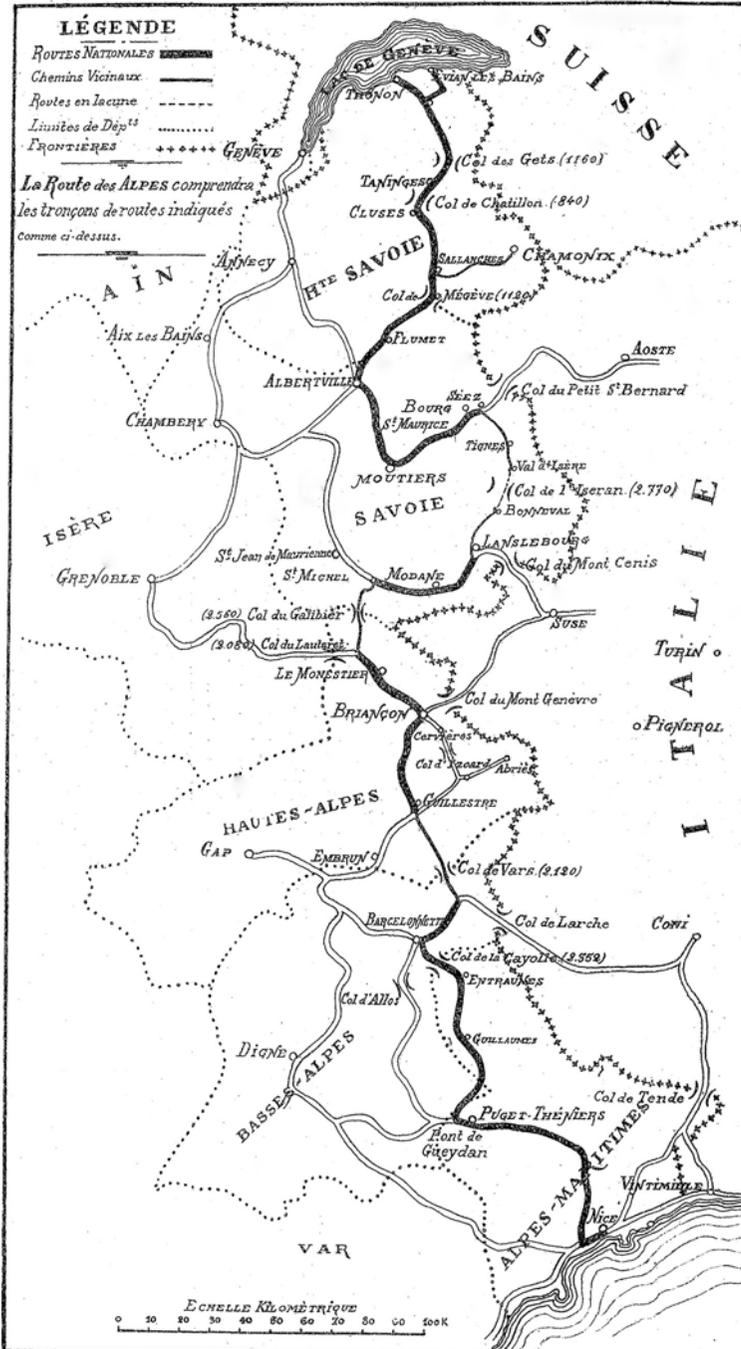
L'élu de l'une de ses vallées, César Empereur, propose en 1896 au Conseil Général de Savoie le développement d'une route touristique qui passerait par le col de l'Iseran et permettrait ainsi de relier les deux plus importantes vallées du département. Compte tenu du faible trafic susceptible de transiter par cette route, il ne voit pas sa demande aboutir. Cependant, il obtient le classement de la route d'accès vers le col en route Nationale, ce qui permet d'améliorer la qualité de l'infrastructure routière sur une partie de l'itinéraire. Le contexte est favorable car, à la même époque, le col du Galibier, ressemblant à l'Iseran par son altitude et son enjeu stratégique, obtient son classement en 1902. Pour Onde (1934), leur destin est lié. La perspective d'une route des Alpes qui traverserait successivement ces cols apparaît pour la première fois dans une dépêche ministérielle du 24 mai 1904.

En 1899, César Empereur est devenu député et conservera son siège jusqu'en 1909, date à laquelle il rejoindra le Sénat. Au cours des dix années à l'Assemblée Nationale, l'élu savoyard dépose et présente un grand nombre de rapports concernant la déclaration d'utilité publique de chemins de fer d'intérêt local. Il prend également une part active aux discussions budgétaires. C'est à l'occasion des échanges sur le budget de 1908 que César Empereur, élu savoyard, propose la création de la Grande route des Alpes. Le projet est accueilli favorablement par l'Assemblée, mais la question du financement se pose rapidement.

UN PROJET AMBITIEUX

L'itinéraire prévu qui relie le lac Léman à la Méditerranée représente 600 kilomètres de route entre Thonon/Evian et Nice (figure 4.1). En longeant la frontière italienne, le tracé de l'itinéraire prévoit le franchissement de nombreux cols élevés. Ainsi, le voyageur peut découvrir successivement les grandes vallées alpines. Par souci de faisabilité, l'itinéraire emprunte majoritairement des routes existantes, y compris des itinéraires secondaires. Aussi, la qualification de la Grande route des Alpes comme route nationale nécessite différents travaux d'aménagement, d'élargissement et de confortement des routes existantes. Une seule section doit être créée : les seize kilomètres de route qui permettent de franchir le col de l'Iseran. Au total, l'ensemble du projet est estimé à près de quatre millions de francs (francs 1909). L'Etat s'engage sur la moitié de la somme totale et sollicite les Conseils généraux pour compléter le budget à parts égales.

Figure 4.1 – Tracé de la Grande route des Alpes



Source: Revue mensuelle du Touring-Club de France, mai 1909, p. 195.

Parmi les cinq départements concernés figure le département des Hautes-Alpes, le plus pauvre de France. Le développement et l'entretien du réseau routier y est extrêmement difficile : « les conditions climatiques et physiques dans lesquelles se trouvent les routes du département des Hautes-Alpes en rendent l'entretien plus cher que partout ailleurs que des travaux importants payés ici comme entretien sont de véritables travaux de grosses réparations »². Lors de la première sollicitation de l'Etat, le Conseil Général a fait savoir qu'il ne pourrait pas engager le financement nécessaire pour l'opération. Il ne pouvait assumer que l'acquisition des terrains communaux requis par l'élargissement de la route³. Aussi, le Conseil général ne peut s'engager à hauteur de 376 000 francs comme l'exige l'Etat. Sans un maillon central de la chaîne, le projet ne peut démarrer. Les acteurs publics ne sont pas en mesure de garantir la mise en œuvre du projet touristique.

L'IMPULSION DÉCISIVE DU TOURING-CLUB DE FRANCE

Le Touring-Club de France, sa mission

Le Touring-Club de France est une association créée en 1890. À l'origine, ses membres étaient des cyclotouristes réunis pour développer leur activité (Poyer, 2003). Rapidement, l'ambition du groupement s'élargit pour porter son action sur le développement du tourisme sous toutes ces formes. L'association constitue un important réseau à travers tout le territoire national. Ses rangs grossissent rapidement et elle dépasse le seuil des 100 000 membres en 1906. Le succès du club accompagne celui de ses actions. En effet, le Touring-Club de France se révèle particulièrement efficace pour impulser et accompagner des projets touristiques de tous ordres.

Pour cela, il peut compter sur deux forces principales. D'une part, le grand nombre de membres qui le compose lui donne des moyens financiers conséquents qui sont principalement mobilisés pour mener les actions de publications et d'aménagement. D'autre part, l'origine sociale des membres issus des classes sociales les plus aisées, constitue rapidement des réseaux d'influence particulièrement efficaces. Parfois les relations permettent de convaincre un décideur de l'intérêt d'un projet; d'autres fois, les besoins financiers particuliers d'une action font l'objet d'une souscription qui réunit systématiquement de nombreux donateurs.

2. Département des Hautes-Alpes Conseil Général, *Rapport du Préfet et procès-verbaux des délibérations*, Session ordinaire d'août 1889, p. 107.

3. Département des Hautes-Alpes Conseil Général, *Rapport du Préfet et des chefs de services. Rapport de la Commission départementale. Procès-verbaux des délibérations*, Session ordinaire de 1910, p.57.

Parmi ses actions, le Touring-Club de France est particulièrement efficace dans la promotion touristique du territoire national. Son important travail sur les sites et monuments est à l'origine de la législation sur la protection du patrimoine (Bertho-Lavenir, 1992). Mais son champ d'action est très large, lié à la fois à la législation sur la circulation, l'encouragement des hôteliers pour l'amélioration des normes de confort de leurs établissements ou encore la signalisation sur les routes. Enfin, et ce n'est pas là la moindre de ses actions, les travaux d'aménagements financés par, ou avec le concours du Touring-Club de France, sont extrêmement nombreux et touchent l'ensemble du territoire. Ici un chemin, là une passerelle, ou encore un chalet; le club est très sollicité et répond favorablement à un grand nombre de demandes. Bientôt, sa volonté, confortée par des moyens grandissants, l'autorise à envisager la construction d'une route.

Les routes touristiques développées avec l'aide du Touring-Club de France avant la Première Guerre mondiale

Les routes représentent un enjeu majeur pour le Touring-Club de France. En effet, depuis sa création, le club regroupe un nombre important de cyclotouristes. Les différentes évolutions technologiques de la Belle Époque ont multiplié les moyens de transport pour (re)conquérir les campagnes françaises. Le canoë, le ski, la voiture, puis la motocyclette ou l'avion sont autant de moyens de transports que les membres du club vont s'approprier pour assouvir leur désir de tourisme. Cumulé à une soif inaltérable de découverte des paysages de France, le tourisme du club est mobilité. Aussi, la route joue un rôle fondamental car elle est le moyen indispensable à la circulation de nombreux membres du club qui utilisent le vélo ou la voiture.

La première réalisation de cet ordre voit le jour sur la Côte d'Azur. En 1899, le Touring-Club de France décide de tout mettre en œuvre pour réaliser une route le long de la corniche de l'Estérel. Ce lieu remarquable de la côte méditerranéenne abrite déjà plusieurs stations touristiques. Mais, compte tenu d'un relief très accidenté, le principal axe de communication s'éloigne du rivage. Les membres du Touring-Club de France, saisis par le désir de rivage (Corbin, 1988), dessinent un itinéraire qui longe la côte et relie les différents lieux de villégiature situés entre Saint-Raphaël et Cannes. Ainsi, cette route ne se veut pas une simple infrastructure de transport, mais bien une attraction touristique à part entière et dote ainsi « le Midi d'un attrait nouveau qui contribuera à attirer les étrangers »⁴. Le Touring-Club de France met tout en œuvre pour obtenir le financement de la route : sollicitation des élus à l'échelle locale, départementale et nationale, souscription et mobilisation de ses propres fonds. Au final, la route a coûté 541 000 francs et le Touring-Club

4. Revue mensuelle du Touring-Club de France, novembre 1899, p. 464.

de France aura versé une subvention représentant 17 % du total. Le 11 avril 1903, la route est officiellement inaugurée. Cette première réalisation a permis aux dirigeants du club d'acquérir une certaine expérience et surtout de démontrer une réelle efficacité.

Par la suite, plusieurs projets de routes touristiques mobiliseront l'énergie et les fonds du club. Deux d'entre eux ont une envergure exceptionnelle : il s'agit de la Grande route des Alpes, puis, très peu de temps après, de la Route des Pyrénées. Les deux projets sont semblables puisqu'ils proposent de traverser le massif d'une extrémité à l'autre en reliant les stations touristiques par les plus beaux sites naturels, notamment en traversant les plus hauts cols qui offrent des panoramas exceptionnels sur la haute montagne. L'attrait touristique de ces panoramas est particulièrement important à cette époque (Hoibian, 2001).

Le Touring-Club de France au secours de la Grande route des Alpes

Alors que le projet de la Grande route des Alpes est arrêté par les limites budgétaires du département des Hautes-Alpes, le Touring-Club de France s'investit et s'approprie le concept. Dès lors, il met en œuvre son savoir-faire pour débloquer les situations les plus complexes. Pour cela, deux éléments jouent un rôle décisif. D'une part, le conseil d'administration du club décide, lors de sa réunion du 26 avril 1909⁵, de voter une subvention de 188 000 francs pour se suppléer au département des Hautes-Alpes. L'autre moitié de la somme réclamée par les travaux est demandée à l'Etat. Le Ministre des Travaux Publics, Louis Barthou, est sollicité directement par le club. Ce dernier en est membre d'honneur, car le Touring-Club de France a toujours pris soin d'étendre son réseau dans les plus hautes sphères de l'Etat. Les dirigeants du club ont préparé leurs arguments, repris ici lors d'une conférence du Dr Léon Petit à la Sorbonne :

Carte à payer : quatre millions, un rien si on compare ce chiffres aux sommes énormes que la route ne peut manquer d'apporter dans les pays qu'elle traverse. Déjà on escompte une plus-value d'au moins douze millions par an du fait des facilités commerciales et agricoles, et à ces millions le Tourisme, ce grand semeur de prospérité, apportera sa part qui sera grosse, car notre Route des Alpes présentera pour lui l'attrait incomparable d'être la plus haute d'Europe et, sans contredit, la plus belle du monde!!!⁶.

5. Revue mensuelle du Touring-Club de France, mai 1909, p. 225.

6. Conférence du 05/12/1909 en présence du Ministre des Travaux Publics, Revue mensuelle du Touring-Club de France, janvier 1910, p. 2-9.

Finalement, les négociations aboutissent favorablement⁷.

Un travail complémentaire de lobbying dans les départements permet de lever les derniers obstacles liés à la cession des terrains nécessaires à l'élargissement de la chaussée. A la fin de l'année 1909, l'ensemble des conditions est réuni pour voir la réalisation du projet. Le 29 mars 1912, le Sénat, à la suite de l'Assemblée, vote la loi qui entérine le projet et assure la pérennité de la route. Si la conviction de l'intérêt touristique a su se propager auprès de l'ensemble des décideurs, il reste néanmoins à séduire les touristes pour assurer sa fréquentation.

LA VALORISATION ET LA COMMERCIALISATION DE L'ITINÉRAIRE

La réalisation de la route touristique est une première étape indispensable, mais insuffisante en elle-même. Il est indispensable de donner envie aux touristes de découvrir cet itinéraire et de rendre possible, voire confortable, le parcours de cette route. Dans ce domaine, le Touring-Club de France est au cœur de son activité et déploie habilement tout son savoir-faire au profit de la valorisation et de la commercialisation de la Grande route des Alpes.

L'édition au service de la promotion de l'itinéraire

Dans un premier temps, il est nécessaire d'engager des actions de promotion en direction des touristes pour favoriser la fréquentation de la route des Alpes. Si les membres du Touring-Club de France ont pu suivre l'évolution des décisions et découvrir le tracé de la route dans les colonnes de la revue mensuelle, l'essentiel de l'information reste à faire. Dans ce domaine, le club joue un rôle décisif par une action directe et indirecte à travers ses réseaux.

La revue du Touring-Club de France est un formidable outil de promotion. Envoyée aux 140 000 membres du club, elle touche efficacement un public ciblé. Sous des formes diverses, la Grande route des Alpes est l'objet de nombreux textes. Il y a d'une part les informations sur l'avancement du projet qui paraissent régulièrement dans les comptes-rendus de réunion et qui fait également l'objet d'un article complet rédigé par P. Préteux⁸. Un compte-rendu de voyage est également mis au service de la promotion de l'itinéraire en livrant

7. Le Conseil Général des Hautes-Alpes acceptent les conditions de réalisation de la route des Alpes au cours de sa séance de septembre 1909 (Département des Hautes-Alpes Conseil Général, *Rapport du Préfet et des chefs de services. Rapport de la Commission départementale. Procès-verbaux des délibérations*, Session d'avril 1910, p.45).

8. P. Préteux « A propos de la route des Alpes » Revue mensuelle du Touring-Club de France, novembre 1912, pp. 510-512.

un aperçu des beautés naturelles qui s'offrent aux yeux des touristes qui parcourront l'itinéraire⁹. Ces sollicitations attirent l'intérêt des membres du club.

L'action se prolonge plus indirectement grâce aux délégués du Touring-Club de France qui œuvrent sur leurs territoires et font paraître des articles dans la presse locale. L'effort du club est également relayé par les rédacteurs de guides touristiques et, très rapidement, les ouvrages¹⁰ consacrés à la découverte des Alpes intègrent la description de cet itinéraire. Enfin, des publications dédiées à la route paraissent sous la plume des membres du club¹¹ et des acteurs du tourisme comme le Syndicat d'Initiatives de Grenoble qui propose une carte des routes des Alpes qui intègre le tracé de la Grande route des Alpes.

Ainsi, un important flux d'informations arrive par de multiples canaux. Les touristes sont informés sur l'itinéraire et attirés par les récits de voyages richement illustrés. Enfin, l'offre commerciale qui leur est proposée les assiste dans l'organisation de leur séjour.

La PLM : un service d'autocars sous contraintes

La compagnie PLM est gestionnaire des transports ferroviaires dans le sud-est de la France. Le projet de la Grande route des Alpes la concerne directement et représente une opportunité intéressante. Néanmoins, il lui pose le problème du décalage complet entre son offre traditionnelle de transports par les voies ferrées et le tracé par les hautes routes alpines. Aussi, la PLM met en place dès 1910 un service de correspondance par automobiles¹². À partir de ce moment-là, l'itinéraire peut toucher un très large public de touristes. Cependant, la Grande route des Alpes n'est pas encore praticable. Les travaux restent à faire, notamment au col de l'Iseran qui ne peut pas se franchir en voiture. L'itinéraire proposé par la PLM se distingue donc du tracé prévu (figure 4.2).

Le service d'autocars de la PLM propose de nombreuses variantes qui transforment le projet de la Grande route des Alpes. En effet, la PLM tend à rapprocher les touristes des centres urbains comme Grenoble ou Chambéry où l'offre hôtelière est importante et les gares ferroviaires du réseau assurent les correspondances des voyageurs vers leurs lieux de résidence. De cette manière, la Grande route des Alpes ne peut pas jouer pleinement son rôle au service des petites communes de montagne. Celles-ci sont traversées sans que les touristes

9. L. Boulanger : « Gorges de Daluis et du Cians » (06) situées sur la Grande route des Alpes Revue mensuelle du Touring-Club de France, novembre 1912, pp. 505-508.

10. On peut citer par exemple la 3^e édition du *Guide moderne de la Savoie*, révisé et augmenté d'un chapitre spécial sur la nouvelle route des Alpes.

11. Henri Ferrand *La Route des Alpes, du Léman à la mer* éd. Jules Rey, Grenoble 1912.

12. Information de la mise en place d'un service de correspondance par automobiles sur la route des Alpes mis en place par la PLM (Revue mensuelle du Touring-Club de France, avril 1910, pp.157-158).

ne s'y arrêtent. Le trafic de voyageur et ses retombées économiques profitent d'abord aux villes principales, seules en mesure d'offrir les infrastructures nécessaires pour la mise en commercialisation immédiate de la route.

Aussi, l'enjeu touristique essentiel, au lancement de la route, est de figurer parmi les villes étapes, qui bénéficient seules des nuitées liées à la mise en tourisme de l'itinéraire. En 1910, les voyages proposés sont découpés en trois tronçons : Evian-Albertville, Albertville-Briançon et Briançon-Nice. En 1919, l'itinéraire est constitué de six étapes qui passent par les villes de Nice, Barcelonnette, Briançon, Grenoble, Annecy, Chamonix, Thonon. Trois de ces villes ne sont pas sur le tracé initial et offrent l'alternative de traverser le nord des Alpes par le chemin de fer, sans passer par les hautes vallées de la Savoie. À la fois pour des raisons pratiques liées à l'achèvement futur des travaux de la route, aux infrastructures de transports et d'hôtellerie, et également pour des raisons commerciales de rentabilité économique de la PLM, la route des Alpes est déviée vers les centres urbains et tend à renforcer leur polarité au détriment des zones rurales du massif. L'attrait touristique initial de la route des Alpes est malgré tout maintenu à travers un ensemble d'excursion possible au départ des villes étapes qui permettent de découvrir les paysages alpins, notamment dans les vallées de Savoie (figure 4.2).

Dans les Alpes du Sud, le tracé est respecté mais les étapes sont sensiblement plus longues et réduisent le nombre de villes étapes à deux : Barcelonnette et Briançon. Briançon s'impose naturellement grâce à la correspondance avec la gare ferroviaire, son hôtel Terminus exploité par la PLM et sa situation géographique avantageuse. La traversée du département des Basses-Alpes¹³ ne profite qu'à Barcelonnette. La victoire est importante pour la ville. En effet, située en amont de la vallée de l'Ubaye à plus de 1000 mètres d'altitude, elle subit une forme d'isolement en dépit de son statut de sous-préfecture du département. Le chemin de fer maintes fois promis par les élus n'est jamais arrivé pour faciliter les communications. Aussi, le passage de la Grande route des Alpes est accueilli très favorablement¹⁴.

Cette situation suscite des envies et bientôt, le village d'Aiguilles, situé entre Barcelonnette et Briançon, souhaite devenir une ville étape, prétextant l'intérêt des excursions montagnardes dans le massif du Queyras, et la qualité de ses infrastructures hôtelières. La force de persuasion du Syndicat d'initiatives est importante et, dès 1912, les voyageurs ont la possibilité de réaliser une étape

13. Le département des Basses-Alpes prendra le nom de : Alpes-de-Haute-Provence en 1970.

14. « *Un grand enthousiasme s'est emparé de cette petite ville qui désespère de son chemin de fer si souvent et si électoralement promis, et voit dans la création de la Route des Alpes un dédommagement à son isolement.* » p. 400. Henri Ferrand « La route des Alpes françaises » Revue mensuelle du Touring-Club de France, septembre 1911 pp. 399-403.

supplémentaire à Aiguilles¹⁵. Cette initiative est à souligner car elle montre la voie à suivre pour permettre à des villages alpins de bénéficier de l'essor du tourisme sur leur territoire grâce à la définition de la route touristique.

Les acteurs du tourisme sont d'ailleurs nombreux à prédire un développement économique exceptionnel autour de l'itinéraire. La revue spécialisée *L'industrie hôtelière* présente la Grande route des Alpes en ces termes :

Elle favorise au plus haut point les grands voyages, par conséquent l'industrie hôtelière et toutes celles qui s'y rattachent; elle augmente dans des proportions très sérieuses la prospérité des stations déjà connues et fréquentées; elle apporte la vie et la richesse dans les régions des Hautes et Basses Alpes, trop peu connues jusqu'ici faute de communications suffisantes et rapides.¹⁶

Alors que le développement du tourisme est accompagné par la création de formations spécialisées d'industrie hôtelière, l'inauguration de l'école de Thonon est l'occasion de souligner l'enjeu que représente l'itinéraire alpin :

[...] dans quelques lustres, grâce à l'école pratique de Thonon et à l'exploitation éclairée de l'industrie hôtelière tout le long de la route des Alpes, des fortunes s'édifieront, nombreuses et importantes, et une influence bienfaisante s'exercera sur la situation économique de cette belle région¹⁷.

La Grande route des Alpes offre un potentiel important et les acteurs sont nombreux à vouloir s'en saisir au profit d'une prospérité économique portée par l'industrie touristique. Différents éléments qualitatifs tendent à révéler que la fréquentation s'accélère rapidement. *L'Auto*¹⁸ évoque plusieurs centaines de voyageurs drainés par l'itinéraire. Un chiffre ponctuel évoque un trafic de 546 voitures au col des Aravis le 16 août 1912¹⁹. La Première Guerre mondiale interrompt brutalement cet essor. Pour autant, il est intéressant d'analyser à long terme les effets de la création de cet itinéraire.

15. Revue mensuelle du Touring-Club de France, mai 1912, p.208.

16. Citation d'un article du Colonel Humbert paru dans *L'industrie hôtelière* du 1^{er} février 1911 (Revue mensuelle du Touring-Club de France, mars 1911, p. 112).

17. Revue de presse *Le Messager agricole de Thonon-les-Bains*, 28 septembre 1912 « L'Avenir de nos enfants : l'Ecole d'industrie hôtelière de Thonon » Eug. Charabot (Revue mensuelle du Touring-Club de France, octobre 1912, p. 471).

18. Georges Casella : « Un attentat », *L'Auto*, 24 janvier 1913.

19. 546 voitures le 16 août 1912 au col des Aravis « Le mouvement créé par la route des Alpes va augmenter encore dans d'énormes proportions, le nombre de touristes désireux d'admirer les sites grandioses de la Savoie et notamment ceux à travers lesquels se déroule la route des Aravis » (Revue mensuelle du Touring-Club de France, décembre 1912, p. 544).

L'IMPACT À LONG TERME SUR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Le lancement du projet est relativement rapide et soutenu par une dynamique positive résultant d'une synergie des acteurs en présence. Malheureusement, la guerre marque le début d'une période de ralentissement pour le développement touristique. En effet, les investissements sont plus difficiles. D'abord, la reconstruction mobilise les financements. Puis, les difficultés monétaires perdurent pendant les années 1920. Enfin, quand R. Poincaré trouve une solution efficace pour rétablir la valeur du franc, la France n'a qu'un bref sursis avant d'être happée par la crise de 1929. Bref, même si l'entre-deux-guerres se clôt sur les accords de Matignon et la mise en place des conditions du développement du tourisme de masse, les progrès en terme de développement touristique restent limités, à l'image des difficultés de l'Office National du Tourisme à mener une action efficace (Larique, 2007).

Un succès limité

Avant de mesurer les effets à long terme de la création de la Grande route des Alpes, il est important d'en rappeler les enjeux principaux. D'abord, le projet politique initié par César Empereur, élu savoyard, est de désenclaver les vallées par la création de voie de communication entre elles. La route du col de l'Iseran, en particulier, permet une jonction importante entre les deux principales vallées du département : la Maurienne et la Tarentaise. Ensuite, le Touring-Club de France s'est approprié le projet et a investi fortement dans sa réalisation pour stimuler le développement de l'industrie touristique et notamment les petits hôtels de montagne. Ces derniers sont trop rares ou trop inconfortables pour accueillir les touristes intéressés par les beautés des panoramas montagnards. En générant du trafic de voyageurs, le Touring-Club de France espère stimuler les investissements des hôteliers au bénéfice des touristes. C'est sur ces deux points des infrastructures et du développement de l'hébergement touristique qu'il est intéressant d'évaluer l'impact de la création de la route touristique.

A très court terme, il semble que l'annonce de l'itinéraire et les offres associées suscitent rapidement un trafic conséquent. Un article publié en 1912 témoigne d'un certain afflux : 546 voitures ont franchi le col des Aravis le 16 août de cette année. Et l'auteur annonce, enthousiaste : « Le mouvement créé par la route des Alpes va augmenter encore dans d'énormes proportions le nombre de touristes désireux d'admirer les sites grandioses de la Savoie »²⁰. Néanmoins ce témoignage ponctuel doit être pris avec prudence. Toutes les conditions ne sont pas réunies pour assurer le succès immédiat de l'itinéraire.

20. « Circulation-Routes-Savoie » Revue mensuelle du Touring-Club de France, décembre 1912, p. 544.

Outre les nombreux travaux d'amélioration de la qualité des infrastructures routières le long de l'ensemble de la route, il est important d'insister sur le fait que la route du col de l'Iseran se concrétise tardivement. Les délais de réalisation se sont largement étendus puisque ce n'est qu'en 1937 que la route est inaugurée, en présence du Président de la République, Albert Lebrun, du Ministre des Travaux publics, des élus savoyards et du président du Touring-Club de France, Edmond Chaix. Cette réalisation représente symboliquement le succès du projet politique initial. L'infrastructure routière est acquise et la Savoie bénéficie enfin d'une communication entre ses hautes vallées. Edmond Chaix, lors de son discours à l'occasion de l'inauguration de la route du col, parle d'un grand jour non seulement pour le département mais « dans l'histoire du tourisme français »²¹, car l'enjeu principal pour le Touring-Club de France est d'abord le développement touristique que devait provoquer la création de cette route.

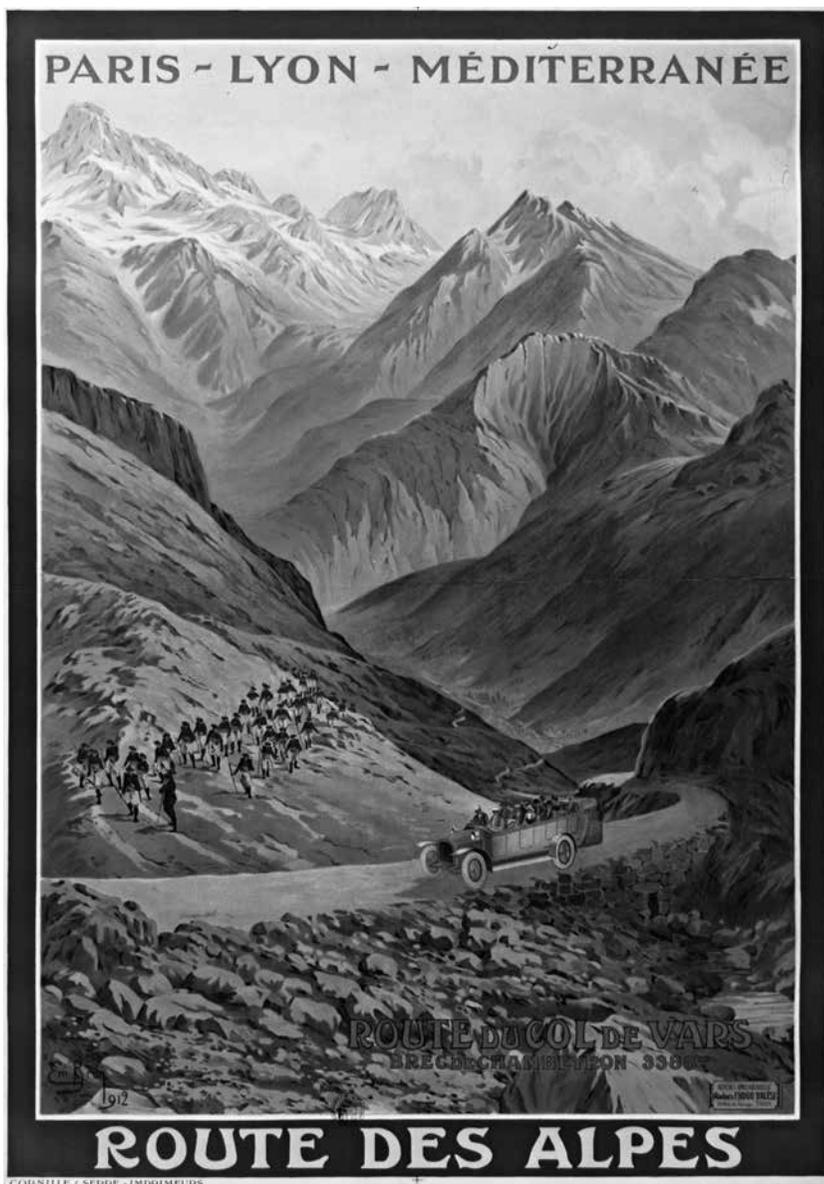
Très tôt, le club a débuté l'édition de guides des hôtels à destination des touristes. Aussi, à travers l'analyse de ces guides régulièrement réédités et mis à jour, il est possible de porter un regard sur l'évolution des infrastructures hôtelières des communes traversées par la Grande route des Alpes. La comparaison entre le guide de 1909, date de début du projet et 1931, plus de vingt ans après et peu avant les effets néfastes de la crise économique mondiale, apparaît pertinente (figure 4.3). Deux hypothèses peuvent être légitimes : d'une part, le renforcement de l'offre dans les villes touristiques ainsi reliées, d'autres part, le développement significatif d'une offre hôtelière dans certaines communes devenues villes étapes.

Globalement, à la lumière du nombre d'établissements, les différences sont relativement localisées. Certaines villes, portées par le développement précoce des sports d'hiver, bénéficient de politiques de développement local dynamiques (Megève en Haute-Savoie ou Tignes en Savoie). Dans la mesure où la route de l'Iseran est encore en chantier, il est clair que le développement de Tignes se fait par la vallée de la Tarentaise et non grâce à l'itinéraire de la Grande route des Alpes. Plus au sud, dans les Hautes-Alpes et les Basses-Alpes, le développement quantitatif n'est pas conséquent. Néanmoins, il semble que la dissémination des établissements, observables en 1909, laisse progressivement la place à une concentration des structures autour de localités particulières comme Barcelonnette. Enfin, aux extrémités, deux villes peuvent bénéficier des effets de la route des Alpes, déjà reconnues comme d'importants centres touristiques : Evian et Nice. Il est difficile de mesurer l'impact de la Grande route des Alpes sur leur prospérité dans la mesure où d'autres causes sont également en jeu. Ainsi, aucune des hypothèses ne peut être confirmée

21. Edmond Chaix, « La Route de l'Iseran » Revue mensuelle du Touring-Club de France, n° 514, juillet 1937, p.259.

avec une certitude absolue tant les résultats sont peu significatifs et/ou liés à d'autres causes. La prospérité économique qui devait naître de cet itinéraire reste donc limitée pour les acteurs du tourisme.

Figure 4.3 – Affiche promotionnelle de la PLM (1912)



En définitive, la création de la Grande route des Alpes a amélioré la qualité des infrastructures routières et même permis de nouvelles communications entre vallées alpines. Pour autant, il apparaît clairement que le développement touristique qu'elle devait générer doit être relativisé. Il faut reconnaître que le contexte n'a pas été favorable. Le premier élan a été stoppé par la guerre et le second souffle a été étouffé par une forte instabilité économique.

Un changement culturel : mobilité et paysage

Si l'impact économique est mitigé, la création des premières routes touristiques, notamment de l'itinéraire alpin, contribue à une évolution culturelle dans la façon de faire du tourisme. Jusqu'à présent, le tourisme en montagne est profondément marqué par le développement du tourisme de santé, lié aux plaisirs de la cure (Carrion, 2011). Les villes d'eau accueillent des établissements luxueux dans lesquelles la détente, le loisir et le bain offre à la bonne société des conditions d'accueil idéales. Parfois, des excursions à proximité permettent de découvrir des lieux pittoresques. Aussi, le voyage est rythmé par un déplacement, généralement en train, mais qui s'apparente à une contrainte. Puis, arrivés à destination, les touristes prennent leurs quartiers pour des périodes parfois longues de plusieurs mois. D'autres voyageurs ont une plus grande mobilité et viennent dans les Alpes pour visiter un lieu qui « vaut le voyage », pour reprendre un libellé de la nomenclature des guides Michelin. Dans cette modalité, le déplacement prend une place plus importante, mais ne constitue pas pour autant un élément constitutif du plaisir du voyage. Malgré tout, il faut reconnaître que le confort apporté par le train a contribué à faire émerger des impressions positives liées au déplacement.

Mais le Touring-Club de France s'est toujours inscrit dans une forme d'éloge de la mobilité. Si son but est lié au développement du tourisme au sens large, les dirigeants se sont toujours particulièrement intéressés aux sports qui permettent des déplacements. A ses débuts, le cyclotourisme est au cœur de ses préoccupations. Par la suite, le club s'investit dans l'automobile, le motocyclisme, le nautisme ou encore l'aviation. Ainsi, à travers ces engins, le touriste peut découvrir une multitude de paysages. Un même village offre des points de vue pittoresques différents s'il est vu de la route, de la rivière qui le traverse ou du ciel. De plus, ces paysages ne sont pas statiques, mais s'inscrivent dans un défilement continu. Le tableau du peintre paysager du siècle précédent est remplacé par le film, récemment mis au point par les frères Lumière. Les plaisirs de la mobilité et de la découverte du paysage sont au cœur du projet de route touristique.

Avec la Grande route des Alpes, l'intérêt du voyage réside essentiellement dans la vue successive des hauts paysages alpins dont on profite particulièrement au passage des nombreux cols qui dépassent 2000 mètres d'altitude.

Cette évolution culturelle dans la façon de voyager est particulièrement visible dans les affiches de promotion du tourisme²². L'analyse des productions de la PLM est révélatrice. La promotion du tourisme thermal en montagne a donné lieu à la production de supports qui sont marqués par une composition sensiblement identique : un personnage ou une famille de niveau social élevé qui se détend ou goûte au plaisir des sports bourgeois occupent le premier plan; le second plan donne à voir l'établissement thermal susceptible d'accueillir le curiste; tandis qu'un arrière-plan donne à voir un environnement montagnard, qui constitue davantage un cadre naturel agréable, voire sanitaire, pour le touriste souvent d'origine urbaine qui nourrit un besoin de s'éloigner de la ville (Baubérot et Bourrillon, 2009). Enfin, le message textuel cible souvent la ville de cure. Avec le développement de la Grande route des Alpes, ce standard est abandonné, car il est inapproprié. Les affiches mettent fréquemment en avant une carte qui révèle l'itinéraire à travers les montagnes. Le paysage montagnard prend de plus en plus d'importance et occupe l'image de manière croissante. Enfin, l'établissement thermal s'efface logiquement. Il est remplacé par l'autocar de la PLM, dans lequel le touriste est en position de spectateur face à l'esthétique du panorama qui s'offre à lui. Cette mutation révélée par les outils de promotion de l'itinéraire est importante, car elle ouvre une nouvelle façon de faire du tourisme qui place la mobilité au centre de l'activité du voyageur.

Derrière cette mobilité, c'est la polarité du tourisme qui s'étirole. Même si la ville étape prolonge ce modèle, la mise en réseau des centres crée une identité de territoire qui dépasse l'échelle de la ville. Dès lors, les acteurs du tourisme peuvent et doivent penser leur identité à travers le massif. Cette évolution préfigure l'organisation du tourisme à un niveau géographique intermédiaire, nécessitant une coordination de l'action des jeunes syndicats d'initiatives qui se multiplient dans les centres de tourisme.

Ainsi, la création de la Grande route des Alpes apparaît comme un événement important de l'histoire du tourisme. Pas nécessairement pour le développement de l'activité dans le massif alpin, même si elle a entraîné une certaine fréquentation, mais surtout pour l'évolution culturelle de la façon de faire du tourisme : considérer le déplacement comme une activité touristique à part entière. Elle a également contribué à entretenir l'attrait du paysage montagnard notamment (Granet-Abisset, 2011). Ce bouleversement pour le touriste impose une reconfiguration de l'offre et la déconstruction des villes destinations au profit des territoires d'accueil dont les attraits s'agglomèrent autour d'une unité émergente.

22. À ce sujet, se référer au travail d'analyse réalisé par J.-Y. Guillaud (2008).

CONCLUSION

La création de la Grande route des Alpes dans les premières années du XX^e siècle s'inscrit dans un moment important, au cœur de la définition des premières routes touristiques en France. L'analyse réalisée a révélé les enjeux croisés du tourisme et du développement local qui s'agglomèrent au profit de l'amélioration des infrastructures de transport. Dans ce projet, le Touring-Club de France joue un rôle déterminant dans la réalisation de l'itinéraire par son action de lobbying et surtout sa participation financière. Et si l'investissement de l'Etat est important, l'effort réalisé par le Touring-Club de France est très substantiel. Ce choix budgétaire traduit la priorité accordée au projet dans la politique du club. En effet, la réalisation de la route des Alpes s'inscrit pleinement dans les conceptions du tourisme défendues par le Touring-Club de France. Il s'agit d'un tourisme de mobilité, porté par les progrès technologiques dans les moyens de transports de loisir. La route touristique est le support structurel indispensable au développement de cette nouvelle forme de tourisme où l'itinérance est une fin en soi, agrémentée par la découverte du paysage pittoresque des montagnes alpines. L'effort du club s'explique également par les retombées attendues. A travers la Grande route des Alpes, ce n'est pas une localité qui bénéficie d'une aide mais une région dans son ensemble, incluant cinq départements français, constitués chacun d'une multitude de villes et villages touristiques qui bénéficieront tous de l'afflux de population drainée par l'itinéraire. Et simultanément, il y a là un encouragement du Touring-Club de France à mener une action commune et concertée entre acteurs du tourisme. L'activité touristique ne vient plus satisfaire les intérêts d'un établissement privé particulier mais s'inscrit dans le développement économique d'un territoire. Cette logique donne du sens à l'intervention des acteurs publics qui s'investiront de plus en plus dans la promotion des territoires touristiques.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUBEROT, A. et BOURILLON, F. (2009) *Urbaphobie, la détestation de la ville aux XIX^e et XX^e siècles*. Paris, Bière.
- BERTHO-LAVENIR, C. (1992) *L'invention du monument historique. 1794-1914, 48/14*. Cahier des conférences culturelles du musée d'Orsay, 4, pp.15-28.
- CARRIBON, C. (2011) Mer, montagne et santé en France. Du milieu du XIX^e siècle à la Belle Epoque. Dans Cabantous, A., Chappey, J.-L., Morieux, R., Richard, N., Walter, F. (eds), *Mer et montagne dans la culture européenne (XVI^e-XIX^e siècle)*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, chapitre 5, pp.73-88.
- CORBIN, A. (1988) *Le territoire du vide. L'Occident et le désir de rivage*. Paris, Aubier.
- FLONNEAU, M. (2007) Paris au cœur de la révolution des usages de l'automobile 1884-1908. *Histoire, Economie & Société*, 2, pp. 61-74.
- GRANET-ABISSET, A.-M. (2011) L'autre « territoire du vide ». Des espaces répulsifs aux territoires préservés. L'exemple de la montagne alpine. Dans Cabantous, A., Chappey, J.-L., Morieux, R., Richard, N., Walter, F. (eds) *Mer et montagne dans la culture européenne (XVI^e-XIX^e siècle)*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, chapitre 4, pp.57-72.
- GUILLAIN, J.-Y. (2008) *Quand le sport s'affiche. Les activités physiques et sportives dans les affiches publicitaires*. Biarritz, Atlantica.
- HOIBIAN, O. (2001) *Les alpinistes en France (1870-1950). Une histoire culturelle*. Paris, L'Harmattan.
- LARIQUE, B. (2006) *L'économie du tourisme en France des années 1890 à la veille de la seconde guerre mondiale. Organisation et développement d'un secteur socio-économique*. Thèse de doctorat, Université Bordeaux III.
- LARIQUE, B. (2007) Les débuts et déboires de l'organisation officielle du tourisme en France : l'expérience malheureuse de l'Office National du Tourisme (1910-1935). *Entreprises et histoire*, 47, pp. 73-93.
- ONDE, H. (1934) L'équipement touristique de la Savoie vers l'achèvement de la route des Alpes. L'ouverture de l'Iseran (2 770 m.). *Revue de géographie alpine*, 22 (1), pp. 237-249.
- POYER, A. (2003) *Les premiers temps des véloce-clubs, Apparition et diffusion du cyclisme associatif français entre 1867 et 1914*. Paris, L'Harmattan.
- RIBEILL, G. (1985) Aspects du développement du réseau ferré français sur la longue durée. L'approche historique. *Cahier/Groupe Réseaux*, 1, pp. 10-25.
- ROY, J.-M. (1953) Les grandes étapes de la pénétration touristique dans le Dauphiné alpestre. *Revue de géographie alpine*, 41 (2), pp. 327-348.

CHAPITRE 5

Une lecture de la patrimonialité à travers l'expérience de la promenade dans les espaces du quotidien

Sylvie Miaux

Université du Québec à Trois-Rivières

MISE EN CONTEXTE

La valorisation du patrimoine bâti est devenue un enjeu important pour les municipalités désireuses d'offrir une gamme de produits touristiques variés et attrayants. Cette valorisation du patrimoine bâti, jumelée à un accès médiatique toujours plus grand des hauts lieux patrimoniaux et à l'aménagement des espaces publics touristiques, banalise la relation du touriste au patrimoine (Vlès, 2011). Il semblerait que ce qui autrefois était une expérience exceptionnelle se limite à une expérience touristique convenue. En parallèle de cette tendance, c'est un rapprochement de l'ordinaire, du quotidien que certains touristes vont rechercher dans leurs destinations touristiques. Comme le mentionnait Robert Maitland (2012), le touriste cherche « à voir l'extraordinaire dans l'ordinaire ». Ceci se formalise dans certains guides touristiques comme le piéton de Bordeaux (Xiradakis, 2011) qui donnent à découvrir la ville autrement en se mêlant au quotidien des habitants, à l'ambiance de certaines ruelles moins connues. Plus qu'un patrimoine ou la juxtaposition de hauts lieux patrimoniaux, c'est une ville dans sa globalité que les touristes sont invités à découvrir, en utilisant les transports en commun, en partageant les trottoirs, espaces piétonniers, pistes cyclables, promenades, avec ceux qui habitent cet espace. Néanmoins, certains lieux touristiques victimes de leur notoriété se sont vidés de leurs habitants (Gwiazdzinski, 2009). Au regard des effets néfastes du tourisme de masse et des changements dans les façons

d'aborder l'expérience touristique, il semble nécessaire d'opérer un rapprochement entre les expériences des habitants et des touristes dans la lecture du patrimoine touristique. Comme le soulignent Gravari Barbas et Ripoll « Peu d'études abordent ainsi les stratégies d'appropriation de l'espace par les résidents locaux (plus anciens ou nouveaux venus) face aux populations de passage, vues dans leur diversité (travailleurs émigrés, étudiants, touristes, mobilités d'affaires) » (2010 : 12). Ce constat nous a amenés à reprendre l'analyse d'un corpus de 60 parcours effectués depuis 2004 jusqu'en 2008 (à Pau, Barcelone et Montréal) qui présentent l'expérience de piétons (habitants en majorité) dans leur quotidien. Ceci a nécessité une nouvelle lecture de ces récits d'expérience *in situ* à partir du concept de patrimonialité (Watremez, 2008) qui a pour avantage de mettre l'accent sur la façon dont l'habitant vit un patrimoine au quotidien.

Sachant qu'à l'origine, ces récits avaient été utilisés pour analyser l'itinéraire comme révélateur de l'expérience du mouvement du sujet et par là même saisir ce qui stimule le choix du parcours, nous avons opéré une nouvelle lecture de certains récits en analysant la présence de la patrimonialité selon trois indicateurs qui la définissent (Watremez, 2008) :

- la patrimonialité en tant que cadre de vie sensible familial (ceci fait référence à l'attachement au lieu et à la proximité de l'objet qui permet de voir le lieu autrement);
- la patrimonialité en tant que lien avec les humains du passé (se remémorer comment vivaient les prédécesseurs);
- la patrimonialité en tant que témoin de la vie du lieu (on fait alors référence à la mémoire du lieu).

RETOUR SUR LE CONCEPT D'ITINÉRAIRE

Tout d'abord, l'itinéraire ne se résume pas à un parcours d'un point A à un point B, il englobe à la fois la dimension spatiale (chemin suivi d'un lieu à un autre) et la dimension existentielle en référence au chemin de vie. De plus, l'itinéraire tient compte de l'aménagement de l'espace comme autre dimension. En effet, il est matérialisé spatialement dans l'idée de structurer le cheminement. Il englobe également la dimension subjective qui révèle l'importance de l'autonomie du sujet dans le choix du parcours. Ces deux autres dimensions de l'itinéraire mettent en avant le décalage entre les comportements attendus et les comportements effectifs en termes de déplacement. Plutôt que de les envisager comme contradictoires, le concept d'itinéraire va, à l'inverse, les rassembler afin d'établir un consensus entre les éléments morphologiques de l'espace et l'expérience de l'usager. Ce rapprochement interroge sur les propositions qui peuvent être faites en termes d'aménagement des espaces publics

pour que ces derniers puissent à la fois répondre à des exigences spatiales et planificatrices d'un lieu tout en intégrant une part de choix laissée au sujet. Cela revient à réfléchir sur le « sens du lieu » (tel que défini par Eyles [1985], comme dépendant de la propre expérience du sujet et de ses perceptions), sur l'idée d'inattendu et de surprise, nécessaire à l'adhésion du sujet.

Pour compléter, le concept d'itinéraire intègre le corps comme dimension centrale de l'expérience du mouvement. En effet, c'est à travers le corps que l'expérience sensible se révèle et par la même le rapport au monde (Merleau-Ponty, 1964; Le Breton, 2006). Pour saisir l'expérience le long de la promenade urbaine, c'est sur l'expérience du corps en mouvement et donc aux sens que nous devons nous référer. Dans ce projet de recherche, la conception du corps s'inspire de la phénoménologie et de l'anthropologie des sens (Le Breton, 2006) pour saisir la relation réciproque entre le sujet et le lieu qui fonctionnent comme deux primitives de l'expérience humaine (Berdoulay et Entrikin, 1998). En effet, comme le montre Williams et Patterson (2008), l'approche phénoménologique a fait ses preuves (Philo, 1996 Midtgaard *et al.*, 2007) dans différents domaines : des études sur l'expérience de l'architecture sur les émotions (Smith et Bugni, 2006), sur l'environnement sonore urbain (Arkette, 2004), sur les paysages thérapeutiques (Williams, 1998; Baer et Gesler, 2004) représentent une véritable richesse pour explorer le « sens du lieu » et les effets de ce dernier sur les citoyens. Le fait de travailler sur l'ensemble des sens enrichit la compréhension de l'expérience.

Enfin, pour compléter le concept d'itinéraire, il convient d'intégrer l'altérité. À travers la relation à l'autre durant le mouvement il sera possible de repérer les éléments que peuvent rencontrer les usagers qui diminueraient ou accentueraient le sentiment d'appartenance au lieu, d'une personne, d'une situation, etc.

Pour analyser l'itinéraire, nous avons eu recours à l'identification de marqueurs de l'itinéraire afin de nous informer sur ce qui fait distinction dans l'expérience du mouvement du sujet. De la même façon qu'Erving Goffman (1973), qui traite des marqueurs en tant que signes laissés par un individu, nous avons repéré les marqueurs spatiaux de l'expérience du mouvement, grâce aux différentes études de terrain. Le marqueur a pour rôle de mettre en évidence l'élément fort du vécu de l'itinéraire avec sa dimension spatiale, sachant qu'en termes d'opérationnalité, le marqueur, en tant que signe distinctif, sera d'autant plus pertinent et repérable que l'expérience sera analysée dans sa globalité. Le marqueur permettant de formaliser la part de subjectivité qui incombe à l'expérience.

À travers le rapprochement opéré avec le concept de patrimonialité, nous souhaitons enrichir la variété des marqueurs de l'itinéraire afin de mieux saisir la complexité du choix du parcours des piétons.

LE RÉCIT DE LA MARCHÉ EN TEMPS RÉEL : L'EXPÉRIENCE AU CŒUR DE LA MÉTHODE ET DE L'ANALYSE

Comment repérer toutes les subtilités de l'expérience? Dans notre recherche d'une méthode appropriée à notre démarche fondée sur l'expérience du déplacement, nous avons eu recours à différentes approches. D'une part, depuis quelques années se développe un nouveau paradigme de la mobilité (Sheller et Urry, 2006) qui met l'emphase sur l'importance du mouvement dans nos vies. Les écrits sur le sujet mettent en avant le manque de prise en considération du mouvement dans la compréhension des relations des individus entre eux, aux lieux, aux choses. L'avènement de ce nouveau paradigme a généré une augmentation de l'utilisation des méthodes mobiles. Ces dernières se caractérisent par l'utilisation de différents modes de déplacements, la marche étant surtout privilégiée pour révéler l'expérience des lieux visités. Il existe une large variété de dispositifs qui peuvent être utilisés de différentes façons. Mentionnons les technologies liées à la mobilité personnelle, telles que les médias synchronisés, l'outil d'analyse de visualisation (Bennardo et Schultz, 2004), les cartes émotionnelles (Nold, 2007), les marches accompagnantes (Kusenbach, 2003) et la promenade guidée (Ross *et al.*, 2004). D'autre part, en France, dans le domaine de la sociologie et de l'architecture, un ouvrage rassemblant des méthodes d'analyse de l'espace urbain, intitulé : l'espace urbain en méthode (Grosjean et Thibaud, 2001), et plus exactement la méthode des itinéraires (Petiteau et Pasquier, 2001) nous a particulièrement interpellé. Cette méthode permet à la personne d'énoncer son expérience, d'impulser la mise en récit. Comme a pu le noter J.-P. Thibaud, « nous considérons le sensible comme embrayeur de parole et les ambiances locales comme motifs à la verbalisation » (Grosjean et Thibaud, 2001 : 83). La personne qui se trouve mise en situation dans une action qui lui est familière, va s'appuyer sur des éléments déterminants puisés dans l'espace parcouru et dans son vécu pour énoncer son parcours. L'utilisation de l'outil photographique comme illustration des propos et des comportements de la personne tout le long de son parcours, permet de lier l'espace, l'environnement et les objets au ressenti. En effet, « l'acte de marcher est au système urbain ce que l'énonciation est à la langue » (De Certeau, 1990). L'apport fondamental de la méthode des itinéraires est de pouvoir révéler cette dimension énonciative de la marche par la mise en récit de cette dernière en temps réel. Ainsi, l'ensemble des relations qui s'établit avec l'environnement urbain et l'espace parcouru est explicitement dévoilé.

Ainsi le récit de la marche en temps réel s'inspire à la fois des marches accompagnantes (Go Along) ainsi que de la méthode des itinéraires pour saisir au mieux l'expérience du mouvement et les effets du lieu sur cette expérience.

Le récit de la marche en temps réel comporte quatre étapes. Seule la première étape s'inspire de la méthode des itinéraires.

A) Recueillir en temps réel l'expérience du parcours

un premier contact est établi avec la personne interrogée lors d'un pré-entretien (inspiré de la méthode des itinéraires), qui prend la forme d'un entretien semi-directif, durant lequel le chercheur interroge la personne sur sa façon de se déplacer en ville, ses modes de déplacement, ce qui motive ses déplacements (travail, activités de loisirs, etc.), avant de centrer la discussion sur les déplacements réalisés à pied et la place qu'ils occupent. En faisant part de ses déplacements lors du pré-entretien, la personne interrogée commence à dévoiler la façon dont elle conçoit la marche dans sa vie quotidienne et cette conception s'affine, par la suite, durant l'itinéraire, permettant ainsi d'établir une relation entre conception et expérience de la marche. Pour finir, le chercheur repère alors avec la personne le parcours piétonnier qui lui semble le plus habituel, puis lui demande si elle accepterait d'être accompagnée sur ce trajet et, chemin faisant, d'expliquer son parcours et de faire part de ses impressions.

Ainsi, durant la réalisation de l'itinéraire, l'interviewé devient guide. Il institue un parcours sur un espace et l'énonce en le sillonnant :

Ce qui nous intéresse dans cette exploration, ce n'est pas qu'il illustre son périple par des images témoins, garantissant une objectivation de ce qu'il nomme, mais c'est qu'au rituel de la conversation face à face, il ait le pouvoir de nous faire marcher; c'est-à-dire qu'il nous initie à son propre parcours en construisant sur un espace auquel il se réfère une chronologie de son discours (*Petiteau, 1987 : 38*).

Le chercheur pénètre en quelque sorte dans l'espace de vie de l'interviewé. Il aborde « le territoire d'un autre par sa parole, le territoire se donnant à lire au fil de son récit » (*Petiteau et Pasquier, 2001 ; 65*). Le chercheur doit accepter de se laisser guider dans l'espace des références de l'interviewé.

Précisons que la mise en œuvre du récit de la marche en temps réel nécessite la présence de deux personnes, un chercheur équipé d'une caméra qui marche aux côtés du piéton et un photographe un peu en arrière qui prend des photographies de la personne en mouvement. Ce photographe prend un cliché à chaque modification de parcours, temps d'arrêt, variation du mouvement ou changement émotionnel perceptible, suivant en cela *Petiteau et Pasquier (2001)*. Le chercheur utilise une caméra vidéo pour enregistrer le récit de la personne en même temps que ce qu'elle voit, entend et fait durant son parcours. L'utilisation de la caméra s'inspire plus spécifiquement des marches accompagnantes. Ainsi, les interactions avec les autres usagers, les comportements et les stratégies dans le déplacement sont davantage mis en évidence.

Une cartographie qui restitue le parcours de l'itinéraire permet par la suite de lier le récit à l'espace parcouru.

B) Valider le récit du parcours, le retour d'expérience

Cette étape de retour d'expérience vise à faire valider par la personne interrogée son récit et les photographies retenues dans le montage qui illustrent les propos recueillis. Lors de cette étape, la personne a la possibilité d'apporter des compléments sur ses stratégies et d'insister sur l'importance de certains éléments.

C) Analyser chaque itinéraire, la lecture de l'expérience piétonne

Chaque itinéraire est analysé par le chercheur à partir de l'identification de différents paramètres : les éléments déterminants du parcours (esthétique, ambiance, sentiment de sécurité, etc.), les stratégies dans le choix des itinéraires, les attributions données à certains événements ayant lieu durant le parcours, ainsi que les limites et qualités de l'environnement urbain, sans oublier les doutes et incompréhensions du piéton vis-à-vis de l'espace parcouru. Ceci donne les éléments nécessaires à la réalisation d'une carte interactive sur laquelle chaque itinéraire localisé est caractérisé par les éléments déterminants du parcours, les qualités et limites de l'environnement urbain livrés par les piétons. On s'appuie à cet effet sur une base de données contenant les éléments déterminants du parcours qui sont localisés et associés à l'illustration photographique ou vidéo correspondante.

D) Un nouveau rapport du chercheur à l'interviewé

La méthode que nous avons utilisée s'apparente aux méthodes biographiques en ce que « l'histoire de vie reste le fil sur tout le cycle de la relation entre le chercheur et l'autre [...] » (Petiteau et Pasquier, 2000 : 116). Le rapport particulier à l'interviewé du chercheur qui dépasse sa position du spécialiste ayant le monopole de l'analyse est un intérêt de la méthode des itinéraires. « Ici, à l'inverse, le postulat de départ est que chacun détient une capacité d'analyse équivalente, qui apparaît dans une relation contre-transférentielle » (Petiteau et Pasquier, 2000 : 119). Ces auteurs font ici référence au concept psychanalytique du *contre-transfert*, défini par Georges Devereux comme « la somme totale des déformations qui affectent la perception et les réactions de l'analyste envers son patient comme si celui-ci constituait un imago primitif, et se comporte dans la situation analytique en fonction de ses propres besoins, souhaits et fantasmes inconscients, d'ordinaire infantiles » (Devereux, 1980 : 75). Dans notre enquête, les rôles sont inversés, tant au niveau de l'entretien que durant le parcours, puisque le chercheur suit l'interviewé et cette position relative permet à l'interviewé de révéler son expérience dans toute sa richesse et sa

complexité. De plus, la marche facilite cette posture de guide qui met en récit son parcours, dans la mesure où « La marche implique une scansion dynamique par rapport au temps, la parole est mise en demeure de s'énoncer au fil des pas. Le parcours impose une temporalité qui porte le récit » (Petiteau et Pasquier, 2001 : 122). L'interviewé conduit le chercheur autant par ses pas que par sa parole. En donnant à la personne interrogée la place de guide, on s'introduit dans son monde, dans son système de référence. Le fait de marcher ensemble désacralise la situation et permet de libérer l'interviewé.

La lourdeur du dispositif (caméra, présence du photographe) aurait pu représenter une limite en elle-même. On peut en effet imaginer que la présence de la caméra gêne la personne interrogée, bien que la caméra ne soit pas dirigée vers elle, mais vers l'avant, de manière à enregistrer une image de ce qui était perçu et serait par la suite associé à ses réactions. Nous avons pris la précaution de présenter le photographe à l'interviewé lors du pré-entretien et de le rassurer quant à l'usage qui serait fait des photos et de la vidéo, lui ménageant même un temps pour des questions. La mise en confiance était réussie puisque nous avons constaté que le photographe, qui marchait à quelques mètres derrière, était souvent *oublié* et ne représentait donc pas de véritable problème.

Ainsi les itinéraires qui ont été effectués à Barcelone, Pau et Montréal ont été analysés à partir du récit de la marche en temps réel.

ANALYSE DE LA PATRIMONIALITÉ À PARTIR DES RÉCITS DE QUATRE ITINÉRAIRES

À travers quatre des itinéraires réalisés entre 2004 et 2008, nous présentons de quelle façon la patrimonialité développée par Anne Watremez intervient dans les différents itinéraires.

1. Pour commencer, à Barcelone, c'est l'attachement au lieu dont Xavier nous fait part.

Xavier, résidant de Barcelone depuis sa naissance, s'arrête à chaque jour devant la Sagrada Família pour avoir une idée de l'avancée des travaux. Il est très sensible au devenir de ce monument qui a toujours suscité de la curiosité même s'il n'est pas sensible à ce type d'architecture, il est conscient de la portée de ce monument qu'il côtoie au quotidien au milieu des touristes. Ainsi Xavier nous dit :

« Ici on voit les travaux, je m'arrête toujours en face de la Sagrada Família parce qu'ici c'est en vérité l'entrée de la Sagrada et il était prévu d'enlever cet édifice pour faire une sorte de passage (escalier) pour entrer à la Sagrada Família, ça m'interpelle toujours... Normalement tout ce lot de l'Eixample doit être détruit. J'aime beaucoup cet endroit où ils sont en train de

construire, car on voit bien le bosquet que symbolise la Sagrada Família. J'aime voir l'évolution. Ça aussi c'est normal de passer au milieu des gens, car c'est toujours un endroit où il y a beaucoup de touristes, mais de l'autre côté du trottoir c'est pire, comme il y a des travaux. Ici toujours l'obstacle des touristes ».

Figure 5.1 – Sagrada Família



Photographie de l'auteur.

À travers le récit de Xavier, on note une grande proximité vis-à-vis du patrimoine (la Sagrada Família) qu'il examine au quotidien, à la recherche du moindre changement. Ce monument lui est familier à tel point qu'un réel attachement à ce lieu est perceptible dans son discours et dans son attitude lors de son parcours. Une certaine fierté de côtoyer ce patrimoine au quotidien donnait encore plus de sens à son parcours.

2. Pour continuer, à Pau, c'est le souvenir des lieux qui ont subi des transformations dont Claudie nous parle.

Claudie est professeur en art plastique à la retraite, passionnée par l'architecture et le patrimoine ancien. Durant son parcours, l'attachement au lieu est très présent, mais ce qui est singulier dans son récit c'est le souci de garder en mémoire la richesse patrimoniale de la ville :

« Ici dans ce quartier il y a de jolies portes anciennes, j'en ai fait toute une série de photos... ou des petites maisons du XVII... Je voulais garder une trace comme c'est voué à disparaître. Je ne suis pas contente parce que par exemple ce fromager est parti d'ici, ça allait bien plutôt que des fringues ou... lui il est parti dans la zone industrielle vers Lons. Mais c'est dommage pour le quartier, elle était jolie cette boutique dedans il y avait une fresque avec les montagnes... La petite boulangerie a toujours été là, mais pour combien de temps encore. Je trouve qu'il n'y a aucun effort pour refaire les façades, cette petite place est sympathique mais à restaurer. J'aime bien la terrasse du resto... Pause pour aller acheter du café... Là je voulais vous montrer une autre porte ancienne. On va traverser pour la voir mieux. Comme il fait beau, je vais aller vers le château. »

Ce récit d'expérience met l'emphasis sur la mémoire du lieu qui se révèle à travers l'histoire personnelle du promeneur qui a vécu dans ce quartier et a immortalisé différents lieux, objets remarquables voués à disparaître ou déjà disparu. Ainsi comme le mentionne Watremez (2008), Claudie est témoin du « ça a été » de la vie du lieu, ici le centre-ville de Pau. À travers l'expérience de l'itinéraire, l'histoire de vie des piétons se révèle et en même temps la mémoire des lieux empruntés. C'est pourquoi l'intégration de la patrimonialité dans l'analyse du récit du piéton prend tout son sens.

**Figure 5.2 –
Porte ancienne rue Serviez**



Photographie de l'auteur.

3. Toujours à Pau, cette fois-ci avec une touriste, Martine.

Arrivée un dimanche après-midi à Pau, Martine disposait uniquement d'une carte de la ville. L'office de tourisme étant fermé, elle n'a pas pu retirer de fascicules explicatifs de la ville. Elle a alors choisi de commencer son périple à partir de la mairie qui constitue, d'après elle, un point central de la ville. Son premier contact avec la ville et le secteur se fait sous l'orage qui menace.

L'endroit qui devait lui offrir un premier contact avec les Pyrénées, pour cause d'orage ne permet pas de profiter du panorama, élément central de l'image touristique de la ville avec son château.

À la différence les habitants de Pau qui ont l'avantage de pouvoir profiter de ce panorama sous différents angles et dans différentes conditions. En quelque

sorte ils ont ainsi *l'opportunité de voir le lieu autrement*. Ceci est particulièrement le cas avec un panorama qui va évoluer au grès des saisons et le long d'une même journée. Ceci donne une plus grande proximité de l'habitant au patrimoine qu'il voit évoluer à sa guise.

Figure 5.3 – Vue sur la montagne depuis le Boulevard des Pyrénées à Pau



Photographie de l'auteur.

4. Enfin, à Montréal, Michel nous fait part de sa proximité affective vis-à-vis du fleuve.

Michel vit dans le quartier Sainte-Marie à Montréal et affectionne tout particulièrement le fleuve qui le rapproche de son lieu de naissance l'île-du-Prince-Édouard :

« Regarde le fleuve! Le fleuve St Laurent, magnifique! La ronde, un bateau de plaisance, voilà encore le pont Jacques-Cartier... Ici je viens assez souvent avec mon pitou parce que c'est réellement [plaisant], on peut quasiment oublier la rue Notre-Dame, puis on est réellement en contact avec Montréal comme c'était peut-être il y a des siècles : le fleuve... N'oublie pas que c'était le chemin principal pour l'ouverture de Montréal, c'était par les bateaux au début, donc... on peut rêver un peu! »

À travers le récit de Michel, on retrouve à différents moments des références au passé, à la façon dont on vivait autrefois, le fleuve lui rappelle l'histoire de l'implantation de colonies à Montréal, la création de la ville.

En plus de l'importance accordée au passé, à l'histoire du lieu, des gens qui y ont vécu, Michel a une grande proximité affective et physique vis-à-vis du patrimoine naturel qu'est le fleuve. On voit à quel point la patrimonialité est un marqueur essentiel de son itinéraire et ceci à différents niveaux : proximité et mémoire du lieu. Michel a une conception de la marche en tant que mode de

vie (Miaux, 2008) qui explique en partie l'importance du marqueur patrimonialité. En effet, lorsque la marche est vécue comme un mode de vie, le piéton se sent engagé dans son quartier, il est soucieux de ce dernier et souhaite s'investir dans l'amélioration de son lieu de vie. Les références à la patrimonialité viennent appuyer cet engagement.

Figure 5.4 – Vue sur le fleuve Saint-Laurent depuis le boulevard Notre-Dame (Montréal)



Photographie de l'auteur.

Pour terminer, il est important de noter la frustration ressentie par Michel lors de son parcours en bordure du fleuve :

« Ici on a un chemin de fer, encore un autre obstacle entre nous et le fleuve. On a le chemin de fer qui traverse notre quartier au complet, et la rue Notre Dame, donc on ne peut pas avoir accès à l'eau. Au début je ne savais pas que l'on n'avait pas le droit de passer... Je vais faire une petite confession : j'étais descendu et j'avais traversé les voies ferrées et je suis allé au bord du fleuve, voyez-vous les clôture de l'autre bord? C'est carrément impossible d'avoir accès, mais à un moment donné, il n'y avait pas ces clôtures-là, avec ma femme et ma fille on était allés faire un pique-nique au bord du fleuve! On a ignoré les règles puis on est allés quasiment mettre nos pieds dans l'eau. »

À travers cette citation on comprend bien l'impossibilité d'accéder au bord du fleuve.

DISCUSSION

Nous avons mis en lumière l'importance de la patrimonialité parmi quatre itinéraires réalisés entre 2004 et 2008. La particularité de ces itinéraires implique la présence d'un lieu patrimonial (architectural ou naturel) afin que le marqueur patrimonial intervienne comme élément structurant de l'itinéraire. Ainsi, nous allons mettre en avant dans la discussion la façon dont les trois indicateurs de la patrimonialité s'entrecroisent à travers le récit du parcours et voir de quelle manière la mise en récit de l'itinéraire intervient pour saisir la complexité de l'expérience de la patrimonialité.

Ce sont surtout les dimensions spatiale, existentielle, corporelle et subjective de l'itinéraire qui sont mobilisées ainsi que la dimension relative à l'aménagement.

Tout d'abord, la rencontre de la dimension existentielle avec la dimension spatiale lors du récit de l'itinéraire permet de révéler l'épaisseur de l'expérience du mouvement. Le sujet, mis en situation, nous fait part au fur et à mesure de son évolution au cœur de l'espace public de ses impressions. Celles-ci se focalisent à la fois sur le ressenti du parcours et aussi sur la mémoire qui suggère un détour dans l'histoire de vie de l'interviewé. En effet, d'une part, à travers le souvenir des lieux, de leur transformation, dont nous fait part Claudie, c'est l'interaction de la dimension spatiale et existentielle que l'on peut entrevoir dans la mesure où elle nous fait part de son histoire de vie dans le lieu qu'elle parcourt au quotidien associé à l'évolution de ce même lieu. Ceci fait référence à la mémoire du lieu à ce qu'Anne Watremez (2008) qualifie « d'être témoin du "ça a été" de la vie du lieu ». De la même manière, Xavier qui nous explique l'importance qu'il accorde à la Sagrada Família qu'il côtoie au quotidien met en exergue l'attachement développé au fil du temps pour ce haut lieu patrimonial que lui voit également évoluer au fil des années. Ainsi, la dimension subjective de l'itinéraire s'inscrit à la fois dans l'instantanéité et dans la mémoire plus spécifiquement avec le marqueur patrimonialité. L'instantanéité apparaît dans la corporéité du sujet en déplacement qui ressent et la mémoire fait partie de la connaissance enregistrée par le corps qui a la capacité d'associer un bruit, une odeur... à un instant passé. Cette double capacité du corps, à la fois perceptive et de connaissance, enrichit la dimension subjective d'un double sens (Miaux, 2005). Les attitudes que nous pouvons remarquer chez un sujet en déplacement ne sont pas uniquement liées à l'instant présent et à l'espace parcouru. L'histoire qu'a développée le sujet avec le lieu au fil du temps influence aussi son comportement. C'est pourquoi l'expérience du sujet en mouvement modifie la relation au lieu patrimonial. L'impact de ce que Jean-Paul Thibaud a nommé « effacer les traces » (2006 : 116) se matérialisent lors d'opérations de restauration ou de réhabilitation de secteurs patrimoniaux, tels que les centres historiques qui consistent à « faire place nette » (Dollé, 2005). Ce genre d'aménagement appauvrit l'expérience vécue des habitants et vient compromettre le développement

de la patrimonialité. L'attachement au lieu patrimonial est remis en question dans la mesure où l'attachement se faisant par le biais de la proximité affective tend à disparaître. Le lissage du lieu patrimonial vient alors modifier la proximité affective au point de perdre le contact privilégié avec le lieu. Ceci est visible dans l'un des entretiens effectué par Anne Watremez avec un habitant d'Avignon : « C'est la seule petite partie des remparts qu'on a le droit d'utiliser, qui est ouverte au public c'est un peu dommage que depuis deux ans ils aient fermé la partie du bas qui rejoignait le pont, on a privé un peu le public de cette partie et ça, je trouve que c'est dommage » (Watremez, 2008 : 29).

Dans ce contexte, les différents aspects de l'aménagement de l'espace public se donnent ainsi à voir dans le récit de l'itinéraire. Les fragilités relatives à la réussite de l'espace public sont dévoilées comme un tout qui fait partie intégrante de l'itinéraire du sujet. Ceci est visible également dans la frustration que ressent Michel lorsqu'il nous dévoile sa proximité affective vis-à-vis du fleuve Saint-Laurent dont la présence de la voie ferrée clôturée limite l'accès.

CONCLUSION

En reprenant l'analyse de quelques itinéraires sous l'angle de la patrimonialité, c'est une lecture croisée des dimensions du concept d'itinéraire qui s'est opérée. En effet, à travers l'histoire de vie des piétons, la patrimonialité apparaît comme un marqueur de l'itinéraire qui permet un rapprochement du vécu du sujet en interaction avec les lieux qu'il fréquente au quotidien (rapprochement des dimensions spatiale, existentielle et subjective). Ce rapprochement pouvant prendre la forme d'une proximité physique et affective avec le lieu, d'une manière de révéler la mémoire du lieu à travers l'histoire de vie du sujet en mouvement, ou de différentes manières dont le lieu patrimonial se décline dans le temps pour le citoyen qui le fréquente au quotidien. Ainsi les expériences quotidiennes nous apportent une autre lecture des hauts lieux patrimoniaux qui rappellent qu'ils font partie d'un espace de vie pour lequel les habitants développent un fort sentiment d'appartenance. À travers l'approche du quotidien que nous révèlent les différents itinéraires étudiés, l'ouverture vers la patrimonialité nous amène à nous interroger sur le patrimoine du quotidien. Peut-on dépasser l'analyse des hauts lieux patrimoniaux pour mettre en avant l'existence d'attachement, de relations particulières aux lieux qui se tissent, notamment, à travers des éléments patrimoniaux moins remarquables, mais néanmoins forts de sens pour ceux qui les côtoient au quotidien?

BIBLIOGRAPHIE

- ARKETTE, S. (2004) Sounds like city. *Theory, culture & society*, 21 (1) : 159-168.
- BAER, L.D., GESLER, W. (2004) Reconsidering the concept of therapeutic landscapes in J D Salinger's *The Catcher in the Rye*. *Area*, 36 (4) : 404-413.
- BENNARDO, G. et SCHULTZ, K. (2004) Three innovative research Tools to store, visualize, and analyze data in and from the field. *Field Methods*, 16 (4) : 396-413.
- BERDOULAY, V. et ENTRIKIN, J.-N., (1998) Lieu et sujet, perspectives théoriques, *Espaces géographique*, 2, 111-121.
- DE CERTEAU, M. (1990) *L'invention du quotidien. Tome1 : arts de faire*. Paris, Gallimard.
- DEVEREUX, G. (1980) *De l'angoisse à la méthode dans les sciences du comportement*. Paris, Flammarion.
- DOLLÉ, J.-P. (2005) *Le territoire du rien*. Paris, Éditions Lignes et Manifestes.
- EYLES, J. (1985) *Senses of place*. Warrington : Silverbrook.
- EYLES, J., (2008) Qualitative approaches in the investigation of sense of place and health relations. In : Eyles, J., Williams, A. (Eds.), *Sense of Place, Health and Quality of Life*. Ashgate Publishing, Burlington, 59–72.
- GESLER, W. (1993) Therapeutic landscapes :theory and case study of Epidauros, Greece. *Environment and Planning D : Society and Space*, 11 : 171-189.
- GOFFMAN, E. (1973) *La mise en scène de la vie quotidienne. 2. les relations en public*. Paris, Éditions de Minuit.
- GRAVARI BARBAS, M. et RIPOLL, F. (2010) Introduction : de la valorisation à l'appropriation et retour. *Norois*, 4 : 7-12.
- GROSJEAN, M., & THIBAUD, J. P. (2001) *L'espace urbain en méthodes*. Editions Parenthèses.
- GRUET, B. (2006) *La rue à Rome, miroir de la ville*. Paris, Presses de l'Université de Paris Sorbonne.
- GWIAZDZINSKI, L. (2009) Pour une mise en tourisme des nuits urbaines. *Cahier espaces*, 103 : 44-56.
- KUSENBACH, M. (2003) Street phenomenology: the go-along as ethnographic research tool. *Ethnography*, 4 (3) : 455–485.
- LE BRETON, D. (2006) La conjugaison des sens. *Anthropologie et Sociétés*, 30 (3) : 19-28
- MAITLAND, R. (2012) Cool Suburbs? Tourist Exploration and the outer city. Conférence réalisée le 13 juin 2012 lors du colloque international : routes touristiques et itinéraires culturels, entre mémoire et développement (Québec).
- MERLEAU-PONTY, M. (1964) *Le visible et l'invisible*. Paris, Éditions Gallimard.

- MIAUX, S. (2005) L'itinéraire, ou l'expérience du piéton dans la perspective de l'aménagement urbain. Thèse de doctorat en géographie et aménagement de l'université de Pau et des Pays de l'Adour.
- MIAUX, S. (2008) Comment la façon d'envisager la marche conditionne la perception de l'environnement urbain et le choix des itinéraires piétonniers : l'expérience de la marche dans deux quartiers de Montréal. *Recherche Transport Sécurité*, 101 : 327-351.
- MIAUX, S., MORENCY, P., DROUIN, L., PAQUIN, S., GAUVIN, L., et JACQUEMIN, C. (2010) Making the narrative walk-in-real-time methodology relevant for public health intervention : Towards an integrative approach. *Health and Place*, 16 :1166-1173.
- MIDTGAARD, J., STELTER, R., RORTH, M. et ADAMSEN, L., (2007) Regaining a sense of agency and shared self-reliance. *Scandinavian Journal of Psychology*, 48, 181-190
- MONDADA, L. (2003) La polyphonie urbaine produit des ordres multiples de la ville. *Urbanisme*, 19 : 8-15.
- MURRAY, L. (2009) Looking at and looking back: visualization in mobile research. *Qualitative Research*, 9 : 469-488.
- NOLD, C. (2007) Bio Mapping /Emotion Mapping, [En ligne] <http://www.biomapping.net/>
- PAQUOT, T. (2001) *Le quotidien urbain : essais sur les temps des villes*. Paris, Éditions la Découverte & Syros.
- PETITEAU J.Y. (1987) Territoires et itinéraires. *Cahiers du centre de recherches sociologiques*, 5 : 25-37
- PETITEAU J.Y et PASQUIER, E., (2000) « je marche donc je suis » ou les jalons de l'être dans la méthode des itinéraires. In Ostrowetsky, S. (Eds), *Processus du sens*. Paris, l'Harmattan : 114-128.
- PETITEAU, J.Y., PASQUIER, E. (2001) La méthode des itinéraires : récits et parcours, In; Grosjean, M. et Thibaud, J.-P. (Eds), *L'espace urbain en méthodes*. Marseille, Editions Parenthèses : 63-77.
- PHILO, C. (1996) Staying in? Invited comments on « Coming out : exposing social theory in medical geography ». *Health Place* 2(1) : 35-40.
- ROBERT, P. (2002). *Dictionnaire de la langue française*. Le Robert.
- ROSSA, N., TREMBLAY, S., GRAHAM, K. (2004) Neighbourhood influences on health in Montréal, Canada. *Social Science & Medicine*, 59 : 1485-1494.
- SHELLER, M. et URRY, J. (2006) The New mobilities paradigm. *Environment and planning A*, 38 : 207-226.
- SMITH, R. W. et BUGNI, V. (2006) Symbolic interaction theory and architecture. *Symbolic interaction*, 29 (2) : 123-155.

- THIBAUD J., P. (2006) La fabrique de la rue en marche : essai sur l'altération des ambiances urbaines. *Flux*, 4 : 111-119.
- VENON, F. (2004) Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique. *Téoros*, 23 (2) : 48-53.
- VLÈS, V. (2011) Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique. *Monde du tourisme*, 1 (3) : 14-25.
- WATREMEZ, A. (2008) Vivre le patrimoine urbain au quotidien : pour une approche de la patrimonialité. *Culture et musées*, 11 :11-35.
- WILLIAMS, D.R., STEWART, S.I., (1998) Sense of place : an elusive concept that is finding a place in ecosystem management », *Journal of Forestry*, 66, 5, 18-23
- WILLIAMS, D. R. et PATTERSON M. E. (2008) Place, leisure and Well-being. In *Sense of place, health and quality of life* Eyles, J., et Williams, A. (Eds.). Burlington, VT : Ashgate. 105-119.
- XIRADAKIS, J.-P. (2011) *Le Piéton de Bordeaux*. Ibos, Rando Éditions.

CHAPITRE 6

Le sentier de Costa Da Lagoa: la tradition et la durabilité

Alina Gonçalves Santiago

Gabriel Santiago Pedrotti

Universidade Federal de Santa Catarina

ITINÉRAIRE ET PAYSAGE CULTUREL

Les corridors, les routes, les circuits, les sentiers historiques ou itinéraires culturels sont des catégories de patrimoine culturel qui se multiplient à travers la planète. Ces produits mettent en marché un territoire, qui, par ses caractéristiques naturelles et ses valeurs, est destiné à attirer les touristes potentiels. Le développement de cette forme de tourisme ne s'appuie pas que sur des sites dont l'entrée est payante, mais aussi sur des paysages, des zones naturelles et des richesses culturelles du territoire. L'expansion du tourisme mène ainsi à l'émergence de nouvelles catégories comme le patrimoine des paysages et l'itinéraire culturel.

Au Brésil, les itinéraires touristiques sont créés grâce à l'application de normes standardisées permettant de classer les ressources patrimoniales et les paysages. Ces normes permettent également de sélectionner les biens culturels et les sites écologiques qui sont susceptibles de faire partie de ces produits touristiques. Toutefois, les normes développées par le Brésil afin de créer des itinéraires touristiques diffèrent de ce qui est proposé par les organisations internationales. Ces dernières proposent des paramètres qui permettent d'encadrer des itinéraires culturels. Ils se réfèrent alors à des chemins, qui au fil du temps et de l'influence exercée par le brassage des cultures, ont généré des représentations différentes de celles existant à l'origine. Le paysage culturel sera considéré ici comme une combinaison du travail de la nature et de l'homme,

un travail qui illustre l'évolution de la société et des établissements humains au cours des années. Ainsi, le paysage culturel reflète les événements interactifs entre l'homme et l'environnement naturel.

TOURISME PATRIMONIAL AU BRÉSIL

Avant de développer ses normes permettant de classer les ressources patrimoniales et les paysages, le Brésil limitait sa conception du patrimoine culturel aux monuments. C'est à partir de la seconde moitié du XX^e siècle, que naissent des réflexions autour de la sauvegarde des paysages sauvages, des sites et des monuments naturels (ex. vergers, jardins, promenades, espaces verts entourant les bâtiments ou situés dans les centres historiques). La notion de patrimoine s'élargit alors pour inclure non seulement des bâtiments exceptionnels, mais aussi des sites urbains, des colonies populaires (actifs modestes), des paysages naturels et le soi-disant « patrimoine immatériel » (Choay, 2001). Ce processus de réflexion s'inscrit dans un contexte de mondialisation, à l'intérieur duquel l'homogénéisation croissante des villes met en évidence la valeur des singularités locales des petits centres urbains. L'exploitation de ce tourisme patrimonial dans ce contexte de mondialisation implique des risques pour le patrimoine. En effet, l'authenticité et la protection du patrimoine deviennent dépendantes de la participation et de la sensibilisation du public.

Le contexte de la mondialisation a aussi permis la diffusion de nouveaux concepts de biens patrimoniaux. Ces derniers ont été considérés par le Brésil à travers la liste des biens à protéger. Depuis les années 1970, l'IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) a élargi sa liste des biens à protéger afin de reconnaître les biens de la période coloniale. L'élaboration de la liste des biens patrimoniaux brésiliens à protéger fut confirmée légalement dans la Constitution de 1988 (article 216 ; BRASIL, 1988). Depuis, le patrimoine culturel brésilien comporte des biens de nature matérielle et immatérielle, en tout ou en partie, et associé à l'identité, à l'action ou à la mémoire des différents groupes qui forment la société brésilienne. Le patrimoine culturel brésilien est regroupé sous cinq catégories : I – des formes d'expression; II – des moyens de création, de fabrication et de vie; III – des créations de la science, l'art et la technique; IV – des œuvres, objets, documents, bâtiments et autres espaces destinés à des manifestations artistiques et culturelles; V – des ensembles urbains et des sites d'intérêt historique, naturel, artistique, archéologique, paléontologique, écologique et scientifique.

LE TOURISME COMMUNAUTAIRE ET LE SENTIER DE COSTA DA LAGOA

Il existe de nombreuses études sur les expériences touristiques développées localement, et des institutions ou des associations qui font usage de leur propre patrimoine comme outil de développement économique ou à des fins identitaires (Hernández, 2011). Ces études démontrent que la mise en valeur du patrimoine peut générer de nouvelles relations entre les individus et leur patrimoine, et ce, sans encourir une banalisation de la culture. Au contraire, elle promeut une dynamique de développement endogène durable qui permet la reproduction sociale. Ainsi, le tourisme communautaire apparaît comme un modèle de tourisme qui permet aux populations de passer « d'objet » à « sujet » du développement. Cette forme de tourisme représente une alternative aux stratégies touristiques de tourisme de masse qui ne considèrent pas le patrimoine comme un élément fondamental du produit touristique. Certaines formes de tourisme communautaire cherchent alors à transformer la pratique d'une « communauté dans le tourisme » pour favoriser un « tourisme dans la communauté ». L'objectif consiste alors à éviter la perte de contrôle économique du territoire et la perte de l'identité et du patrimoine culturel local.

C'est en s'inspirant de cette approche communautaire, et malgré les difficultés et les faiblesses de ce modèle, que le sentier de Costa da Lagoa a vu le jour. Ce projet visait à structurer et à prévenir les déséquilibres territoriaux et socio-économiques du territoire. Ce sentier donne accès au paysage de la Costa da Lagoa, paysage inscrit à la liste des biens patrimoniaux brésiliens en tant que paysage culturel (voir figure 6.1). Cette inscription permet à ce paysage d'être sous la protection de la municipalité dans la catégorie du patrimoine historique et naturel (décret municipal n. 247/1986). On peut accéder à ce sentier par le village de Costa da Lagoa qui est situé au bord de la Lagoa da Conceição. En fait, tout le sentier est articulé autour de cette lagune.

Florianópolis et le village de Costa da Lagoa

Le village Costa da Lagoa se trouve dans la région de Lagoa da Conceição, à l'est de l'Île de Santa Catarina au Brésil. L'État de Santa Catarina est constitué de cette île – d'une superficie de 436,5 km² (54 km x 18 km) – et d'une partie continentale de 12,1 km². La municipalité de Florianópolis, capitale de l'État de Santa Catarina est sise dans un décor naturel, avec des plages, des falaises, des marais salants, des mangroves et des dunes. La morphologie des lieux est discontinue, avec des cristaux de montagne qui atteignent, dans le cas de la montagne de Ribeirão, 532 mètres d'altitude. Florianópolis compte maintenant 421 240 habitants (recensement de 2010). Le conseil est composé de 12 districts, le siège du district regroupant 213 574 habitants, tandis que la moyenne des autres districts est de 10 000 habitants.

Le développement urbain et touristique du territoire de l'île de Santa Catarina s'est accéléré ces dernières années, générant un tissu discontinu entre les zones urbaines et naturelles. Plusieurs facteurs de dégradation, essentiellement dus à une planification urbaine inadéquate – sont ainsi apparus, parmi lesquels on peut nommer les remblais, les travaux de drainage, l'occupation illégale, les eaux usées et l'élimination des déchets solides.

Lagoa da Conceição

Il s'agit d'une lagune reliée à la mer, longue de 13,5 km et parsemée de dunes irrégulières et de collines qui forment trois sous-systèmes : le lagon central, le lagon du Nord (du haut) et le lagon du Sud (du bas) (voir figure 6.2). Le corps lagunaire d'une superficie de 19,2 km² est entouré de reliefs granitiques au nord et à l'ouest par des dunes de sable et des plages. Le canal, étroit et sinueux, seul accès à la mer, est situé à l'est de l'étang à la base de la colline Galheta.

Figure 6.1 – Vue sur la Costa da Lagoa



Photographie des auteurs.

Plusieurs communautés habitent la lagune (Canto da Lagoa, Canto dos Araças, Costa da Lagoa, Porto da Lagoa, Retiro da Lagoa et Rio Vermelho, les plages de Joaquina, Mole et Galheta) et leurs activités autour du bassin de Lagoa da Conceição ont des impacts sur les eaux de la lagune. On note une grande production de déchets domestiques, le rejet des eaux usées dans la lagune, la présence de bateaux à moteur dans la lagune.

Figure 6.2 – Vue sur la Lagoa da Conceição

Photographie des auteurs.

Costa da Lagoa est situé sur la rive ouest de Lagoa da Conceição. Ce paysage, avec ses gros rochers, se termine brusquement dans la lagune, et est parsemé de petites plages protégées. Aujourd'hui, la forêt tropicale secondaire couvre de vastes zones précédemment occupées par les activités agricoles. En petits groupes sur les collines, sur les bords de la lagune, la population de Costa est distribuée dans les villages de Vila Seca, Praia Seca, Vila, Baixada, Praia do Sul et Canto.

COSTA DA LAGOA ET LA PRÉSERVATION CULTURELLE

Costa da Lagoa est un village dont les pêcheurs pratiquent une forme de pêche qui s'appuie sur la tradition de leurs ancêtres. Ces habitants du village de Costa da Lagoa produisent une agriculture qualifiée de familiale et qui vise avant tout à subvenir aux besoins de la communauté. Malgré des techniques primitives et sans intérêt commercial, les agriculteurs du village de Costa da Lagoa parviennent à atteindre des rendements agricoles riches fondés sur le manioc, la canne à sucre, les haricots et les bananes. Dans les usines familiales de petite taille sont traités le sucre, le café, la farine et le « cachaça », une eau-de-vie brésilienne. Pour approvisionner la communauté locale et une partie du District, ces produits sont transportés par des charrettes à bœufs ou des chevaux sur des routes difficiles, ou en canoë.

La route, historiquement importante, car elle assurait la distribution de la production agricole, est aujourd'hui un sentier précaire (voir figure 6.3). Elle représente la seule voie donnant accès à la côte, le seul lien qui relie la communauté au pays. En revanche, la géographie et le caractère fonctionnel de cette route ont permis aux habitants de ce village de préserver leurs coutumes et leurs habitudes culturelles, telles que la décoration de l'église.

Figure 6.3 – Le sentier



Photographie des auteurs.

Aux XVIII^e et XIX^e siècles, le village Costa da Lagoa possédait un grand prestige. Les activités agricoles et la pêche permettaient alors de dépasser les simples besoins de subsistance. Cette production riche permit des échanges soutenus de biens avec les autres communautés de l'île de Santa Catarina. À cette époque, la culture était assez variée. La culture du café, du manioc, le blé et la canne à sucre étaient les piliers de la prospérité de la région de Lagoa da Conceição. À titre d'exemple, vers 1757, la région abritait 10 moulins à sucre, 28 moulins à cachaça, 32 moulins pour moulinier le blé et 101 broyeurs pour moulinier le manioc.

Peu à peu, l'agriculture de subsistance a été remplacée par des activités de pêche plus attractives financièrement. Certains pêcheurs locaux étaient par exemple employés dans les grandes entreprises de pêche et, après avoir accumulé un peu d'argent, revenaient et ouvraient des restaurants ou investissaient

dans l'immobilier. Aujourd'hui, les principales activités économiques sont liées aux services de transport et de restauration offrant des plats à base de poissons et de fruits de mer. La communauté utilise de nombreuses méthodes pour pêcher le poisson, mais constate que sa production est en déclin. Bien que la pêche traditionnelle à l'aide d'un filet appelé «chalut», soit associée à une utilisation non durable, elle demeure la méthode de pêche la plus utilisée par les pêcheurs qui cherchent à assurer leur subsistance immédiate. La communauté a traversé divers changements socioéconomiques, mais la tradition culturelle des pêcheurs demeure le principal mode de vie des habitants. Toutefois, ce mode de vie intègre de plus en plus d'activités touristiques.

Pour la population locale, le tourisme apparaît étroitement associé à la mise en valeur et la conservation de l'environnement naturel. Les nouvelles générations ayant plus facilement accès aux biens de consommation modernes, des liens plus étroits se tissent avec la ville. En conséquence, pour ces nouvelles générations, les liens avec les coutumes ancestrales et les traits culturels qui pourraient être la marque distinctive de cette communauté ont tendance à se fragiliser. Il s'agit d'un processus d'acculturation et de perte d'identité qui porte atteinte à l'avenir et à la qualité du tourisme en tant qu'activité économique basée sur la culture traditionnelle. En outre, bien que l'économie locale ait survécu à une longue période de pêche, les produits de la mer offerts dans la région ne sont plus produits entièrement dans la lagune, comme il y a 50 ans.

En 1986, la région de Costa da Lagoa fut décrétée zone de préservation culturelle sous protection municipale. Cette zone protégée couvre le sentier côtier, la végétation et les bâtiments d'intérêt historique et artistique. Toute la région devient alors une zone de préservation culturelle. Cependant, certains problèmes demeurent, tels que certaines occupations illégales et la coupe fréquente de la végétation. La forêt atlantique et son écosystème représentent un patrimoine important, et ce, tant d'un point de vue artistique que culturel. Toutefois la beauté du paysage et des lieux encore largement préservée, attirent les spéculateurs fonciers.

La zone protégée par la municipalité couvre la quasi-totalité de la partie nord de Lagoa da Conceição, du haut des collines à l'étang, couvrant ainsi environ 967,5 ha. La zone la plus peuplée est considérée par la législation comme une zone où la fonction résidentielle est prédominante. Dans cette zone protégée, l'utilisation des terres peut être partagée entre des fonctions commerciales et résidentielles. Toutefois, tout projet d'ouverture d'une route destinée aux véhicules moteurs mettrait gravement en péril ce site, le plus culturellement préservé de l'île. À cet égard, il est important de se rappeler que la préservation du patrimoine historique et naturel dans la région doit non seulement encourager le potentiel touristique de la côte, mais aussi sa durabilité.

LE SENTIER

Le village de Costa da Lagoa est accessible grâce au sentier et aux bateaux desservant le village de Lagoa da Conceição. Le sentier, moyen d'accès le plus utilisé, suit le contour irrégulier de la lagune dans une zone rurale, où des maisonnettes et leur hangar parsèment le paysage. Selon les légendes, cette zone aurait été peuplée par des sorcières. La magie exubérante des eaux, des forêts et les petites maisons contribuent à diffuser l'imaginaire de ces légendes. Sur le chemin se dresse un paysage inoubliable: un aperçu des dunes de la Plage de Joaquina, la Lagoa sur toute sa longueur, la Réserve écologique du Rio Vermelho, Morro da Lagoa da Barra et Ponta da Galheta. Le village tire sa beauté de la faune, de la flore, des chutes d'eau, des éléments de la culture traditionnelle qui se trouvent près du sentier, tels que le site archéologique avec les moulins à farine, les dépôts de coquillages et le cimetière indien (voir figure 6.4). Le relief offre des belvédères et des vues panoramiques permettant d'admirer des villas typiques de pêcheurs et quelques maisons anciennes issues de la colonisation initiale. À ces ressources naturelles et culturelles, s'ajoute la fabrication de dentelle aux fuseaux, pratique toujours transmise de mère en fille. Il apparaît donc que la gestion des ressources a été propice à la durabilité sociale et environnementale. Liée au patrimoine immatériel, la gastronomie locale devient une attraction touristique majeure de la communauté, et sa plus importante source de revenus.

Figure 6.4 – Ruine du moulin à farine



Photographie des auteurs.

La présence des touristes entraîne néanmoins une demande immobilière dans la région et induit une occupation désordonnée et hétérogène. Les maisons historiques subissent des changements structurels pour élargir les terrasses, salles d'eau, salons, et ainsi abriter les restaurants ou les commerces. Ces actions changent le paysage et mettent en danger le riche patrimoine historique et culturel.

Le transport fluvial, effectué par des coopératives de bateau propose des itinéraires du village Costa da Lagoa au centre-ville de Lagoa da Conceicao ou vers à la plage Mozambique (Rio Vermelho ou Barra da Lagoa). Le voyage en bateau dure environ 30 minutes et des liaisons sont assurées à des heures régulières tout au long de l'année et plus fréquemment pendant la saison estivale. La coopérative responsable du transport par bateaux vise à répondre à la demande des touristes qui désirent se déplacer vers le centre-ville et ses restaurants. Chaque membre de la coopérative est propriétaire de son bateau et habite dans la localité, deux exigences minimales pour être membre de l'association. Cette exigence favorise l'implantation d'une forme de tourisme communautaire et permet à une partie de la population de participer au développement de sa communauté. En plus de créer des déplacements touristiques, les restaurants fréquentés par les touristes, s'approvisionnant auprès des pêcheurs de la communauté.

LES CONFLITS ENTRE TOURISME ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

La situation qui prévaut au Parc du Rio Vermelho illustre le type de problème environnemental auquel est confrontée la région. Ce parc, situé au bord la lagune, possède une plantation de *Pinnus* datée des années soixante-dix. Une pluie peut transformer l'eau transparente de la lagune en eaux rougeâtres provoquant la mort de certaines espèces. À cette pollution s'ajoutent la spéculation immobilière, les occupations illégales et la coupe fréquente de la végétation. Toutefois, les résidents locaux déclarent que le plus grand problème demeure le maintien même de l'habitat tout en permettant le développement des habitations exigées par la croissance des familles.

Le développement touristique jumelé aux besoins en eau potable des populations locales représente un défi de taille pour cette région. Bien que le tourisme communautaire favorise la prise en charge par les populations de leur économie, il crée une pression supplémentaire sur la consommation d'eau. En effet, étant donné qu'il n'existe aucune distribution d'eau publique au village de Costa da Lagoa, la communauté dépend entièrement de la source de la rivière Cachoeira (eaux de surface) pour s'approvisionner. L'éducation environnementale auprès des populations locales devient essentielle afin de préserver les

zones riveraines et ainsi assurer une eau de qualité en quantité suffisante pour les résidents, les touristes et les générations futures.

La situation sanitaire cause également des inquiétudes. Dans certains cas, les eaux usées sont rejetées directement dans le lagon. Même si des travaux d'assainissement ont été faits, les ordures ménagères sont toujours transportées par bateau, mais une bonne partie des déchets organiques de cuisine sont recyclés en compost afin de nourrir les animaux. Le seul centre de santé dans la région présente des lacunes qui compromettent la prise en charge de toute la population en cas de problèmes majeurs (Gimeno, 1992).

Si la difficulté d'accès à la lagune a longtemps préservé la nature et les coutumes régionales, l'augmentation du nombre de voyages par bateau et la présence toujours plus nombreuse de touristes menacent le patrimoine culturel. Pourtant, les transports par bateaux n'ont débuté que depuis 1986.

CONCLUSION

Le sentier reliant la Lagoa da Conceição à Costa da Lagoa illustre les changements historiques qui se sont produits sur l'Île et démontre la fragilité du développement touristique durable. Les richesses des patrimoines, culturel et naturel, matériel et immatériel, ont permis de développer une forme de tourisme communautaire qui ne comporte pas que des avantages. Les touristes qui se déplacent afin d'admirer le paysage et afin de connaître les traditions des populations locales à travers le sentier apparaissent bien intentionnés, mais en empruntant les bateaux à moteur, ils contribuent à fragiliser l'écosystème local. Les conséquences de la fréquentation touristique ne sont pas sans heurt et sans contradiction. Le développement d'un tourisme communautaire a permis d'amoindrir une partie de ces impacts négatifs, mais ne permet pas à la communauté d'assurer une durabilité sociale et environnementale.

BIBLIOGRAPHIE

- BARBOSA, T. C. P. (2003) *Ecologia: um breve documento*. Florianópolis, Editora Gráfica Pallotti [En ligne] <http://www.campeche.org.br/MCQV/ecolagoa.pdf> (Site visité le 06 mai 2012).
- BRASIL (1988) *Constituição da Republica Federativa do Brasil* [En ligne] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm (Site visité le 10 janvier 2012).
- CARUSO, J. (2010) *Parentesco e Casamento: Da Fuga ao Morar Junto na Costa da Lagoa*. Florianópolis, Diásporas, Diversidades, Deslocamentos, UFSC.
- CECCA (Centro de Estudos Cultura e Cidadania) (1997) *Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas sócio-ambientais da ilha de Santa Catarina*. Florianópolis, Insular.
- CHOAY, F. (2001) *A alegoria do patrimônio*. São Paulo, Editora da UNESP.
- GIMENO, S. I. D. (1992) *O destino viaja de barco: um estudo histórico, político e social da Costa da Lagoa e de seu processo de modernização-1930-1990*. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Humanas.
- HERNÁNDEZ, J. (2011) *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerários culturales, in Pasos*. Vol. 9 N° 2 pp. 225-236. [En ligne] <http://www.pasosonline.org> (Site visité le 16 février 2012).
- IPHAN (Instituto do Patrimonio Historico e Artístico Nacional) (2009) *Itinerários Culturais do MERCOSUL* [En ligne] <http://iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do%3bjsessionid=1B9A90AE17618C515E0AB4CF0C4CF469?id=1002> (Site visité le 1^{er} mai 2012).
- ORTH, D. M. et SILVA, J. (2003) *Programa Celesc de Pesquisa & Desenvolvimento, Projeto 0395-016/2003*. CELESC. [En ligne] <http://www.grupoge.ufsc.br/projetos/banco-de-dados/Inicio.htm> (Site visité le 1^{er} février 2012).
- PMF (Prefeitura Municipal de Florianópolis) (1986) *Decreto nº 247/86*. Florianópolis.

CHAPITRE 7

Routes touristiques et itinéraires culturels, quels paysages, pour quel regard?

Sébastien Nageleisen

Université de Bordeaux 3

CECI EST UN PAYSAGE

Une approche géographique

Cet article s'appuie sur une conception géographique du paysage qui consiste en particulier à prendre en compte l'ensemble de l'espace : tout espace peut constituer un paysage¹.

Pour qu'il y ait paysage il est nécessaire qu'il y ait un observateur, mais ce dernier peut être à venir. Chaque lieu peut (pourra) être l'objet d'une observation, chacun peut (pourra) avoir son point de vue. Dès lors le paysage prend une dimension spatiale d'un tout autre ordre : il est partout, il devient un potentiel². Puisqu'il est facile d'admettre la possibilité qu'un jour quelqu'un puisse porter un autre regard sur un lieu (par exemple s'y intéresser alors qu'il fut toujours délaissé), l'idée de « paysage visible potentiel » rend plus évidente à appréhender la notion de paysage ordinaire.

1. À ce propos : <http://thema.univ-fcomte.fr/images/Paysage/Paysage.pdf>.

2. « La nature et les hommes produisent des objets que l'on voit dans les paysages; les individus et les sociétés perçoivent ceux-ci en images. Entre les deux il y a le paysage visible. Il se situe avant toute perception, quand les images n'existent que potentiellement; il est donc totalement physique. Tous les points de l'espace offrent des paysages visibles, sous des angles variés; peu importe qu'ils aient déjà été beaucoup vus et nommés ou qu'aucun regard ne les ait jamais effleurés. » *Laboratoire ThéMA CNRS*, [En ligne] <http://thema.univ-fcomte.fr/paysage-eco/hypergeo/Pays-visible.pdf>.

Ici, le principe est d'étudier tous les paysages liés à une activité spécifique : parcourir des itinéraires culturels ou des routes touristiques³. Il s'agit donc soit d'obtenir un corpus d'images représentatives de l'ensemble des paysages potentiellement visibles lors de ce type de déplacements (Griselin, Nageleisen, et Ormaux, 2000 à 2008; Nageleisen, 2011), soit de récupérer toutes les images mises à disposition par les acteurs liés à ces itinéraires (Griffond-Boitier, 2007).

Dans le premier cas, chaque lieu est considéré avec la même attention. Des zones urbaines, des lieux ordinaires, des endroits confinés peuvent donc être représentés de la même manière qu'un paysage rural ouvert sur un fond de montagnes, ou qu'un village dominé par un château au pied duquel poussent des vignes. Ce type de corpus permet d'obtenir des informations précieuses sur les espaces traversés et l'offre paysagère d'un itinéraire.

Dans le deuxième cas, celui des images véhiculées par les acteurs, les photographies donnent un avant-goût visuel du territoire prochainement exploré⁴. Leur étude permet d'obtenir des informations sur les stratégies de communication⁵.

-
3. Bien que cette activité soit spécifique, qu'elle puisse même être extraordinaire et particulièrement intéressante, les paysages traversés en parcourant des itinéraires culturels ou des routes touristiques peuvent être tout à fait quelconques (certains parcours peuvent être austères et tristes). Il sera intéressant de voir si ces paysages ordinaires sont pris en compte.
 4. En consultant ces images la personne intéressée aura, à priori, une idée plus précise des lieux qu'elle souhaite découvrir prochainement. Elle pourra observer des détails et dans un certain sens déjà explorer les lieux. « Quand le langage a une syntaxe, contraignante et linéaire, l'image a une topographie, ouverte et spatialisée » (Adam et Bonhomme, 2012:307). Par des mouvements de l'œil, l'observateur explore l'image : « sans même introduire le mouvement du corps dans l'espace, la vision humaine apparaît indissociable du mouvement » (Nageleisen, 2011:120). Aujourd'hui en particulier avec Internet, cette recherche d'information avant le départ est particulièrement accessible et les images disponibles sont très nombreuses. Ce qui est donné à voir reste donc particulièrement intéressant pour le géographe. L'analyse de l'exploration de ces images (et des stratégies d'exploration) est certainement particulièrement riche d'enseignement : l'entrée cartographique est-elle souvent utilisée pour consulter ces images? Les images observées sont-elles nombreuses, proviennent-elles généralement de plusieurs sites? Les utilisateurs ont-ils l'impression d'avoir une image complète, objective des lieux?... À propos d'Internet et de paysage voir aussi Cauquelin (2002).
 5. Bien qu'il semble évident que les images étudiées ici n'aient pas toutes fait l'objet d'une sélection stricte à visée publicitaire, les corpus d'images étudiés délivrent bien dans leur ensemble un certain nombre d'informations renseignant sur ce que l'on souhaite montrer des lieux. « L'image participe pleinement au dispositif stratégique de la publicité, à travers sa mise en scène attractive du produit et l'impact qu'elle exerce consciemment ou non sur ses récepteurs », l'image est souvent au cœur de l'argumentation publicitaire et « elle témoigne d'une complexité réelle, derrière l'évidence trompeuse de sa perception », (Adam et Bonhomme, 2012:307).

Des paysages liés aux déplacements

Pendant longtemps le paysage fut associé à la contemplation d'un seul lieu. Ainsi au terme d'une promenade, pendant une pause, dans un coin de jardin, le paysage se révélait. Il apparaissait lorsque l'on prenait son temps, il prenait de la consistance au travers d'une observation assidue (Berque, 2000; Corbin, 2001). Ce fut longtemps des paysages cadrés (donc sélectionnés), exaltés par les peintres. On observe alors un paysage depuis la fenêtre d'une maison, on appréhende une vallée depuis un belvédère, on apprécie la ligne de fuite travaillée d'un alignement d'arbres dans un jardin à la française...

Pourtant, le paysage se construit au cours du temps et au fil de nos déplacements⁶. Chaque image, chaque instant, peuvent jouer un rôle essentiel dans l'élaboration lente ou rapide du paysage (Appleyard, 1964; Gay, 1993; Desportes, 2005; Besse, 2009; Nageleisen, 2011). Des éléments touchent particulièrement l'observateur, d'autres ne font que l'effleurer, certains passent inaperçus, tout cela en fonction de la personne et de son activité⁷. « Le territoire existerait-il sans le support des espaces de vie, sans les déplacements individuels, les cheminements et les pratiques routinières de la vie quotidienne? ... « Les représentations territoriales les plus abstraites se nourrissent d'images et de sensations, nées, pour chacun, de sa rencontre avec les lieux » (Di Méo, 1998:170). Non seulement les espaces traversés et observés à pied, en train, en voiture ou même en avion peuvent avoir le statut de paysage, mais chaque type de déplacement engendre une relation spécifique à l'espace (Desportes, 2005)⁸. Par exemple, la marche induit une grande adhérence au lieu (ou possibilité de contact) et l'autoroute une adhérence faible (Amar, 1993; Brès, 2005). Les

-
6. « Le paysage, dans sa luxuriance, inclinerait à une découverte dans la mobilité. Nous aurions à parcourir et à admirer le monde. Les belvédères, le regard élargi (Bernard Lassus) que nous ne récusons pas, seraient encore promesse de promenades, pressentiment d'un ailleurs. Ce n'est pas défendre un coup d'œil rapide, superficiel contre un examen minutieux. Il s'agit plutôt d'un rappel à notre condition d'être sentant, ambulante, essayant ses prises, ébloui et déconcerté par l'altérité des choses. » (Sansot, 2009:50).
 7. Ces changements se font au travers des cycles saisonniers, des changements de luminosité, des déplacements de véhicules, de piétons... C'est par exemple la vie d'une place, avec des gens qui passent, discutent, font une pause, et l'impression qui s'en dégage. Le lieu apparaît alors comme gai ou triste, beau ou laid, et ces émotions sont plus ou moins liées à cette fréquentation perçue comme rassurante ou non. Il y a une implication directe de la cinétique paysagère dans les impressions que dégagent des lieux et donc le fait qu'ils soient plus ou moins appréciés, fréquentés.
 8. « L'appréciation de l'espace ne se construit pas indépendamment des manières de le parcourir. La saisie sensorielle résulte de la vitesse des déplacements, fatigues éprouvées, de la plus ou moins grande disponibilité procurée par les conditions matérielles. On ne perçoit pas le même paysage lorsqu'on circule à pied, en voiture ou en avion » (Corbin, 2001:17).

itinéraires culturels, les routes touristiques permettent ainsi, non seulement de découvrir des paysages, mais aussi de participer (par l'originalité de leur itinéraire et par la manière de les parcourir) à l'évolution du regard porté sur les lieux traversés. Ce regard spécifique, cette dynamique créée par les itinéraires, les conséquences directes sur les territoires traversés et leurs paysages sont aujourd'hui mieux connus (Berti, 2010; Conseil de l'Europe : <http://www.culture-routes.lu>). En se penchant sur la question on s'aperçoit qu'en général derrière la création (ou la rénovation) d'un itinéraire il y a un projet territorial complexe (et un réseau d'acteurs locaux). Ainsi « l'expérience du déplacement devient productrice d'agencements spatiaux » (Chapron et Marin, 2009:7). Par ailleurs, il est possible d'affirmer que « marcher est autant une manière de fabriquer le monde que de l'habiter » (Solnit, 2002:47)⁹. Ce changement de regard peut s'opérer parmi les touristes mais aussi parmi les acteurs et la population (des régions concernées ou au-delà). Il peut influencer la manière d'aménager, d'habiter, de vivre le territoire et ainsi participer à son évolution paysagère. Cela ne concerne pas que les alentours directs des itinéraires.

Une relation privilégiée : paysage et culture

Les pèlerins qui parcouraient les routes européennes, les Anglais et les Allemands qui pratiquaient le fameux Grand Tour ont été sensibles aux espaces traversés. Ils ont souvent, à leur retour, beaucoup influencé le monde de l'art, de l'architecture, des jardins et en conséquence celui des paysages. Ce brassage si important dans la formation de la culture européenne s'impose encore comme un des « instruments de l'action culturelle européenne ». Aussi la convention européenne du paysage (2000) aborde-t-elle clairement l'utilité sociale du paysage : « il constitue un élément essentiel du bien être individuel et collectif ». En somme paysage et culture sont liés par des liens forts, surtout s'il s'agit des paysages de routes touristiques et d'itinéraires culturels.

9. Pourtant « Habiter un lieu, comme l'indique l'étymologie commune des deux mots, c'est s'en faire un habit, avoir appris à porter un lieu comme on porte un vêtement familier, comme l'habit de sainteté que revêtaient autrefois les religieuses. Le verbe "habiter", dans un sens oublié, signifie "posséder". Nous possédons des lieux, non parce que nous en détenons les actes de propriété, mais parce qu'ils sont entrés dans le continuum de nos vies. Nous ne pourrions jamais nous sentir chez nous dans des endroits qui nous paraissent étranges ou inconnus. » (Gruchow, Grass Roots cité par Rick Bass, 2009:9). Afin de se sentir « chez soi » ailleurs il serait donc nécessaire de comprendre les lieux et pour s'en faire un habit il faudrait que ces lieux deviennent familier. Les itinéraires culturels et les routes touristiques ne sont-elles pas des intermédiaires permettant de mieux rentrer en contact avec ces espaces et une possibilité de les habiter? Ne sommes-nous pas simplement à la recherche d'espaces à habiter, même pour quelques instants? Est-ce en réaction aux espaces habités au quotidien ?

Ces derniers jouent aussi un rôle important dans la structuration du territoire et le développement de son identité en matière de mobilité car ils offrent une autre manière de parcourir l'espace. Dans les pays occidentaux les distances parcourues sont plus longues qu'avant, mais les contacts avec les espaces traversés sont souvent fugaces (Kaufmann, 2008 ; Nageleisen, 2011). Les routes touristiques et les itinéraires culturels permettent d'obtenir un équilibre entre mobilité et ancrage particulièrement prisé à l'heure actuelle.

Figure 7.1 – Quelque part en Espagne... Un paysage non stéréotypé visible sur les chemins de Saint-Jacques de Compostelle
(Castille Leon, kilomètre 1358, vue gauche, avant, droite, arrière, année 1999)



Photographies de M. Griselin.

ABORDER LES PAYSAGES PAR L'IMAGE

Trois types de travaux sont mobilisés pour cet article. Ils font partie d'un travail plus large à propos des paysages associés aux déplacements. Les sources, les méthodes de collecte, les traitements sont différents et ne sont donc pas comparables. Cette sélection est liée aux résultats obtenus.

La Via Alpina et les images issues de contributions volontaires

Le premier exemple concerne la Via Alpina (<http://www.via-alpina.org>). Il s'agit de cinq itinéraires de randonnée représentant au total 5000 km et 342 étapes à travers l'arc alpin (8 pays différents).

Elle existe physiquement depuis 2004 mais l'association de plusieurs partenaires publics et privés est constituée depuis l'année 2000. Ces derniers affichent clairement un certain nombre d'objectifs de développement territorial et souhaitent mettre en avant les valeurs de la montagne, l'accessibilité, le développement local et environnemental.

La Via Alpina fut créée dans un contexte touristique favorable puisque, malgré une fréquentation stable des grands itinéraires, la pratique de la marche n'a cessé d'augmenter ces 50 dernières années. Par ailleurs, l'Arc alpin représente 10 % du tourisme mondial (source CIPRA international, 1995).

D'après les études techniques des partenaires de la Via Alpina à l'heure actuelle, le sentier est essentiellement fréquenté en famille (ou seul dans une moindre mesure). Il y a autant d'hommes que de femmes, mais les jeunes sont sous-représentés. Il s'agit d'une clientèle plutôt habituée, voire chevronnée en matière de randonnée et qui en général ne passe pas par des professionnels pour préparer ou encadrer son voyage. D'après une enquête réalisée en 2007 (évaluation Via Alpina), les pratiquants souhaitent essentiellement des sentiers de qualité et bien balisés, dont la longueur est adaptée à leurs besoins et offrant de la variété. Pour 90 % des personnes interrogées, les deux points les plus importants sont l'accueil (confort des logements) et les paysages. Toujours d'après cette enquête, les utilisateurs s'approprient les valeurs véhiculées par les organisateurs, telles que la sensibilisation au patrimoine naturel et culturel; mais les échanges inter-culturels et l'idée d'une identité alpine les intéressent encore peu. Beaucoup d'utilisateurs de la Via Alpina ne font que des portions de cette dernière, portions qu'ils peuvent éventuellement compléter les années suivantes¹⁰.

Pour mieux connaître les paysages de la Via Alpina, nous proposons d'étudier le corpus d'images du site Internet de l'association. Ces images peuvent provenir d'utilisateurs *lambda*, mais suivent des recommandations issues d'études préalables à la réalisation des itinéraires. Le corpus se compose en 2012 de 838 images qui seront analysées en effectuant essentiellement de simples tris.

10. Il semblerait que l'idée d'un sentier aux dimensions inhabituelles soit importante, mais que dans la pratique les utilisateurs ne puissent pas, voire ne souhaitent pas forcément réaliser l'ensemble du tracé. Cette situation est très bien décrite par Bill Bryson dans son livre « Promenons-nous dans les bois » 1997 (2012 pour la version française Edition Payot) : Au départ il souhaite faire un retour à la nature en parcourant le fameux Appalachian Trail long de 3500 kilomètres, de la Georgie au Maine mais se libère petit à petit du principe de « thru hiker » qui consiste à parcourir l'ensemble de l'itinéraire en une seule fois.

Les images support de communication pour la route des vins d'Alsace

Le deuxième exemple, très différent, concerne la route des vins. Cette dernière s'étend sur 170 kilomètres du nord au sud entre les communes alsaciennes de Marlenheim et de Thann. La route est simple. Elle suit un axe naturel, à travers les collines du vignoble, au pied des Vosges et le long de la plaine d'Alsace. Elle se divise en quatre tronçons afin de favoriser les petits séjours. La route des vins d'Alsace est l'une des plus anciennes de France. En dehors de celui lié au vin, son succès¹¹ est certainement dû à la combinaison de paysages très identifiables, d'un tracé simple et évident complété par un réseau de cheminements secondaires¹², et à la position stratégique de l'Alsace pour une clientèle du nord en transit sur les routes des vacances.

Le corpus est constitué par une simple recherche Internet avec les mots clefs : « route des vins d'Alsace » dans Google en français mais aussi en anglais et en allemand. Toutes les images¹³ des dix premières pages en français, en anglais et en allemand sont récupérées. Une cinquantaine de sites différents, dont 10 principaux, sont ainsi recensés. Les sites personnels tels que les blogs sont signalés afin de les distinguer facilement des sites plus officiels. Cela représente au total 631 photographies dont 218 issues de sites allemands et 301 de sites anglais. Leur traitement est plus complexe que pour le premier corpus et se fait à partir d'une grille d'analyse. La grille de lecture des images tente d'en cerner à la fois le cadre (la saison, la météo, les couleurs dominantes...), l'ambiance et le contenu à travers l'analyse des éléments abiotiques (relief et eau), biotiques (végétation) et anthropiques (habitat, personnages, activités...). Les résultats sont enregistrés et traités dans un logiciel de traitement d'enquête.

11. « Depuis 50 ans, elle contribue à la célébrité des vins d'Alsace. Connue dans le monde entier pour son itinéraire d'exception et la simplicité de son parcours, elle facilite grandement la découverte de la région et de ses vignerons. Un parcours enchanteur fait alterner dessins ondulants des vignes, villages fleuris aux ruelles étroites et maisons inimitables serrées autour de leur clocher. » (<http://www.vinsalsace.com>, 2012).

12. « Les visiteurs peuvent s'aventurer au cœur du vignoble jusqu'au sommet des coteaux par de nombreux sentiers viticoles fléchés qui invitent à découvrir le travail de la vigne et la diversité des cépages. Ils sont accueillis dans des winstubs et des caves de dégustation qui célèbrent à tout instant l'amour du vin. » (<http://www.vinsalsace.com>, 2012).

13. Seuls les gros plans sur un objet particulier, les intérieurs de chambre à louer (très nombreuses et sans véritable informations spécifiques) ne sont pas sélectionnés.

L'échantillonnage systématique au long des chemins de Saint-Jacques de Compostelle

Le troisième corpus étudié est constitué de 3776 photographies prises le long des 2100 km de l'itinéraire le plus fréquenté de Saint-Jacques de Compostelle¹⁴. Ces images prises systématiquement (avec un pas de temps de 30 minutes¹⁵) permettent d'avoir un échantillonnage objectif des paysages traversés. Chaque point échantillonné (échantillonnage spatial, 944 points) fait l'objet de plusieurs prises de vues (échantillonnage angulaire) : une photographie dans l'axe de la marche, deux sur les côtés, une derrière. Ces images sont ensuite renseignées dans une grille à la fois objective et évolutive. On y retranscrit précisément la présence/absence de certains objets, ainsi que leur surface dans l'image, leur apparence. On y relève l'organisation scénographique du paysage (organisation des plans, calcul des distances, regroupements possibles...). Une telle grille est adaptée pour favoriser la compréhension de phénomènes liés au paysage visible¹⁶. Pour cet article, seuls quelques champs seront utilisés.

RÉSULTATS

Il ne s'agit pas ici de faire un compte-rendu précis de l'ensemble des résultats obtenus en montrant les statistiques et les graphiques réalisés, mais de présenter pour chaque exemple les constats les plus marquants.

14. Ce parcours relie la Franche-Comté à Saint-Jacques de Compostelle en passant par Cluny, Le Puy-Roncevaux par le GR 65 et en Espagne par le Camino Frances et sa prolongation jusqu'au cap finistère. Ces photographies ont été prises entre juillet et novembre 1999 par Madeleine Griselin. Elles ont déjà fait l'objet de plusieurs articles (voir, Griselin-Nageleisen, 2003 et 2004; Griselin-Nageleisen-Ormaux, 2005 et 2008; Nageleisen, 2012). Par ailleurs, Saint-Jacques de Compostelle est le premier itinéraire culturel européen et il est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. Sa fréquentation ne cesse de croître. D'après les statistiques du bureau officiel des pèlerins de Saint-Jacques de Compostelle [en ligne], il y a eu 1 500 pèlerins piétons en 1985, 75 000 en 2003, 180 000 en 2011, avec des pics de fréquentation les années saintes : 200 000 en 1994 et 2004, 272 000 en 2010. Sans prendre en compte les années saintes on peut remarquer une augmentation régulière de 7 à 10 % par an.

15. Ce qui représente environ deux kilomètres.

16. Pour construire une typologie paysagère fine ou quantifier précisément la présence/absence et l'impact d'objets dans le champ visuel. Il ne s'agissait pas d'appréhender le « paysage perçu » où dans ce cas l'utilisation directe des photographies comme support d'échanges avec la population et les acteurs locaux se révèle plus adaptée.

Les itinéraires culturels comme un fil conducteur pour mieux appréhender les paysages : le cas de la Via Alpina et le besoin d'une meilleure représentativité spatiale

L'objectif de la banque d'images étudiée n'est pas encore d'atteindre une certaine représentativité spatiale¹⁷, mais s'appuie dans un premier temps sur le partage des plus beaux clichés disponibles gratuitement. Il ne s'agit donc pas d'obtenir un fil conducteur photographique. Ainsi plusieurs constats émergent de l'étude de cet exemple : une sous-valorisation de certains secteurs et objets, une différence avec le discours et les objectifs affichés par les organisateurs, l'inexistence ou presque des indices temporels. Cette situation confirme celle de la plupart des banques d'images liées aux itinéraires touristiques et routes culturelles.

Dès la fin de la collecte des photographies, nous constatons qu'elles n'ont pas d'homogénéité spatiale : certains secteurs sont très photographiés tandis que d'autres sont presque oubliés. L'Autriche est ainsi très largement surreprésentée, au contraire de la France et surtout de la Suisse. Des comptages plus précis permettent de faire le même constat à multiples échelles ou à propos de divers objets. Nous repérons ainsi une survalorisation des paysages très ouverts (panoramique, vue lointaine) : sur les 838 photographies, 614 représentent des paysages très ouverts alors que de nombreux et longs passages sont en forêt, en fond de vallées ou dans des pierriers ne laissant la vue porter qu'à quelques dizaines de mètres. Souvent dans ce type de corpus certains « hauts lieux » sont fortement surreprésentés. Étrangement ici, de nombreux points importants ne sont pas photographiés. L'exemple le plus interpellant concerne sans doute les sommets. Ici, 117 photographies ont comme sujet principal des sommets, mais les plus connus des touristes (le Mont-Blanc, le Cervin et le trio Eiger Monch Jungfrau) ne sont quasiment pas présents : une seule exception, un cliché du Mont-Blanc depuis Chamonix.

Parfois le manque de représentativité spatiale provoque même des contradictions avec les objectifs officiels du projet. Ainsi la faune (seulement 22 clichés avec des animaux, dont 6 avec des animaux sauvages), la flore, les produits du terroir, le folklore, l'agriculture et les habitants des régions traversées sont quasiment délaissés. Bien qu'il soit évident qu'un animal sauvage ou qu'une fête très ponctuelle sont plus difficiles à photographier qu'un village, un chalet, ou une église¹⁸, ce constat paraît étonnant lorsque l'on repense à certains objectifs de la Via Alpina comme la prise en compte de l'écologie et la mise en avant de la culture alpine. Toutefois et c'est peu habituel, de nombreuses photographies

17. Qui permettrait au futur Via Alpiniste d'avoir un regard relativement complet sur les lieux qu'il souhaite traverser.

18. Les villages et l'architecture sont fortement valorisés (en particulier les chalets et les églises).

permettent de visualiser clairement le chemin dans son contexte paysager ainsi que la signalétique spécifique de la Via Alpina. Ces photographies permettent à celui qui prépare son voyage de se faire une meilleure idée de ce qui l'attend et donc, pour les acteurs de la Via Alpina d'être en cohérence avec la volonté de rendre accessibles ces itinéraires.

La temporalité est quasi inexistante. Qu'il s'agisse de temps longs, de temps ronds¹⁹ ou de moments fugaces, les photographies de ce corpus ne prennent pas encore en compte la complexité et la richesse de la dimension temporelle paysagère. Ainsi les paysages « intemporels » sont très dominants. L'été par beau temps est classiquement très représenté, suggérant que c'est la bonne saison pour parcourir les itinéraires proposés. Aspect sans doute plus problématique, les éléments d'architecture actuels, les bâtiments ordinaires, les commerces, les routes, les parkings, les lignes électriques et autres pylônes même en arrière-plan ne figurent que très rarement sur les clichés.

Un échantillonnage photographique plus équilibré, plus représentatif améliorerait sans doute très nettement la lisibilité des cinq itinéraires proposés par la Via Alpina. Il permettrait aussi à ces itinéraires culturels de jouer pleinement leur rôle de fil conducteur, de liant entre les divers paysages traversés. Fortement induits par l'origine des photographies, dont l'alimentation sur le site Internet est basée sur la participation, ces trois constats varieront et s'atténueront certainement grâce à l'augmentation de la base de données²⁰. Il s'agit de « défauts » de jeunesse et les actions menées par des passionnés montrent déjà tout l'intérêt d'une prise en compte plus complète de l'offre paysagère liée à de tels itinéraires. Pendant l'été 2012, certains randonneurs sont partis faire des photographies systématiques, d'autres de la cartographie collaborative. Ces travaux sont d'autant plus essentiels que le site Internet s'inscrit dans la mouvance actuelle du Web 2.0 et que les utilisateurs peuvent alimenter ce dernier avec des descriptions, des conseils, des commentaires. Le site permet ainsi de créer son topoguide personnalisé avec des informations actualisées. Il sert à la préparation de la randonnée et dans ce cadre pourrait, à travers les photographies paysagères, offrir une plus grande représentativité spatiale et temporelle des lieux. Pour cela, les pistes sont nombreuses : les photographies systématiques le long du parcours, le géoréférencement précis de l'ensemble des photographies, la datation des clichés, la mise en place éventuelle de webcams dans des points stratégiques, la représentation des thèmes les moins abordés (fêtes, habitants, animaux, paysages ordinaires, voire points négatifs). Au final, ces trois constats et les réponses apportées pourraient participer à une meilleure lisibilité paysagère de la Via Alpina.

19. Les saisons par exemple.

20. Par leur pratique les utilisateurs de routes touristiques et d'itinéraires culturels multiplient les points d'observation et construisent un rapport à l'espace plus complet où il semble logique de multiplier les clichés.

Utiliser conjointement les images et la cartographie. L'exemple de la route des vins d'Alsace et de ses stéréotypes paysagers

Lorsqu'une personne souhaite parcourir la route des vins d'Alsace, une série de canons paysagers lui viennent certainement en tête. Ces images fortes des hauts lieux alsaciens combinées à un parcours simple permettraient de savoir à quoi s'attendre. Les sites Internet, en présentant les stéréotypes paysagers alsaciens, ne font que renforcer ce phénomène.

Ainsi, les éléments généraux d'occupation du sol les plus représentés sont le bâti (34 % des photographies), le vignoble (27 % des photographies), puis la forêt (19 % des photographies). Les éléments ponctuels les plus fréquents sont les clochers puis les routes, les maisons à colombage et les fleurs cultivées. Au final, la plupart des images offrent à voir un clocher, un ensemble de maisons colorées à colombage dans un écrin de verdure composé de vignes puis de forêts recouvrant des reliefs marqués mais doux.

La nature « sauvage » n'est pas mise en avant. Les résultats d'une analyse factorielle des correspondances sur l'ensemble des données montrent une opposition entre cette nature « sauvage » et la nature cultivée systématiquement accompagnée d'éléments patrimoniaux. Une impression de lieu habité, très travaillé et ancestral se dégage (comme pour le premier corpus, il n'y a que très peu d'indices temporels). La relation homme/espace est un élément intéressant très visible sur cet exemple. Les paysages de vignes, très appréciés, attirent les touristes qui à leur tour conduisent à la nécessité d'une grande qualité paysagère. Ce cercle vertueux peut être envisagé comme l'un des moyens pour faire face à la baisse de la consommation d'alcool. Le paysage prend en quelque sorte le relais, avec l'idée que sa compréhension permettrait de mieux différencier, mieux apprécier les vins. Certaines régions souhaitent ainsi améliorer leurs atouts paysagers et favoriser la compréhension des lieux pour mettre en avant des vins de qualité.

Les clichés paysagers peuvent varier légèrement en fonction de leur destinataire : il est par exemple flagrant que les sites allemands montrent beaucoup plus d'ambiances champêtres, de touristes (en groupe généralement) et... de vélos! Par ailleurs, il existe une grande différence entre les images véhiculées par les sites Internet et les ouvrages spécialisés sur l'œnotourisme. Par exemple, l'image souvent mise en avant dans les ouvrages de jeunes dégustant du vin d'Alsace n'apparaît pas une seule fois sur les sites internet; d'autre part, les intérieurs de caves et les vigneronns sont rarement montrés.

En dehors des éléments contemporains et des lieux ordinaires qui sont, comme dans la plupart des cas, évités (voitures, fils électriques, maisons récentes, parking...), il est tout de même possible d'affirmer que les photographies sont

généralement prises de manière à être proches de l'expérience qui sera vécue (saison touristique, groupes de personnes, etc.). Le cadrage des photographies se rapproche souvent de la vision réelle, sous forme de plan moyen mais aussi de plan serré, afin de favoriser sans doute une impression d'intimité. Les effets de contre-plongée ou de plongée sont rarissimes. Les images donnent ainsi l'impression de découvrir les lieux comme l'on pourra les voir réellement, mais sont fortement sélectionnées et ne correspondent pas à l'ensemble de ce qui sera visible.

En somme, les images véhiculées renforcent les stéréotypes²¹ tout en tentant une correspondance avec ce que le touriste pourra vivre prochainement. Toutefois, ces photographies manquent d'éléments d'apports qui pourraient les faire correspondre vraiment à la future excursion : des gens, des lieux de la vie quotidienne par exemple. Ces images semblent seulement sélectionnées pour donner envie de se rendre sur place. Mais elles transmettent des paysages en quelque sorte lissés, elles évacuent des aspects paysagers essentiels qui, pourtant, aideraient celui qui les observerait à mieux se déplacer. Cette situation est d'autant plus frappante qu'elle concerne des itinéraires, donc des déplacements et certainement des rencontres. Comme l'indique Jean-Marc Besse (2004:7) à propos de l'hodologie²², « Un des effets importants de cette conception de l'espace est, au bout du compte, l'affirmation de la pluralité des "milieux", des "mondes", c'est-à-dire aussi des "espaces" dans lesquels se déploie l'existence ».

Malgré l'omniprésence des stéréotypes paysagers pouvant conduire à la sur-représentation de certains lieux, l'analyse du corpus permet d'affirmer que la route des vins est bien représentée dans son ensemble. Chaque village-étape a ses photographies et peu de clichés sont pris en dehors de l'itinéraire (seule Strasbourg²³ est régulièrement représentée). Mais pour une personne découvrant la région, la plupart du temps, ces villages ne sont pas identifiables.

Parallèlement, en parcourant les sites Internet dédiés à la route des vins nous faisons le constat que la cartographie est très peu utilisée. Cette observation est certainement liée au fait que la route d'Alsace a un tracé particulièrement simple et que de nombreux touristes la parcourent en voyage organisé. L'utilisation d'une cartographie facilement lisible offrirait certainement par un jeu d'allers et retours avec les photographies (localisées et datées) de mieux se rendre compte des futurs espaces traversés et en faciliterait la promotion. Elle permettrait aussi de montrer plus facilement le paysage existant (y compris ordinaire).

21. À ce propos, voir Tabeaud et Browaeyns, 2007.

22. L'espace hodologique correspond à une spatialité vécue construite par le cheminement. Voir à ce propos « Les carnets du paysage » n° 11, 2004 ENSP Ates Sud.

23. Qui ne se situe pas sur la route des vins, mais qui fait très souvent partie des itinéraires proposés par les opérateurs touristiques.

Pour appréhender l'espace, le géographe peut prendre deux grandes postures. Il les utilise souvent conjointement car elles sont très complémentaires : la vision projectionnelle, ou la vision tangentielle, donc une « vue du dessus » cartographique ou une « vue du dedans » paysagère²⁴. « Une grande partie de la complexité de l'appréhension spatiale paysagère par le géographe se situe sur ce point : naviguer entre les deux approches et utiliser les intérêts de chacune » (Nageleisen, 2011:35)²⁵. De manière plus générale, la population pourrait utiliser la même méthode. L'utilisation conjointe de la cartographie et des images paysagères enrichit considérablement la connaissance des lieux. Cela correspond au souhait d'une découverte différente des lieux (notamment plus renseignée) de la part des utilisateurs de routes touristiques et d'itinéraires culturels.

Les itinéraires culturels transcendent les espaces traversés. L'exemple des paysages ordinaires d'un chemin de Saint-Jacques extraordinaire

Ce qui frappe le plus à la lecture des analyses de ces images c'est d'une part l'importance des lieux ordinaires et d'autre part la spécificité du cheminement.

Ce que l'on sait de Saint-Jacques correspond parfois à des idées reçues. En parcourant un de ces itinéraires mythiques, le randonneur n'aura pas souvent des paysages grandioses sous les yeux, il ne verra presque pas d'eau, il ne sera finalement pas souvent sur des chemins. Par contre, il longera régulièrement des routes, il traversera parfois une végétation dense, des champs de maïs. Il parcourra des zones péri-urbaines sans fin. En somme, le pèlerin traversera des lieux parfois très ordinaires. Pourtant les itinéraires de Saint-Jacques font l'objet d'un incontestable succès. Ce qui apparaît être le plus important sur ce type d'itinéraire c'est le rythme induit par le déplacement. « Même si mes pas devenaient plus lents, je marchais en vertu d'un rythme qui me donnait encore le sentiment d'être en accointance avec des petites villes, avec les coteaux » (Sansot, 2009:51).

24. L'un des grands intérêts de la vue du dessus réside dans la possibilité de balayer l'espace de manière homogène (ubiquité). Elle permet aussi, par l'utilisation de la sémiologie graphique et du choix des ensembles représentés, d'obtenir un document de travail synthétique et réputé objectif. Tandis que la vue du dedans, autrefois si utilisée, demande sans doute une connaissance plus vaste : l'esprit doit déduire, mettre en relation avec la connaissance préalable du lieu et synthétiser.

25. « L'expérience nous prouve [...] que les deux dimensions du terrain et de la carte sont susceptibles de s'enrichir » « Tantôt la carte comportait un certain nombre de noms et j'étais étonné que le chemin fût si court. Tantôt parce que je pédalais sur un vélo grincheux et parce que je n'avais plus ma forme d'autrefois, je m'étonnais qu'il fallût à la force de mes mollets grimper et dégringoler ces quelques centimètres. » (Sansot, 2009:47).

La lenteur et la régularité permettent au voyageur d'être dans un cheminement différent de celui qu'offre la vie quotidienne (Nageleisen, 2012:4). Les paysages défilent au rythme de la marche. Les lieux se divisent en séquences, et sous-séquences très nettes, et offrent un spectacle sans cesse renouvelé permettant d'accepter la traversée des lieux les plus ordinaires. Les paysages « venaient rythmer notre marche, assez reconnaissables pour me rappeler que je n'avais pas quitté cette région, assez différents pour me persuader que je ne piétinais pas » (Sansot, 2009:51). Saint-Jacques se caractérise vraiment par une manière lente de traverser l'espace lui donnant ainsi une certaine profondeur. La relation à l'espace est modifiée, la latéralité est essentielle. Les bas-côtés redeviennent importants²⁶, les haltes y sont les bienvenues²⁷, l'instant présent peut être pleinement vécu. Grâce à leur déplacement les pèlerins mettent en place un continuum paysager qui leur fait encore plus apprécier les lieux. Ainsi les combinaisons paysagères induites par les déplacements, observables grâce à des graphiques issues de l'analyse des photographies (Griselin et Nageleisen, 2003), changent le regard possible sur l'espace et semblent bien plus importantes que les occurrences des types paysagers (Nageleisen, 2012:6).

UNE APPROCHE DU PAYSAGE PLUS GÉOGRAPHIQUE

L'étude systématique des trois corpus d'images partait d'un constat : en suivant un itinéraire culturel, une route touristique, l'utilisateur est hors de l'espace/temps habituel²⁸. Son déplacement se fait de manière plus renseignée et souvent plus lente. Cela introduit un nouveau rapport au paysage plus proche de l'utilisateur, plus compréhensible, plus ouvert. L'étude permet d'identifier plus précisément quelques éléments faisant écho avec ce constat.

Cet article fut l'occasion de mettre en avant trois types d'images paysagères (corpus d'images basés sur la participation, sélectionnés dans un but de communication, réalisés de manière systématique). Ces images, très différentes, pourraient être utilisées plus souvent de manière conjointe afin d'enrichir l'information liée aux routes touristiques et aux itinéraires culturels. Ici, chaque type fut abordé avec une méthode différente plus ou moins complexe, du simple tri à l'analyse par grille avec des outils spécifiques d'analyse statistiques.

26. « L'amour des chemins se reconnaît à l'affection que nous portons aux bas-côtés. » (Sansot, 1996:1)

27. Il faut « multiplier les opportunités de halte et d'accès de manière à limiter les trajets-tuyaux : c'est une nouvelle piste pour une "écologie du mouvement" (Amar, 1993:77), "Optimiser le déplacement, c'est aussi multiplier les opportunités de halte" (Brès, 2005).

28. Inspiré de la définition du tourisme de l'équipe MIT, 2002.

Ces exemples ne sont pas comparables, mais, tous trois confirment des points d'observations convergents²⁹.

Tout d'abord, les itinéraires culturels et les routes touristiques jouent un rôle important de fil conducteur à travers les paysages souvent riches et complexes. Aussi, les images paysagères peuvent aider à mieux se rendre compte des lieux. Il est alors intéressant d'accompagner de manière plus systématique les photographies de diverses caractéristiques comme la localisation et la date³⁰, mais aussi d'améliorer leur représentativité spatiale.

Ensuite, les itinéraires culturels et les routes touristiques font souvent l'objet de communications survalorisant des stéréotypes paysagers. Parallèlement les parcours se ramifient et se complexifient (Berthelot et Corneloup, 2008:133; Berthelot, 2012:307:309; voir également Lignon-Darmaillac, dans ce recueil). Dans ce contexte, il semble opportun de favoriser les échanges d'informations issues des images paysagères et de la cartographie. La route des vins d'Alsace, qui est pourtant un exemple de simplicité, propose désormais de nouveaux chemins; Saint-Jacques s'étend fortement et de manière complexe vers l'Est; la Via Alpina propose cinq itinéraires alors qu'elle est encore particulièrement méconnue. Existe-il réellement un besoin allant dans ce sens pour ces grands itinéraires? Les organisateurs ne s'inspirent-ils pas un peu trop de notre vie quotidienne où connexité et multipolarité sont essentielles? Ne perdent-ils pas ainsi l'essence même des itinéraires existants³¹?

Pour finir, les itinéraires et le déroulement des paysages induit par les déplacements ont une forte capacité à transcender les parcours. Ainsi, des lieux ordinaires peuvent être traversés pourvu que le rythme de défilement paysager soit adapté. En étudiant ces parcours on découvre que la véritable offre de paysage n'est pas liée à un espace aréolaire, isotrope et statique mais qu'elle se déploie le plus souvent dans la pratique du déplacement, de l'itinérance (Griselin, Nageleisen et Ormaux, 2008).

29. Il serait intéressant de choisir une méthode d'analyse et de l'appliquer aux trois types d'images sur un seul itinéraire. On pourrait ainsi analyser les différences entre le paysage visible, les représentations véhiculées par des acteurs locaux et celles des contributeurs volontaires. Dès lors il serait possible de mettre en évidence certains effets de sur-représentation ou de sous-représentation afin de repérer les forces et lacunes d'un itinéraire.

30. La localisation devrait se faire en indiquant à la fois le toponyme et le géoréférencement exact, ces informations accompagnées de la date, en se généralisant ouvrent des possibilités de développement considérables, notamment sur Internet.

31. À ce propos : consulter Berthelot et Corneloup (2008).

Ces images de paysages issues de routes touristiques et d'itinéraires culturels nous enseignent tout simplement l'importance de la géographie malgré le puissant héritage historique, l'omniprésence du patrimoine et les besoins en communication.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAM, Jean-Michel. et BONHOMME, Marc (2012) *L'argumentation publicitaire*. Paris, Armand Colin.
- AMAR, Georges (1993) Pour une écologie des transports. Paris, *Annales de la recherche urbaine*, Mobilités, n° 59-60.
- APPLEYARD, Donald *et al.* (1964) *The view from the road*. Cambridge, MIT Press.
- ATOOUT FRANCE (2010) *Tourisme et vin : Les clientèles françaises et internationales, les concurrents de la France. Comment rester compétitif?* Paris, Atout France.
- BASS, Rick (2011) *Le journal des cinq saisons*. Paris, Christian Bourgeois, Col. LITT. ETR.
- BERQUE, Augustin (2000) *Médiance de milieux en paysages*. Paris Reclus Belin, Col. Géographiques.
- BERTHELOT, Libéra et CORNELOUP Jean (sous la direction de) (2008) *Itinérance, du Tour aux détours, Figure contemporaine des pratiques récréatives de nature*. L'Argentière-La Bessée, Éditions du Fournel.
- BERTHELOT, Libéra (2012) *Vers un après-tourisme? La figure de l'itinérance récréative pour repenser le tourisme de montagne. Etudes des pratiques et de l'expérience de l'association Grande Traversée des Alpes*. Thèse de géographie, Université de Grenoble.
- BERTI, Eleonora (2010) *Itinerari culturali del Consiglio d'Europa tra ricerca di Identità e Progetto di Paesaggio*. Doctorat de recherche en projet de paysage. Département d'Urbanisme et de Planification du Territoire. Université de Florence. Faculté d'Architecture.
- BESSE, Jean-Marc (2004) *Quatre notes conjointes sur l'introduction de l'hodologie dans la pensée contemporaine*. [En ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00113334/document>
- BESSE, Jean-Marc (2009) *Le Goût du monde, exercices de paysage*. Arles, Actes Sud/ENSP.
- BRÈS, Antoine (2005) *Inscription territoriale des mobilités et riveraineté de voies. Faire halte aujourd'hui*. Thèse d'urbanisme et d'aménagement, Paris, I Panthéon-Sorbonne.
- BRUNET, Roger *et al.* (1998) *Les mots de la géographie dictionnaire critique*. Paris, Belin Reclus, La Documentation Française.

- CAUQUELIN, Anne (2002) *Le site et le paysage*. Paris, PUF.
- CHAPRON, Emmanuelle et MARIN Brigitte (2009) Voyages et construction du territoire, XVII^e-XIX^e siècle. *Rives méditerranéennes*, 34 | 2009. [En ligne] <http://rives.revues.org/3787>
- CORBIN, Alain (2001) *L'homme dans le paysage, entretien avec J. Lebrun*. Paris, Textuel.
- DESPORTES, Marc (2005) *Les paysages en mouvement*. Paris, Gallimard, Bibliothèque illustrée des histoires.
- DONADIEU, Pierre et PERIGORD, Michel (2007) *Clés pour le paysage*. Paris, Ophrys, Col. Géophrys.
- DI-MÉO, Guy (1998) *Géographie sociale et territoires, pour mieux cerner les enjeux territoriaux contemporains : de la ville et du pays rural au monde, des états-nations aux identités ethniques et régionales*. Paris, Nathan, Col. Université.
- GAY, Jean-Christophe (1993), Vitesse et regard. *Géographie & Cultures*, n° 8, p. 33-50. [En ligne] http://www.mgm.fr/ARECLUS/page_auteurs/Gay13.html
- GRIFFOND-BOITIER, Anne *et al.*, (2003) Paysages au fil de l'eau : un patrimoine conducteur pour le développement touristique de la vallée de l'Ognon (Franche-Comté). Poster, Festival international de Géographie, Saint-Dié-des-Vosges.
- GRIFFOND-BOITIER, Anne (2007) L'image des villes à travers la communication touristique. Besançon, *Images de Franche-Comté*. 36 : 20-24.
- GRISELIN, Madeleine *et al.* (2008) Entre le paysage-existence et le paysage-expérience, le paysage – itinérance. *Nouveaux actes sémiotiques*. [En ligne] <http://epublications.unilim.fr/revues/as/3441>.
- GRISELIN Madeleine *et al.* (2005) *Chemins contemporains de Compostelle : Paysages culturels ou culte de paysages ordinaires?* 10th International Seminar of Forum UNESCO, Newcastle, United Kingdom.
- GRISELIN, Madeleine et NAGELEISEN, Sébastien (2004) *Paysage et itinéraire, quelques pistes méthodologiques*. Actes du colloque L'évaluation des paysages, une utopie nécessaire? CNRS/Université de Montpellier : 261-271.
- GRISELIN, Madeleine et NAGELEISEN, Sébastien (2003) Quantifier le paysage au long d'un itinéraire à partir d'un échantillonnage photographique au sol. *Cybergéogé*. [En ligne] <http://cybergeog.revues.org/3684>
- KAUFMANN, Vincent (2008) *Les paradoxes de la mobilité – Bouger, s'enraciner*. Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne.
- LIGNON-DARMAILLAC, Sophie (2009) *L'œnotourisme en France, Nouvelle valorisation des vignobles, Analyse et bilan*. Bordeaux, Féret.
- LYARD, Jean-Pierre (2008) *La grande traversée des Alpes : une itinérance à cinq temps? Itinérance, du Tour aux détours. L'Argentière-La Bessée*, Éditions du Fournel, pp.127-135.

- KNAFOU, Rémy *et al.* 1997 : Une approche géographique du tourisme. Paris, Belin, *L'Espace Géographique*, vol 26, n° 3, p. 193-204.
- ÉQUIPE MIT (sous la direction de Rémy KNAFOU) (2002) *Tourismes 1, lieux communs*. Paris, Belin Mappemonde.
- NAGELEISEN, Sébastien (2011) *Paysages et déplacements*. Besançon, Collection Thésis, Presses universitaire de Franche-Comté.
- NAGELEISEN, Sébastien (2014) Traverser les paysages : le plateau de l'Aubrac sur les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle. Lausanne, *Revue Espace-Temps*. [En ligne] <http://www.espacetemps.net/en/articles/traverser-les-paysages-le-plateau-de-laubrac-sur-les-chemins-de-saint-jacques-de-compostelle/>
- OLLIVRO, Jean (2000) *L'homme à toutes vitesses, de la lenteur homogène à la rapidité différenciée*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- SANSOT, Pierre (1996) Chantons les bas-côtés. Paris, *Cahiers de médiologie* n° 2. [En ligne] http://mediologie.org/cahiers-de-mediologie/02_route/sansot.pdf
- SANSOT, Pierre (2009) *Variations paysagères*. Paris, Petite Bibliothèque Payot.
- SOLNIT, Rebecca (2002) *L'art de marcher*. Arles, Actes Sud.
- TABEAUD, Martine et BROWAEYS, Xavier (2007) L'imagerie stéréotypée des brochures des offices de tourisme. Paris, *Espaces*, 247 (Mars).
- VIRILIO, Paul (1991) Dromologie logique de la course. *Multitudes, revue politique artistique philosophique*. [En ligne] <http://www.multitudes.net/Dromologie-logique-de-la-course/>
- VIAALPINA (2007) *Rapport d'évaluation International*. [En ligne] http://www.via-alpina.org/uploads/documents/ViaAlpina_Evaluation_RapportInternational2007_fr-1.pdf

CHAPITRE 8

Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe : mémoire commune, mémoires croisées

Eleonora Berti

Institut Européen des Itinéraires culturels – European Institute of Cultural Routes

LE PROGRAMME DES ITINÉRAIRES CULTURELS DU CONSEIL DE L'EUROPE

Au cours des dernières années, la notion de « bien culturel » a évolué, en passant de l'objet particulier ou du monument à protéger et valoriser, au contexte culturel et territorial auquel il est nécessaire de le relier, pour pouvoir le comprendre. Cette opération de contextualisation est avant tout une opération intellectuelle, essentielle pour comprendre la signification, l'histoire et la valeur que prend un bien dans une culture et dans une société particulières et cette opération a conduit à élargir la définition de « bien culturel » de la catégorie « matérielle » à la catégorie « immatérielle », pour comprendre que les monuments et les traditions, les beaux-arts et les arts populaires, les produits typiques et les paysages constituent, ensemble, les nombreux langages d'une même communauté.

Cette nouvelle vision du patrimoine culturel a fait que de nouvelles typologies de biens ont trouvé une place et une raison d'être, comme dans le cas du patrimoine industriel et technologique. Les contenus reconnus du patrimoine sont plus larges et inclusifs, des lectures diachroniques et plus complexes sont consenties et permettent de mieux comprendre les origines et les développements d'une culture.

Dans ce nouveau cadre de lecture patrimoniale, un concept nouveau et essentiel de bien culturel élargi et complexe, qui rejoint l'échelle territoriale, trouve ainsi sa place : l'itinéraire culturel.

Le programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe est né au cours des années 1984-1987, alors qu'en Europe se fait jour la nécessité de réfléchir aux fondements d'une identité et d'une citoyenneté commune. Il s'agit de l'idée de promouvoir la redécouverte par les Européens de leurs racines à travers la pratique d'un tourisme culturel exercée pendant leur temps libre, dans une « Europe » qui avait tendance à être considérée par les Européens eux-mêmes comme le symbole d'un outil technocratique plutôt qu'un lieu géographique; un marché commun fonctionnel à l'économie d'échelle globale plutôt qu'un lieu dans lequel les racines individuelles et les racines communes puisent leurs sources.

Les itinéraires transfrontaliers le long desquels les relations artistiques, culturelles, commerciales, politiques entre les différents pays européens se sont développées, ont été considérés par le Conseil de l'Europe comme les outils privilégiés d'une action culturelle et d'échange d'idées et de savoirs qui pouvaient permettre de dépasser les barrières culturelles et politiques qui avaient marqué l'Europe pendant et après les grands conflits du XX^e siècle.

En même temps, les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ont été et sont toujours considérés comme des outils pour le développement d'un tourisme culturel, durable et éthique qui doit être respectueux des territoires traversés et qui peut aider à lire de manière concrète les valeurs culturelles et éthiques qui fondent l'Europe : droits de l'homme, société de droit, démocratie culturelle, diversité et identité culturelle européenne, dialogue, échange et enrichissement mutuel au-delà des frontières et des siècles.

C'est en 1987 que le programme a été lancé, avec la déclaration de Saint-Jacques-de-Compostelle, signée le 23 octobre à Santiago de Compostela, et au cours de la même année les deux premiers itinéraires ont reçu leur certification : d'un côté les Chemins vers Saint-Jacques-de-Compostelle, correspondant au réseau de chemins, ayant de fortes valeurs symboliques dans le processus de la construction européenne, parcouru chaque année par des dizaines de milliers de pèlerins se dirigeant vers Compostelle. De l'autre côté, l'itinéraire Architecture sans frontières, qui a choisi comme thématique l'architecture rurale vernaculaire transfrontalière, en particulier dans les territoires du Grand-Duché du Luxembourg, de Belgique, d'Allemagne et de France, et qui a été créé à l'occasion de la Campagne Européenne du monde rural.

L'Institut Européen des Itinéraires culturels a été fondé entre 1995 et 1997 grâce à un accord politique bilatéral entre le Conseil de l'Europe et le Grand-Duché du Luxembourg. Il a son siège dans la capitale du Grand-Duché et a reçu la mission du Conseil de l'Europe de suivre et développer le Programme des Itinéraires culturels.

En 2010 une nouvelle résolution, (2010:52), a été adoptée et un Accord partiel élargi sur les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe a été créé.

La Résolution (2010:53) définit un Itinéraire culturel comme

a cultural, educational heritage and tourism co-operation project aiming at the development and promotion of an itinerary or a series of itineraries based on a historic route, a cultural concept, figure or phenomenon with a transnational importance and significance for the understanding and respect of common European values.

Après 25 années d'existence du programme, les Itinéraires culturels ayant reçu la certification du Conseil de l'Europe sont au nombre de 24, tous portant sur des thématiques différentes. Les itinéraires culturels du Conseil de l'Europe trouvent leur importance dans la redécouverte des mémoires communes et croisées encore lisibles dans le territoire européen et qui nous permet de retisser des liens parfois perdus entre pays qui ont été divisés au cours de l'histoire plus ou moins récente.

ITINÉRAIRES CULTURELS, LIEUX DE MÉMOIRE

Le débat sur la création du programme des Itinéraires culturels est contemporain à l'élaboration du concept de « *lieu de mémoire* » de Pierre Nora. Il est utile de rappeler ici la définition même de lieu de mémoire. Un lieu de mémoire dans tous les sens du mot va de l'objet le plus matériel et concret, éventuellement géographiquement situé, à l'objet le plus abstrait et intellectuellement construit. « Un objet » explique Pierre Nora (1992) « devient lieu de mémoire quand il échappe à l'oubli, par exemple avec l'apposition de plaques commémoratives, et quand une collectivité le réinvestit de son affect et de ses émotions ».

Les Itinéraires culturels deviennent des lieux, des réseaux de mémoire, de la mémoire européenne et en même temps des mémoires croisées, collectives et individuelles souvent recherchées pour retrouver ses propres racines.

Mémoire, patrimoine, héritage, connaissance, découverte, identification, appropriation, sont des mots clés qui caractérisent chaque projet. Ils sont la substance de tout itinéraire, qui est lui-même appelé à les décliner, de manière cohérente avec la thématique sur lequel il se fonde. L'Itinéraire est appelé à être porteur des valeurs de dialogue, participation, citoyenneté, égalité dans la diversité, valeurs fondatrices du Conseil de l'Europe. La mémoire est donc considérée dans les Itinéraires comme un patrimoine européen à rechercher et à partager à travers des projets concrets et à travers un discours de médiation.

Dans la « Liste des critères d'éligibilité des thèmes » (Conseil de l'Europe, 1998), il est notamment indiqué que :

Les thèmes développés doivent répondre à l'ensemble des critères suivants :

1. le thème doit être représentatif des valeurs européennes et être commun à plusieurs pays d'Europe [...]
3. le thème doit être représentatif de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européens et contribuer à l'interprétation de la diversité de l'Europe d'aujourd'hui.

Et encore dans la liste des priorités d'action, il est demandé que chaque proposition d'Itinéraire s'intègre dans des projets de coopération multilatérale qui prévoient la valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen.

Dans ce champ d'action, les projets doivent :

- valoriser les patrimoines matériels et immatériels, expliquer leur signification historique et mettre en évidence leurs correspondances dans les différents territoires européens;
- prendre en compte et promouvoir les chartes, conventions, recommandations et travaux du Conseil de l'Europe, de l'UNESCO et de l'ICOMOS concernant la restauration, la protection et la valorisation du patrimoine, le paysage et l'aménagement du territoire;
- repérer et valoriser des espaces et des sites patrimoniaux européens autres que les monuments et sites exploités habituellement par le tourisme, en particulier dans les territoires ruraux, mais aussi dans les espaces industriels en voie de reconversion économique;
- prendre en compte les patrimoines matériels et immatériels des minorités ethniques ou sociales en Europe;
- contribuer, par des formations appropriées, à sensibiliser les décideurs, les acteurs de terrain et les publics à la notion complexe de patrimoine, à l'exigence de sa protection, de son interprétation et de sa communication dans un cadre de développement durable et aux enjeux qu'elle représente pour l'avenir européen.

Chaque itinéraire doit prendre en compte les éléments « mémoriels », collectifs et individuels, qui constituent le cœur de chaque projet et qui garantissent la capacité de communiquer la notion complexe de patrimoine, dans une optique multidisciplinaire et multiperspective.

Certaines mémoires peuvent être problématiques. L'Itinéraire propose alors des clés de lecture pour réinterpréter le patrimoine et les territoires européens d'aujourd'hui à travers les thématiques choisies.

Le programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe offre un cadre de travail et constitue un outil essentiel pour accroître la conscience civique dans l'espace européen, à travers la connaissance de différentes perspectives. Il offre des filtres culturels à travers lesquels l'histoire commune peut être lue, en allant au-delà des points de vue nationaux.

Les Itinéraires exigent une approche dynamique. Il est essentiel de prendre en compte non seulement les mémoires liées aux siècles passés, mais aussi et surtout les mémoires récentes, souvent vivantes et présentes, qui sont fondamentales dans l'interprétation plurielle des événements qui ont structuré l'Europe contemporaine. On peut citer les mémoires liées au passage de la société agricole et rurale à la société industrielle et post-industrielle, celles liées aux traditions orales, et encore les mémoires liées aux divisions de l'Europe du siècle passé et à celles qui persistent, les mémoires des migrations en Europe et au-delà.

Les sociétés qui habitent les territoires aujourd'hui sont invitées à participer à ce processus de transmission des mémoires de chaque territoire. Cette volonté de partage et de compréhension de l'identité commune entre les territoires et les générations doit être présente dans les activités des Itinéraires, en particulier dans les champs d'action dédiés aux jeunes européens.

La fonction pédagogique du programme, qui considère les jeunes générations comme un public privilégié, devient centrale pour la mise en place d'activités de coopération entre les territoires impliqués dans les Itinéraires.

La redécouverte de la mémoire de chaque communauté permet ainsi de recenser les ressources des territoires et de fonder les projets de développement touristique aussi sur des éléments forts, authentiques qui constituent l'identité de chaque lieu, sans le banaliser.

Certaines thématiques, par exemple les chemins de Saint-Jacques, nous parlent de mémoires anciennes, de voyageurs qui se mettaient en marche au Moyen Âge en suivant les étoiles jusqu'au tombeau de Saint-Jacques le Majeur, sur les traces desquelles aujourd'hui des milliers de marcheurs, venant d'Europe et d'autres continents, se mettent en marche, pour retrouver les mémoires de ces anciens voyageurs, pour redécouvrir les mémoires imprimées dans le territoire, en alimentant ce flux dans une continuité qui perdure depuis des siècles. Mais d'autres itinéraires nous parlent de mémoires plus récentes et douloureuses de notre Europe, de séparation de pays et de leur réunification, avec toute la charge d'espoir et de recherche de sa propre identité à travers la redécouverte de son propre pays. C'est le cas de la Via Regia, qui relie la Galice ukrainienne à la Galice espagnole, à travers un couloir territorial traversant l'Europe d'est en ouest.

La Via Regia a été la première voie de communication entre les Allemands de l'est et de l'ouest après la chute du mur de Berlin. Elle a été présentée en tant que projet d'itinéraire capable d'expliquer l'histoire de l'Europe après 1989, et en tant que moyen pour développer des coopérations culturelles entre les deux parties réunifiées de l'Europe.

La Via Regia a été présentée aux habitants des lieux impliqués dans le projet à travers une exposition itinérante « *VIA REGIA 2005 – What we are, we are through others, too* », qui a été présentée dans 52 villes d'Ukraine, de Pologne, d'Allemagne, du Luxembourg et de France. Au total, 22 790 visiteurs l'ont visitée, avec une moyenne de 256 visiteurs par jour.

Aujourd'hui des plaques et un balisage permettent aux voyageurs à pied ou à vélo, de parcourir la Via, à travers un parcours qui, partant de l'est, arrive jusqu'à l'océan. Les voyageurs y apprennent l'histoire et les mémoires de la route, les mémoires des personnes qui l'ont parcourue et qui ont habité les territoires structurés par cette route. Ils constatent les significations que la Via Regia a eu, et a encore aujourd'hui.

La Route européenne des Cimetières constitue un itinéraire basé sur les aspects pluriels de la mémoire et de la liaison entre la mémoire individuelle et la mémoire collective, l'une étant la base de l'autre. Les porteurs de projet considèrent les cimetières en tant qu'espaces sacrés et chargés d'émotion, et en même temps, comme des témoins de l'histoire locale des villes et des villages en Europe, ainsi révélateurs de l'identité culturelle et religieuse. Les cimetières font partie du patrimoine immatériel, illustrant les croyances et les rituels, et du patrimoine matériel, représenté par les bâtiments, les sculptures et les aménagements. Les questions des mémoires sont évidentes : il s'agit de lieux qui rappellent des phases des histoires locales, de la mémoire historique de l'Europe et qu'il est nécessaire de transmettre comme patrimoine aux générations futures.

CONCLUSION

Chaque itinéraire souligne une partie de notre mémoire commune et invite le voyageur des autres continents à connaître les histoires des migrants, des pèlerins, des voyageurs d'autrefois et d'aujourd'hui qui ont tracé et continuent de tracer les paysages de la mémoire de l'Europe et l'identité de chacun. La mémoire de l'Europe est racontée par les itinéraires, à travers des actions qui impliquent sa valorisation. La dynamique de la mémoire collective et individuelle est essentielle et doit être prise en compte lors de tout projet d'itinéraire.

BIBLIOGRAPHIE

- BERTI, Eleonora. (2012) *Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa: tra ricerca di identità e progetto di paesaggio*, Firenze, Firenze University Press
- BOYER, Marc. (1996) *L'invention du Tourisme*, Paris, Gallimard
- BRILLI, Attilio. (1995) *Quando viaggiare era un'arte. Il romanzo del Grand Tour*. Bologna, Il Mulino
- CHIESI, Leonardo e Costa, Paolo. (2005) Il Montalbano dal punto di vista dei suoi abitanti, in Baldeschi, Paolo. (a cura di) *Il paesaggio agrario del Montalbano. Identità, sostenibilità, società locale*, Firenze, Passigli
- CROSGROVE, Denis. (1998) *Social formation and Symbolic Landscape*. Wincosin Univ. Press.
- CROWE, Silvia. (1960) *The landscape of the road*. Architectural Press, London
- D'AGOSTINO, Bruno. (1985) *Le strutture antiche del territorio*. Torino
- DALLARI, Fiorella. (2007) Il progetto del territorio : gli scenari turistici della sostenibilità, in *Geografia del turismo* [En ligne] <http://www.ateneonline.it>
- DESPORTES, Marc. (2005) *Paysages en mouvement*. Paris, Gallimard
- DONADIEU, Pierre. (2009) *Les paysagistes ou Les métamorphoses du jardinier*. Arles, Actes Sud
- KANDINSKY, Vassily. (2004) *Punto Linea Superficie*. Milano, Adelphi
- NORA, Pierre, *Les Lieux de mémoire*, Paris, Gallimard, 3 tomes : tome 1 La République (1984), tome 2 La Nation (1986), tome 3 Les France (1992)

Documents

- Commission of the European communities (2007) Agenda for a sustainable and competitive European Tourism, Bruxelles, 19 octobre.
- Conseil de l'Europe (1954) Convention culturelle Européenne, Paris, 19 décembre.
- Conseil de l'Europe (1979) Convention relative à la conservation de la vie sauvage et du milieu naturel de l'Europe, Berne, 19 septembre.
- Conseil de l'Europe (1985) Convention pour la sauvegarde du patrimoine architectural de l'Europe, Grenade, 3 octobre.
- Conseil de l'Europe (1992) Convention européenne pour la protection du patrimoine archéologique (révisée), La Vallette, 16 janvier.
- Conseil de l'Europe (1998) Résolution 98(4) sur les Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe, 17 mars.
- Conseil de l'Europe (2000) Convention européenne du Paysage, Florence, 20 octobre.
- Conseil de l'Europe (2005) Convention cadre du Conseil de l'Europe sur la valeur du patrimoine culturel pour la société, Faro, 27 octobre.

- Conseil de l'Europe (2010) Resolution (2010)52 On the Cultural Routes of the Council of Europe [En ligne] <http://www.coe.int>.
- ICOMOS (2008) Charte des Itinéraires Culturels, Elaboré par le Comité scientifique international des itinéraires culturels (CIIC) de l'ICOMOS Ratifiée par la 16^e Assemblée Générale de l'ICOMOS, Québec (Canada), le 4 octobre.
- UNESCO (1972) Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, Conférence Générale, Paris, 16 novembre.
- UNESCO (2001) Déclaration sur la diversité culturelle, Paris, 2 novembre.
- UNESCO (2003) Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, Paris, 17 octobre.
- PICTURE PROJECT (2007) Brakes and difficulties faced by small and medium sized cities in the view of developing European cultural Networks. Cultural Routes Cases. PICTURE (Pro-active management of the Impact of Cultural Tourism upon Urban Resource sand Economies), February 18 [En ligne] <http://www.picture-project.com>

CHAPITRE 9

Trouver sa route ou se perdre dans le vignoble?

Les routes du vin, une géographie multidirectionnelle, la nouvelle alliance du tourisme et du vin

Sophie Lignon-Darmaillac

Université Paris-Sorbonne

A travers les vignobles, les routes du vin, de l'Ancien comme du Nouveau Monde, ouvrent aujourd'hui de nouveaux itinéraires touristiques et culturels tant en milieu rural qu'en milieu urbain. Le plus souvent en Europe, ils répondent à l'obligation pour les vigneron·ne·s de trouver de nouveaux débouchés pour leurs vins, ils cherchent à encourager les ventes directes alors que les circuits commerciaux traditionnels sont affaiblis par une plus forte concurrence sur les marchés internationaux. Dans le Nouveau Monde, là où le vignoble a été planté il y a peu, ces routes conduisent les touristes de caves en caves, pour y découvrir leurs vins et l'art de la dégustation. Il s'agit ici pour les viticulteur·e·s, de capter une nouvelle clientèle et d'encourager le développement de la consommation nationale. Pour répondre à ces diverses motivations, les routes du vin se dessinent selon des configurations très différentes, parfois, simples itinéraires de cave en cave, parfois véritables réseaux à travers lesquels le touriste est invité à construire son propre cheminement sans qu'un véritable itinéraire ne lui soit indiqué. Symboles de l'alliance du tourisme et du vin, ces routes dessinent une géographie multidirectionnelle de plus en plus complexe, géographie culturelle invitant à découvrir non seulement le vignoble mais aussi ses caves et ses musées, d'une façon de plus en plus ludique pour sensibiliser à l'histoire de la vigne et du vin la plus ancienne ou la plus récente.

Devant une telle diversité d'itinéraires, le touriste est ainsi appelé à choisir de suivre des routes historiques, simples itinéraires touristiques au service des

ventes à la propriété, ou à choisir de nouvelles routes à travers les vignobles, pour découvrir tout autant que des vins, de nouvelles opportunités de loisirs. Aujourd'hui, cette nouvelle alliance du tourisme et du vin, signe tout particulièrement l'essor de l'œnotourisme en France où les routes du vin deviennent des destinations touristiques sous le label « vignobles et découvertes ». Les touristes partent à la découverte de prestigieuses appellations viticoles et de leurs vins, ou s'orientent vers des vignobles de moindre notoriété, mais reconnus pour la qualité de leurs prestations œnotouristiques par des labels de plus en plus variés, selon des itinéraires de plus en plus personnalisés.

DES ROUTES HISTORIQUES AU SERVICE DES VENTES À LA PROPRIÉTÉ

En Bourgogne, en Allemagne, puis de nouveau en France en Alsace et en Champagne, plus tardivement en Afrique du Sud, des routes ont permis de reconnaître la dimension touristique de grands vignobles.

DES ROUTES DU VIN AU SERVICE D'UN TOURISME GASTRONOMIQUE

Dès le début des années 1920, la foire gastronomique de Dijon cherche à faire revivre les vieilles traditions culinaires et gastronomiques bourguignonnes, illustrées par ses vins fins et la célèbre cuisine de ses Ducs, comme l'annonçait le programme de l'Association bourguignonne pour le maintien et la renaissance des traditions et fêtes populaires, en 1928. Pour se faire, en 1934, à l'initiative de Camille Rodier et Georges Faiveley, apparaît la confrérie des Chevaliers du Tastevin. En plein marasme économique, cette dernière souhaite relancer la vente des vins de Bourgogne à travers le renouveau des traditions, pour une meilleure reconnaissance, non seulement des vins mais du vignoble lui-même désormais sillonné par « la Route des grands Crus ». De Dijon, la capitale de la Bourgogne, à Santenay, via Nuits-Saint-Georges, en passant par Beaune, le touriste est invité à visiter les plus fameux caveaux de dégustation de Gevrey-Chambertin, Morey-Saint-Denis, Chambolle-Musigny, Vougeot, Aloxe-Corton, Savigny-les-Beaune, Pommard, Meursault, Puligny-Montrachet, Chassagne-Montrachet... désormais, l'intérêt gastronomique de la Bourgogne ne se limite pas aux seuls restaurants de la N7, mais associe les lieux de restauration à ceux des grands vins du vignoble. Ce mouvement touristique régionaliste valorise la gastronomie régionale pour en faire l'objet même du déplacement (Csergo, 1996).

Dans ces années 1930, l'Italie mussolinienne encourage la reconnaissance de son économie rurale, la consommation de produits nationaux, en favorisant la visite des campagnes italiennes par la construction de voies ferrées. La *Guida gastronomica d'Italia* (1931) inventorie, décrit et localise les plats et les vins

typiques de chaque région (le vin de Barolo, la truffe blanche d'Alba, le riz de Vercelli...). En 1963, une première route « du vin et des cerises » traverse le vignoble du Frioul. À la fin des années 1990, le Piémont vote une loi régionale pour instaurer de nouvelles routes des vins comme « parcours balisés avec une signalisation spécifique qui indique des endroits ayant un intérêt naturel ou culturel, des vignobles et des caves appartenant à des entreprises individuelles ou collectives ouverts au public »¹.

DES ROUTES DU VIN POUR DÉVELOPPER LES VENTES DIRECTES

Accompagnant le mouvement naissant du tourisme gastronomique, ou motivées par des raisons plus conjoncturelles pour enrayer une crise viticole, de nouvelles routes encouragent l'organisation de ventes directes, non plus tant pour des clients locaux que pour de nouveaux touristes partis à la découverte du vignoble, de ses vins comme de ses paysages. En 1935, la route des vins du Palatinat représente le premier modèle de route du vin pour venir au secours de la crise viticole allemande. Depuis, la route a accru le nombre de ses adhérents, et diversifié son offre. En 1995, une maison de la route du vin a renforcé le caractère culturel de cet itinéraire.

Sur ce modèle, une vingtaine d'années après les routes bourguignonne et allemande, en 1953 l'Alsace à son tour choisit de définir sa route des vins pour faire face aux méventes de ses vins en renforçant les ventes directes. Depuis, l'itinéraire historique n'a jamais cessé de s'enrichir de propositions nouvelles le long des 170 km à travers les collines du vignoble, au pied du versant est des Vosges. En 1980, des sentiers viticoles se sont greffés à la route. Aujourd'hui, ils proposent 47 promenades différentes à travers vignes, autant d'occasion pour découvrir les travaux du vigneron, et reconnaître les caractéristiques de chaque cépage grâce aux panneaux qui jalonnent l'itinéraire. Pour certains d'entre eux, des pique-niques sont proposés dans les vignes, avec toujours l'occasion de déguster les vins des propriétés traversées.

Plus tardive, mais dès l'origine conçue pleinement comme une offre touristique complète, la Route des vins de Stellenbosch sert de modèle pour les vignobles du Nouveau Monde.

LE MODÈLE ŒNOTOURISTIQUE DE LA STELLENBOSCH

En Afrique du Sud, 60 % des touristes qui visitent la ville du Cap visitent au moins une cave.

1. Legge 27 luglio 1999, n. 268' Disciplina delle « strade del vino » « pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 185 del 9 agosto 1999.

C'est en 1971, à l'époque de l'apartheid, alors que le pays n'était pas ouvert au tourisme international, et que les vins souffraient d'un embargo sur leurs exportations, que l'ouverture d'une première route des vins dans le vignoble de Stellenbosch, a pu conforter l'économie viticole locale et enrichir l'offre touristique de sa région. Un itinéraire fut balisé de cave en cave pour permettre d'accueillir des groupes, offrir des dégustations, le plus souvent payantes comme toute visite touristique, permettre d'acheter sur place dans leur boutique. Des tours-opérateurs y organisent des « wine tour », permettant aux touristes d'être conduits de propriété en propriété sans craindre les risques d'ébriété sur la route. Aujourd'hui plus de 300 producteurs accueillent les visiteurs œnophiles dans la plus grande région viticole d'Afrique du Sud. 14 nouveaux itinéraires se sont greffés à la route originelle de la Stellenbosch pour faire de la région du Cap, une grande destination œnotouristique qui attire aujourd'hui non seulement des Sud-Africains, mais aussi des touristes étrangers de plus en plus nombreux. troisième vignoble sud-africain par sa superficie, la Stellenbosch est restée la principale route des vins par le nombre de ses adhérents, plus du tiers des routes du vin. De nouveaux restaurants ont été ouverts dans les propriétés viticoles. Les touristes peuvent aussi depuis 2006 participer au « Stellenbosch Wine Festival ». Sur ce modèle, les vignobles du Nouveau Monde, américains et australiens ont à leur tour, pensé l'offre œnotouristique qui encourage de nouveaux « road movies » à travers leurs vignobles.

LES ROUTES DU VIN DU NOUVEAU MONDE : DU RÊVE AU MARKETING TOURISTIQUE

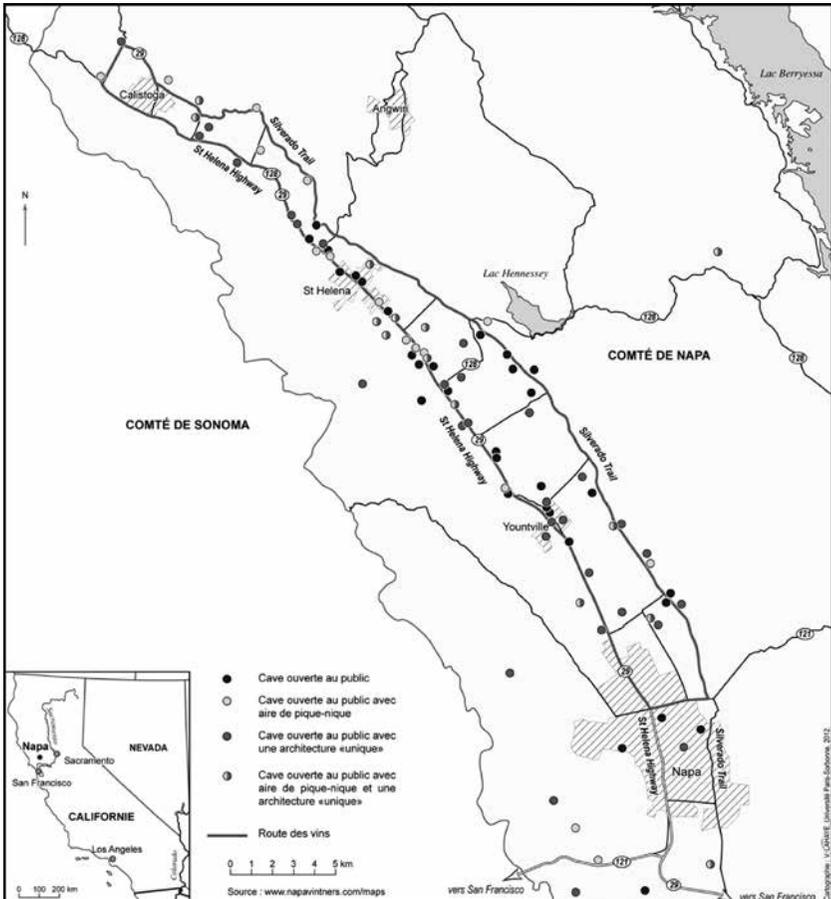
Les routes historiques ont permis de développer les ventes directes, de fidéliser la clientèle. Elles se sont définies peu à peu comme un véritable outil de promotion pour la filière viticole. Soutenues par une demande de plus en plus affirmée d'un tourisme culturel plus diversifié pour lequel la dimension gastronomique s'associe pleinement à la découverte des patrimoines architecturaux originaux. Elles se sont développées chaque fois que de nouveaux vignobles ont dû s'inscrire dans le marché viticole international. La création de nouvelles routes doit désormais diversifier les réseaux de commercialisation des vins pour un plus grand nombre d'appellations.

Le modèle californien

En Californie, dans la Napa Valley, l'objectif des vignerons est de commercialiser 100 % de leur production en ouvrant les « wineries » aux touristes de passage. Pour amener les Américains à acheter le vin à la propriété alors qu'ils sont rarement des consommateurs réguliers, il faut correctement aménager les propriétés de la route des vins. Les « wineries » sont construites et le personnel formé, pour accueillir les visiteurs. Plus que dans les vieux pays viticoles, les

infrastructures d'accueil ont été pensées dès la conception des chais de vinification, pour recevoir des groupes, organiser des dégustations, offrir une restauration, voire un hébergement, et permettre à l'occasion, l'organisation de grandes fêtes. La « Napa Valley Vintners Association » regroupe la plupart des producteurs de la région. Elle organise des opérations de marketing d'envergure, comme le fit dès ces débuts, Robert Mondavi en alliant modernité et tradition en ouvrant sa « winerie » à la dégustation. La Nappa Valley reçoit ainsi aujourd'hui 4,5 millions de visiteurs dans les caves adhérentes de sa route, pour que les touristes découvrent des « architectures uniques » ou puissent pique-niquer dans les vignes, en découvrant un patrimoine et un art de vivre spécifiques aux vignobles

**Figure 9.1 – La route du vin de la Napa Valley.
Wineries ouvertes au public en 2011**



C'est sur ce modèle de route, que les caves argentines conçues dans les années 1990, ont été à leur tour aménagées, alors que traditionnellement, les propriétés les plus anciennes des immigrants venus des pays viticoles européens, sont trop petites pour recevoir des groupes de touristes curieux de découvrir les procédés locaux de vinification.

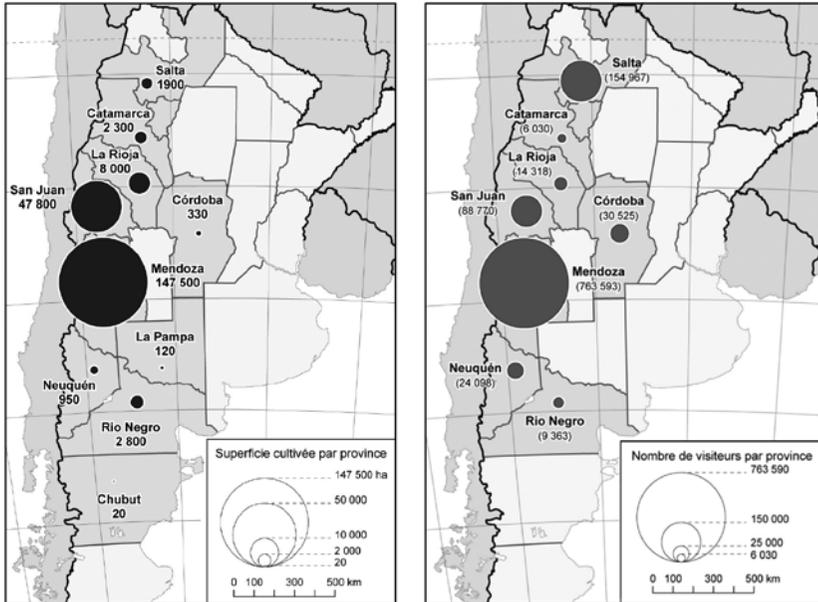
Les routes du vin argentin

Après les années de crise, la relance de l'économie viticole par l'amélioration de la qualité a favorisé un nouveau modèle d'exploitations viticoles dans des régions nouvellement conquises par la vigne. Ces exploitations plantées de vigne dans les années 1990, ont conçu ensemble, la viticulture et le tourisme. Au cœur d'immenses domaines, des salles de dégustation et de ventes ont été aménagées en même temps que les chais, des salles de restauration, des boutiques et des chambres, ont été construites en même temps que les bâtiments viticoles. Ces exploitations visent un tourisme haut de gamme. Ces grandes sociétés, vastes *finchas* en partie seulement plantées de vignes, participent pleinement cependant, à l'offre touristique régionale, dans chacune des 8 provinces productrices de vin. En 2005, moins de 500 000 touristes visitaient les caves argentines, plus d'un million en 2008, 1 091 664 en 2010! L'association « les chemins du vin argentin » encourage le développement de l'œnotourisme. 168 caves sont ouvertes aux touristes à travers le pays, dont 65 % dans la province de Mendoza où 36,4 % des touristes visitent une cave (25,4 % des touristes de la province de la Rioja, 10,4 % des touristes de la province de Salta) (Comision nacional de turismo vitivinicola, 2011).

Comme sur les routes historiques européennes ou sud-africaines, l'essentiel de l'offre touristique est lié à la dégustation des vins des propriétés visitées. 95 % des caves ouvertes aux touristes offrent une dégustation lors de leur visite. Cependant, ici plus qu'ailleurs, l'offre touristique a été enrichie, permettant la visite du vignoble à bicyclette (51 % des caves ouvertes aux touristes), à cheval (43 %), plus du tiers proposent des cours de cuisine (37 %), d'autres offrent la possibilité de pratiquer à l'occasion d'une visite de la pêche, du tennis, du golf ou du polo 16 % des caves touristiques, permettent de séjourner sur place, 14 % ont ouvert un spa. Certes l'œnotourisme argentin ne concerne encore qu'un petit nombre de touristes, 2,9 % des touristes visitant l'Argentine (1,49 % des touristes en 2004) mais leur nombre ne cesse de progresser. Leur nombre a progressé de 158,1 % entre 2004 et 2010, là où le nombre de touristes en Argentine n'a augmenté que de 32,7 % sur la même période (Comision nacional de turismo vitivinicola, 2011).

Encouragée par ces routes du Nouveau Monde, l'Espagne, la première en Europe, puis la France, s'inspirent des nouvelles architectures des vignobles du Nouveau Monde, et diversifient leur offre touristique.

Figure 9.2 – Comparaison de la répartition du vignoble argentin et des visites de ses caves en 2010



Source : J.C. Tulet et R. Bustos, *Le vignoble de Mendoza (Argentine), entre vin de table et vin de qualité*, Les Cahiers d'Outre-Mer, Bordeaux, juillet-octobre 2005.

Source : Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola. Bodega de Argentina AC.

DE LA ROUTE DU VIN À LA DESTINATION VITICOLE, LE VIGNOBLE COMME DESTINATION TOURISTIQUE À PART ENTIÈRE

De la route du vin au club de prestataires de services : l'exemple espagnol

L'Espagne est avec la France et l'Italie, l'un des trois principaux pays viticoles au monde, tant par la surface et la diversité de ses vignobles, que par leur histoire ou le volume de leur production. Or, ce n'est qu'à l'extrême fin du XX^e siècle, que les caves espagnoles ont commencé à s'ouvrir aux touristes. Les premières initiatives en matière de tourisme viticole furent prises par des acteurs indépendants du négoce vinicole. En 1994, l'Association Espagnole des Villes du Vin, ACEVIN, a été créée pour faire « la promotion de la culture du

vin et des flux de touristes qu'elle apporte comme moyen de développement local, de création de richesses et d'emplois » (Vintur, 2006 : 13). À la fin de 2001, le secrétariat d'État du Commerce et du Tourisme en partenariat avec les représentants des régions viticoles concernées, a reconnu 6 routes du vin, en 2003, 11 routes, en 2006, 17 routes, 21 en 2010. Toutes s'inscrivent dans le « Plan Intégral de Qualité du Tourisme Espagnol », PICTE, 2000-2006. 1 441 314 touristes ont visité l'une des 523 caves espagnoles en 2010, soit un tiers de plus que les œnotouristes argentins. Cependant, ces données, comparées pour la même année 2010, montrent une différence fondamentale quant à la taille des structures d'accueil des caves argentines et espagnoles : ces dernières ont reçu en moyenne 2 759 touristes chacune, là où les caves argentines en recevaient en moyenne 6 498, soit plus du double. Ces données font apparaître deux modèles différents de routes des vins. En Argentine, de grandes caves conçues dès l'origine pour accueillir des œnotouristes, en Espagne, des caves souvent familiales, qui doivent être réaménagées pour s'ouvrir au tourisme. Les routes du vin espagnoles doivent conjuguer l'offre des caves elles-mêmes, à celle de nombreux musées. Elles s'inscrivent comme l'un des éléments des routes du vin, mais doivent s'associer à d'autres acteurs pour développer l'offre œnotouristique de leurs vignobles. Chaque Route des vins espagnole devient une destination-produit autour du tourisme vitivinicole qui offre un large éventail de services et de produits liés à la culture du vin et à la gastronomie locale. Le Secrétariat Général du Tourisme conçoit depuis 2001, « Les routes des vins d'Espagne » comme un club de produits touristiques autour du vin et de la gastronomie espagnole à l'échelle de différentes appellations viticoles du pays. Elles sont globalement un produit touristique, qui associe aux caves des hébergements et des restaurants, des musées (en 2010, 36 membres de l'Association des musées du vin d'Espagne), entreprises homologuées, 450 villes et villages et qui tous doivent répondre à des normes de qualité pour satisfaire à ce label.

Pour s'adapter à la demande des touristes curieux de nouvelles découvertes, pour innover là où le respect des traditions locales suffisait à afficher la qualité d'un lieu, c'est aujourd'hui par une nouvelle modernité que de grands vignobles espagnols jouent la carte du tourisme. Sur le modèle architectural du Nouveau Monde, la Rioja fut le premier vignoble européen à être l'objet de prestigieuses réalisations architecturales. De nombreux architectes de renommée internationale ont construit des chais aux formes très originales dans des matériaux contemporains. Rafael Moneo a construit un édifice qui entoure les anciennes installations de la cave Chivite, bâtiment sobre en ciment, bois et cuivre, Santiago Calatrava, à Laguardia, a choisi pour le bâtiment de la cave d'Ysios, une construction en béton armé recouvert de bois qui contraste avec la toiture ondulée en aluminium qui se détache, telle une vague, sur l'arrière-plan des montagnes. Frank Gehry, l'architecte californien célèbre en Espagne

pour sa participation à la ville olympique de Barcelone puis plus tard par le musée Guggenheim de Bilbao, a réaménagé la cave du marquis de Riscal en y adjoignant un hôtel. Sa réalisation est l'une des plus grandioses et spectaculaires des nouveaux chais de la Rioja.

De même, le vignoble catalan affiche quelques réalisations contemporaines. Il y a une vingtaine d'années, en 1988, Domingo Triay construisait une pyramide tronquée pour l'une des caves de Codorniu, en 1991 Gabriel Mora et Jaume Bachà Sant Sadurn d'Anoia, mais aussi, Norman Foster à Ribera del Duero.

Tous ont participé au renouveau architectural du monde du vin par des projets spectaculaires qui font des caves contemporaines, des objets d'art autant que des symboles de la réussite économique des grandes entreprises internationales qu'elles représentent. Ces nouveaux chais sont comme en Californie ou en Argentine, désormais adaptés à l'accueil, et sont par leur nouvelle architecture, objet d'attraction. Désormais, non seulement les caves espagnoles ne sont plus fermées aux visiteurs mais deviennent les principaux centres d'intérêt d'un œnotourisme en plein essor.

À la fois dans le prolongement de ses routes historiques et inspiré par les expériences du Nouveau-Monde, l'œnotourisme français n'a cessé lui aussi d'offrir de nouvelles propositions d'itinéraires touristiques, œnogastronomiques et culturels dans ses vignobles. À l'aide de cartes touristiques, de guides, de simples itinéraires touristiques, de chemins, de propositions de ballades ou à travers des routes des vins virtuelles à élaborer à l'aide d'un GPS, les œnotouristes doivent désormais construire leur propre route, offerte « à la carte »!

L'extension des routes du vin : l'exemple français

De plus en plus d'acteurs organisent l'offre œnotouristique française : les interprofessions viticoles, les syndicats, les coopératives, ou individuellement les viticulteurs eux-mêmes. Ils collaborent avec les institutionnels du tourisme : offices du tourisme (OT), comités départementaux et régionaux du tourisme (CDT CRT), ministères, avec les collectivités locales, ou les professionnels du tourisme : restaurants, hôtels, des vignobles promus, qui sont parfois les initiateurs de ces projets. Ainsi, alors que se sont multipliées les initiatives privées, ponctuelles, dispersées dans les vignobles, les acteurs institutionnels ont tenté de les structurer sous différents labels pour encourager la qualité de leur offre et promouvoir un tourisme sélectif.

Au milieu des années 1990, pour développer l'offre œnotouristique et l'étendre à des vignobles de moindre notoriété, le réseau des routes du vin s'est étoffé. Dans le prolongement des routes de Bourgogne, les routes des Côtes du Rhône se sont déclinées en neuf itinéraires, de même la route du Champagne s'est déployée sur 5 itinéraires différents. Ailleurs au contraire, aucune route n'a été

revendiquée. En 2004, l'Aquitaine a préféré établir ses itinéraires touristiques comme autant de « destinations » possibles vers ses vignobles, et non par différentes routes peu adaptées à la configuration de ses vignobles.

En 2009, sous l'égide du nouveau Conseil National de l'œnotourisme, à l'intérieur de ces régions traversées par des routes du vin ou non, destinations ou pas, certains territoires ont été labélisés « Vignobles et découvertes » par le Conseil supérieur de l'œnotourisme pour permettre d'offrir aux touristes des visites culturelles associées au monde viticole, avec une meilleure mise en valeur des richesses patrimoniales des régions concernées, en labélisant, comme en Espagne, l'ensemble des acteurs du territoire concerné. Ainsi, plus qu'une route, les acteurs de l'œnotourisme, proposent aujourd'hui des destinations, non plus un itinéraire, mais des adresses labélisées reconnues pour la qualité de leurs services.

Le label « Vignobles et découverte », de nouvelles destinations œnotouristiques

Le Conseil Supérieur de l'œnotourisme, (CSO) a été installé le 3 mars 2009 par le ministre de l'Agriculture et le ministre du Tourisme. Il réunit l'ensemble des professionnels de la viticulture et du tourisme : les organisations viticoles nationales (INAO, Viniflor, Vignerons Indépendants, Confédération nationale des Interprofessions, Association de la Presse du Vin...), et les institutions du tourisme français (Maison de France et ODIT France, Gîtes de France, Relais & Châteaux...), acteurs économiques et professionnels du voyage. Le CSO propose :

- la création d'un label « vin et patrimoine » afin d'identifier les circuits de découvertes du vin;
- la mise en œuvre d'un prix national de l'œnotourisme, pour récompenser les meilleurs projets;
- la formation des acteurs;
- l'amélioration de l'information;
- l'amélioration de la mise en réseau et de la présentation des opérations existantes.

Début 2012, en adéquation ou non avec les délimitations des routes des vins déjà existantes, 24 territoires « Vignobles et Découvertes » ont été délimités, d'autres sont à l'étude. Certaines s'intègrent à des routes du vin déjà existantes et les morcellent en différentes petites unités, laissant une partie de l'itinéraire historique hors de leur nouveau label comme en Alsace. D'autres renforcent la notoriété de routes plus récentes et plus modestes telle celle des vins de Savoie.

En Val de Loire, pas moins de 8 territoires « Vignobles et découvertes » distinguent au sein d'une même route différents vignobles labélisés comme autant d'entités qui rompent l'unité ou la continuité de la route des vins de Loire. Le caractère viticole de la route des vins s'estompe alors au profit de références touristiques architecturales, celles des châteaux du Val de Loire, Chenonceau, Amboise, Azay... La référence au label « vignobles et découvertes », désigne un territoire restreint, d'un rayon d'une trentaine de kilomètres, or elle n'est pas toujours cohérente lorsqu'elle regroupe différentes unités « Chinon, Bourgueil, Azay », ailleurs, elle revendique pour son territoire la globalité d'un vignoble qu'elle ne couvre pas, tel que « Vignoble de Cognac ». Clairement, à la différence des routes du vin, le label « vignobles et découvertes » définit plus globalement une destination touristique, dont l'une des caractéristiques est son appartenance à un vignoble sans que ce dernier ne soit l'offre exclusive du territoire ainsi délimité.

Tableau 9.1 L'inégale répartition des « vignobles et découvertes » en 2012

Région	Vignoble
Alsace	Cœur d'Alsace Terre et vins au pays de Colmar
Beaujolais	Le Beaujolais des Pierres vivantes
Bourgogne	Colline de Corton Colline de Montrachet Dijon Côte de Nuits Le vignoble de Chablis
Cognac	Vignoble de Cognac
Jura	Vignoble du Jura
Languedoc	La Narbonnaise en Méditerranée
Roussillon	Perpignan Méditerranée Rivesalte
Savoie	Cœur de Savoie Savoie, lac du Bourget
Sud-Ouest	Pays des bastides et vignoble du Gaillac
Val de Loire	Val de Loire, Amboise Val de Loire, Chenonceau Vallée du Loir Chinon, Bourgueil, Azay Saumur, Val de Loire Angers Loire Valley Vallée du Layo Muscadet Loire océan
Vallée du Rhône	D'hermitage en Saint-Joseph Rhône Crussol

CONCLUSION

Après s'être structurée autour des routes du vin, pour conduire le touriste de cave en cave, et lui permettre de déguster les vins de la propriété visitée, pour mieux acheter à l'issue de la visite, l'offre œnotouristique se diversifie. La nouvelle alliance du tourisme et du vin a d'abord dessiné une géographie multidirectionnelle, celle de routes élargies à de vastes réseaux d'adresses répertoriées au sein d'un même vignoble. Les routes initiales se sont alors subdivisées et prolongées au rythme de l'intérêt grandissant pour cette nouvelle forme de tourisme. Des caves et de leurs vignobles, l'offre œnotouristique s'est ouverte à des propositions ludiques, culturelles ou de loisirs de plus en plus diverses, initiées non plus par des vignerons, mais bien par des professionnels du tourisme reconnus pour la qualité de leurs prestations. Les labels se multiplient, l'offre se hiérarchise, pour attirer une clientèle plus exigeante. Les territoires œnotouristiques se concentrent dans les vignobles du Nouveau Monde, autour de grandes entreprises tout autant viticoles que touristiques. Les prestations de leurs restaurants, hôtels ou spas, deviennent tout aussi importantes, ou plus, que les conditions de visite de leurs chais. La dégustation du vin reste cependant au cœur de la visite, lien spécifique de la cave à la table, signe de reconnaissance d'une nouvelle culture élitiste des œnotouristes initiés. Dans les vignobles européens, ces territoires se construisent au-delà de l'entreprise viticole, à l'échelle de sa région, en relation étroite avec son patrimoine architectural et paysager, à travers l'histoire et l'économie locale mises en scène par une offre culturelle revisitée. La culture du vin n'est plus uniquement agronomique mais se décline dans de multiples alliances des arts et du vin.

BIBLIOGRAPHIE

- Association bourguignonne pour le maintien et la renaissance des traditions et fêtes populaires (1928) *Les Fêtes populaires et traditionnelles en Bourgogne*. Mâcon, Éditions Henry-Petit.
- Comision nacional de turismo vitivinicola (2011) *Bodegas de Argentina AC*.
- CSERGO, Julia (1996) L'émergence des cuisines régionales. Dans Flandrin, Jean-Louis et Montanari, Massimo (dir.), *Histoire de l'alimentation*. Paris : Fayard : 823-841.
- Touring club italiano (2003) *Guida gastronomica d'Italia, Milan* (1^{ère} éd. en 1931, réédité durant toutes les années 1950).
- VINTUR (2006) *L'espace européen de l'œnotourisme*. ACEVIN et Città del Vino.

CHAPITRE 10

Valorisation du patrimoine urbain horloger UNESCO par des itinéraires culturels : les cas de La Chaux-de-Fonds et du Locle

Nicolas Babey

François H. Courvoisier

Haute école de gestion Arc

BUT DE L'ARTICLE ET MÉTHODOLOGIE

La Suisse est un petit pays mais qui comporte déjà 10 sites¹ inscrits sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Le dernier arrivé en 2009 est situé en Suisse francophone : il s'agit des villes des Montagnes neuchâteloises, La Chaux-de-Fonds et Le Locle, reconnues pour leur urbanisme horloger tout à fait particulier (Courvoisier et Aguillaume, 2010).

Ce chapitre analyse la façon dont les multiples initiatives, structures et ressources bénévoles de cette région considérée comme périphérique ont été mobilisées pour obtenir et valoriser une inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO dans le but de mettre en évidence un patrimoine unique et créer des itinéraires de visite. Nous mettons l'accent sur les activités touristiques déployées afin de valoriser ce patrimoine et sur des projets novateurs pour renforcer l'expérience des parcours urbains en mobilisant les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication).

1. La vieille ville de Berne, le Couvent St-Jean à Müstair, le Domaine conventuel de St-Gall, les trois Châteaux de Bellinzone, les Alpes suisses Jungfrau-Aletsch, le Monte San Giorgio, le Vignoble en terrasses de Lavaux, le Haut lieu tectonique de Sardona, le Chemin de fer rhétique, La Chaux-de-Fonds et Le Locle : urbanisme horloger. Un onzième site concerne partiellement la Suisse : c'est celui des sites palafittes lacustres, reconnu en 2011.

Nous avons choisi une approche méthodologique s'appuyant dans un premier temps sur une recherche documentaire pour identifier les acteurs clés, les informations, les dates importantes ainsi que les processus essentiels du projet d'inscription des Montagnes neuchâteloises sur la Liste du Patrimoine mondial. Ensuite, nous avons rencontré et interrogé les acteurs clés du projet pour comprendre leur expérience vécue et leur vision afin de valoriser les itinéraires touristiques patrimoniaux autour du thème de l'urbanisme horloger. Nous avons aussi comparé ces informations avec des expériences tirées du Vieux-Québec, de Bordeaux et de Berne, autres villes inscrites au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Nous posons deux questions de recherche : en premier lieu, est-ce qu'une inscription sur la Liste du Patrimoine mondial est un facteur de développement urbain et territorial? En second lieu, est-ce que les NTIC peuvent apporter un supplément de valeur ajoutée à un itinéraire patrimonial? Nous cherchons à apporter une contribution opérationnelle et éventuellement applicable à d'autres exemples de marketing territorial régional. La première partie de l'article est articulée sur un mode narratif du type « études de cas » (Lapierre, 1992). La seconde est basée sur un raisonnement hypothético-déductif.

REVUE SUCCINCTE DE LA LITTÉRATURE

Le thème du marketing urbain et territorial a été déjà exploré par bien des auteurs. Un des textes fondateurs est celui du sociologue Michel Wieviorka qui constatait, en 1975 déjà, que la ville est un produit marchand, un peu plus complexe que d'autres, et que les programmes d'action marketing ont une portée sociale qui déborde largement la seule commercialisation du cadre bâti (Wieviorka, 1975).

Noisette et Vallérugo (1996), comme Texier et Valla (1992), relèvent qu'une nouvelle gestion publique territoriale repose notamment sur la présence d'une démarche stratégique, une coopération intercommunale et une vitalité du débat local. Texier et Valla définissent le marketing urbain comme une démarche s'inscrivant dans une perspective de développement économique au moyen d'activités individuelles ou collectives pour attirer des activités nouvelles sur un territoire, favoriser le développement des entreprises locales et promouvoir globalement une image favorable. Selon Meyronin (2012 : 47), « tous les champs de la société sont perméables au discours du marketing territorial, pour peu qu'il y ait un sens à leur attractivité... toutes les dimensions des politiques publiques sont susceptibles d'entrer en accord avec une ambition en matière d'image ». Pour Noisette et Vallérugo (2010), le marketing urbain et territorial est aujourd'hui largement reconnu dans le monde. Doté d'organisations professionnelles et de budgets parfois importants dans les

collectivités locales, il s'impose comme un outil important de la gestion des territoires, sur les plans économique comme touristique.

Babey affirme qu'« il faut sortir de la pensée unique qui lie la promotion d'un territoire et le marketing urbain à la fiscalité et aux paramètres économiques dogmatiques » (Jubin, 2004). L'avis des citoyens, notamment sous la forme d'études de satisfaction ou de processus participatifs, est important pour pouvoir harmonieusement piloter un développement territorial hors paramètres d'attractivité pure. En 1992, Flipo et Texier avaient déjà souligné que l'attractivité des villes ne doit pas seulement s'exercer vis-à-vis de clients potentiels, entreprises, travailleurs, touristes, mais aussi de la population locale. L'accent ne doit pas être réduit à des actions de seule communication sans réflexion stratégique préalable.

Pour Babey et Giauque (2009), les concepts bien connus de la gestion, du marketing territorial et de l'innovation urbaine ne sont pas suffisants et doivent être complétés par d'autres approches et lieux d'observation, par exemple les travaux d'anthropologie symétrique et la théorie de l'acteur-réseau (Latour, 2006). Nous rajoutons l'approche de la géographie des représentations urbaines de Bailly (1993), qui vise à donner aux villes une symbolique marchande, traduisant le dynamisme de leur municipalité et de leur développement international, surtout pour des villes victimes d'images négatives : inventer leur image, c'est concrétiser des stratégies en associant les acteurs urbains au suivi des projets et en mettant en cohérence projets et événements dans l'espace et dans le temps.

À côté des édiles politiques, on constate de nouveaux acteurs dans le champ de l'aménagement du territoire : des urbanistes, économistes, ingénieurs, sociologues, écologistes et conseillers en communication : cela crée une nouvelle culture urbaine qui contribue à forger une image de la ville. Rosemberg (2000) distingue le marketing urbain du marketing de la ville : ce dernier émane de la communication maîtrisée d'un groupe de projet municipal, alors que le premier provient de tous les acteurs et médias qui créent à leur niveau des informations et des rumeurs sur l'agglomération.

Les contributions qui précèdent posent la question de la mesure des retombées économiques et touristiques d'actions de marketing urbain et territorial telles que l'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Peu de travaux ont été réalisés sur ce sujet, hormis ceux de Yang *et al.* (2010) qui proposent un des rares modèles économétriques montrant l'impact d'un site incorporé dans une liste élitaine (Cellini, 2011). Ces auteurs se basent sur des données issues de provinces chinoises, entre 2000 et 2005, prenant l'arrivée de touristes internationaux comme variable dépendante et la mettent en régression avec un large ensemble de déterminants, notamment le nombre de sites de la Liste du Patrimoine mondial.

On trouve également des articles thématiques sur la participation des autochtones au rayonnement du patrimoine régional, à l'exemple de la communauté Amish en Pennsylvanie (Hovinen, 1995) ou de l'attachement des habitants à la région des Pitons, sur l'île de Sainte-Lucie (Nicholas *et al.*, 2009). En se basant sur les cas de Montréal et de Singapour, Chang *et al.* (1996) montrent que le tourisme patrimonial peut permettre de revitaliser des économies urbaines affaiblies en appliquant une approche soit « du haut vers le bas » qui met en exergue des facteurs globaux et des éléments externes comme moteurs du développement urbain, soit une approche « du bas vers le haut » soulignant les influences locales.

En 1985, le quartier historique du Vieux-Québec (Canada) a été inscrit sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Marcotte et Bourdeau (2008) ont étudié et analysé les attentes et déceptions de l'industrie touristique suite à cette inscription. Ils en concluent que le label UNESCO s'apparente à une marque prestigieuse, solide et crédible, auprès d'une clientèle culturelle avertie. Pour les citoyens de Québec, l'inscription sur la Liste a renforcé un sentiment d'attachement à leur ville, a contribué à supporter des règlements d'urbanisme plus contraignants, à réduire la spéculation foncière et à réduire le trafic automobile dans le périmètre UNESCO.

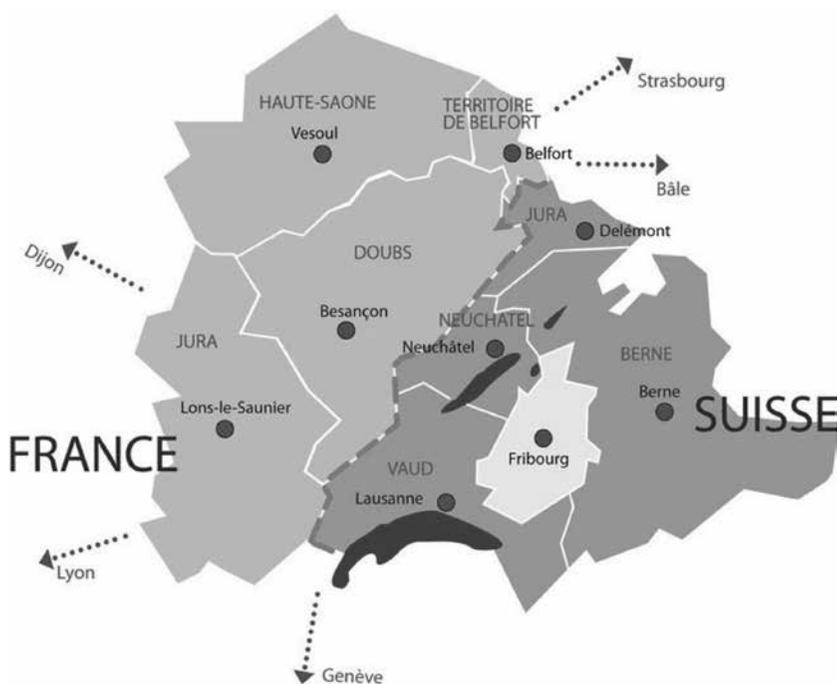
Même sans étude d'impact spécifique, l'exemple de la Ville de Bordeaux mérite d'être cité : dans les années 1990, la ville était noire, avec une population et une activité déclinantes; elle pouvait être qualifiée de « belle endormie » selon son maire Alain Juppé. Le projet d'inscrire Bordeaux sur la Liste du Patrimoine mondial a eu de nombreuses conséquences positives d'un point de vue de l'investissement : construction de trois lignes de tramway pour relier le centre à la périphérie, ravalement de façades pour révéler des trésors architecturaux tout en donnant du travail aux entreprises du bâtiment, revalorisation des quais de la Garonne, ré-urbanisation de sa rive droite. Dès 2007, le tourisme a progressé, notamment l'hôtellerie, la restauration et l'œno-tourisme. Des synergies ont été exploitées avec St-Emilion et Blaye, villes aussi inscrites sur la Liste du Patrimoine mondial. En outre, la population bordelaise augmente et de nouvelles entreprises se créent ou s'implantent dans l'agglomération (Juppé, 2010).

Une voix critique s'élève pour dénoncer la « muséalisation du monde » : Chaumier (2009) s'interroge sur les motivations qui poussent une collectivité à vouloir se faire inscrire sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO; il qualifie la liste de « folklorique », et l'inscription suivie d'effets pervers, à l'instar de San Gimignano, Grenade ou du Mont Saint-Michel, lieux envahis par les touristes, devenus un « enfer pour tous ceux qui aiment le patrimoine ». La « patrimonialisation » du monde est ambivalente, et il vaudrait mieux sensibiliser chacun à considérer le patrimoine plutôt que de vouloir le classer (Chaumier, 2009).

HISTORIQUE DE L'URBANISME HORLOGER À LA CHAUX-DE-FONDS ET AU LOCLE

La région des Montagnes neuchâtelaises fait partie de l'Arc jurassien et a été surnommée la « Watch Valley » par l'Office régional du tourisme. Géographiquement parlant, il s'agit d'un ensemble de différentes vallées et montagnes de moyenne altitude situé dans une région frontalière entre la Suisse et la France, de Genève à Bâle. Le centre géographique de cette région est l'agglomération constituée par les villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle, distantes de quelques kilomètres et regroupant environ 50 000 habitants.

Figure 10.1 – Région de l'arc jurassien



Dans cette région, les montres ont été fabriquées de manière artisanale puis industrielle depuis le 18^e siècle, suite à une demande croissante (Jelmini, 2007). Dans les premiers temps, cette activité artisanale donnait du travail aux paysans-horlogers pendant l'hiver, alors qu'ils ne pouvaient cultiver leurs champs à cause de la neige recouvrant le sol.

En 1754, un grand incendie détruit le centre-ville de La Chaux-de-Fonds. Ce tragique événement permit aux architectes de reconstruire la ville avec de plus larges avenues et des pâtés de maisons à angle droit selon un quadrillage de l'espace en damier appelé « le plan Junod », du nom de son concepteur. Ce

système avait pour but d'offrir un maximum d'exposition au soleil dans les ateliers horlogers : c'est l'origine de l'urbanisme horloger typique des Montagnes neuchâtelaises. Vers 1830, le nombre de personnes travaillant dans la fabrication de montres, dans le canton de Neuchâtel, dépassa celui des travailleurs de la dentelle, alors activité dominante.

En 1864, Karl Marx écrivait que La Chaux-de-Fonds, que l'on pouvait voir comme une manufacture unique, livrait annuellement deux fois plus de montres que Genève. En 1914, c'était presque 55 % de la production mondiale de montres qui provenait de La Chaux-de-Fonds (Jeanneret, 2009).

Durant la crise économique des années 1920 et pendant la dépression mondiale qui a suivi, l'industrie horlogère resta très sensible aux changements économiques globaux. Après 25 ans de développement ininterrompu suite à la Deuxième Guerre mondiale, c'est la « crise du quartz » – les montres à quartz étant plus précises et bien moins chères que les montres mécaniques –, dans les années 1970, qui faillit tuer les ventes des montres mécaniques traditionnelles : elle détruisit deux tiers des emplois et entraîna le départ de nombreux habitants. Ce n'est qu'à partir de 2004 que le canton de Neuchâtel retrouva le niveau de population et d'emploi d'avant 1970.

Au début des années 1980, la révolution technologique de la Swatch® (montre mode à quartz avec boîtier plastique et 50 % de moins de composants que les montres mécaniques) et la restructuration de la branche horlogère par Nicolas G. Hayek ont redonné confiance à l'industrie horlogère (Donzé, 2012). Cela a permis à cette industrie de vivre un redémarrage et des ventes record dans le monde, grâce à un intérêt renouvelé de ses clients pour les belles pièces mécaniques du haut de gamme.

En 2013, l'industrie horlogère suisse est saine et en progression constante depuis la crise financière mondiale de 2008-2009. La valorisation d'une identité régionale basée sur des valeurs patrimoniales historiques s'accroît pour de nombreuses marques. L'inscription des sites horlogers urbains de La Chaux-de-Fonds et Le Locle au Patrimoine mondial de l'UNESCO le 27 juin 2009 a apporté une belle opportunité de développer les atouts économiques et touristiques de la région.

LE PROJET DE LABELLISATION UNESCO

Les villes de La Chaux-de-Fonds et Le Locle constituent une configuration urbaine significative, selon les critères de l'UNESCO. Elles portent le témoignage d'un héritage industriel particulièrement long depuis le 18^e siècle (Jeanneret, 2009). L'industrie horlogère a stimulé l'édification de ces deux villes en créant une architecture distinctive et un ensemble urbanistique fonctionnel, leur conférant un « design urbain » unique.

L'idée et l'initiative d'inscrire l'urbanisme horloger de La Chaux-de-Fonds et du Locle est venue en 2000 d'un forum citoyen, les Rencontres de décembre, relayé par le quotidien local L'Impartial (Courvoisier et Aguillaume, 2010). Les principaux partenaires du projet UNESCO furent les municipalités de La Chaux-de-Fonds et du Locle, la Confédération suisse (par l'entremise de l'Office fédéral de la Culture) et le Canton de Neuchâtel. D'autres acteurs jouèrent un rôle important, comme l'Office du Tourisme neuchâtelois, appuyé par des sociétés locales, des associations, des groupes de citoyens, des entrepreneurs et des manufactures horlogères voulant promouvoir leur région.

Selon Jean-Daniel Jeanneret, architecte de la Ville de La Chaux-de-Fonds, chef du projet UNESCO et responsable de site, il fut spécialement difficile de promouvoir le site et ses spécificités aux soutiens potentiels de la candidature : publics, politiques, économiques, scientifiques ou culturels. Il fallut trouver les bonnes personnes, avec des compétences appropriées, au bon moment, puis les coordonner, plusieurs d'entre elles ayant eu des points de vue divergents sur le projet. De nombreux débats et conférences eurent lieu, des documents édités pour éveiller et stimuler l'intérêt de la population (Rencontres de décembre, 2009). Contrairement au patrimoine viticole de Lavaux (région de Lausanne-Montreux), l'adhésion de la population n'alla pas de soi et la population locale, si elle ressent maintenant une grande fierté, ne considéra pas l'inscription comme évidente. En effet, le travail de *pride building* (Meyronin, 2008) prit du temps et fut la conséquence du travail constant des responsables de projet.

Si la population locale peine parfois à expliquer le pourquoi de l'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial, il n'en va pas de même pour les personnes de l'extérieur : Alex Föhl, expert mandaté par l'UNESCO, reconnu qu'il « tomba littéralement amoureux » de la région, lorsqu'il vint pour la visiter et expertiser le dossier pendant quatre jours, en septembre 2008. Arrivant par les airs, il put se rendre compte de la singularité frappante des deux villes quasi jumelles. Selon Föhl, il est rare qu'une telle structure industrielle reste presque intacte et si distincte du reste de la région (Rencontres de décembre, 2009).

PREMIÈRES VALORISATIONS DU PATRIMOINE HORLOGER

Initiées en 2007 par Jeanneret et son équipe du Service de l'urbanisme de la Ville de La Chaux-de-Fonds, les Journées du Patrimoine horloger (<http://www.urbanismehorloger.ch>) permettent au public de visiter gratuitement les musées horlogers publics, les Ecoles d'horlogerie et de microtechnique, ainsi que les entreprises horlogères de la région (comme Tissot, TAG Heuer, Montblanc et Girard-Perregaux) qui ne sont habituellement pas ouvertes aux visiteurs non professionnels. De nombreux sous-traitants, soit des fabricants de composants comme des boîtes, des cadrans et autres fournitures horlogères ouvrent également leurs portes à cette occasion.

La 5^e édition, en novembre 2012, attira 3 900 visiteurs avec 42 événements, tels que visites d'entreprises, tours de ville guidés et projections d'anciens films. Cette journée permit aux visiteurs venant d'autres régions de Suisse de découvrir l'héritage horloger du Locle et de La Chaux-de-Fonds et aux autochtones de redécouvrir la richesse de leur patrimoine. Ces derniers deviennent acteurs d'une nouvelle identité régionale et se sentent responsables du développement de nouvelles activités économiques et culturelles.

De plus, un vaste programme d'événements citoyens a été réalisé à La Chaux-de-Fonds depuis 2009, en novembre, sous l'égide des Journées de la Métropole horlogère (<http://www.metropolehorlogere.ch>) qui ont rassemblé diverses manifestations culturelles, professionnelles et commerciales parmi lesquelles une exposition de montres d'exception, une exposition photographique ainsi que les Journées internationales du marketing horloger (<http://www.marketinghorloger.ch>), qui, elles, existent depuis 1997.

Vincent Matthey, responsable de Tourisme neuchâtelois à La Chaux-de-Fonds, reçoit de plus en plus de demandes d'étudiants et de chercheurs, spécialisés dans le tourisme, sur l'impact de la labellisation UNESCO pour la région. Selon ses collègues de l'Office du tourisme bernois, c'est le premier effet perceptible d'une inscription sur la Liste du Patrimoine mondial, avec la demande spécifique de touristes voulant visiter les lieux du périmètre urbanistique protégé. Matthey a constaté une hausse de 30 % du nombre de visiteurs en 2009 (année de la labellisation) par rapport à 2008, puis une nouvelle hausse d'environ 10 % de 2009 à 2011. Les premières réactions sont donc favorables, en dépit du cours de l'euro par rapport au franc suisse qui impacte négativement le secteur du tourisme (Matthey, 2012).

Les autorités des deux villes ont toujours mis en avant que le but de la candidature n'était pas en premier lieu touristique, mais principalement patrimonial; néanmoins, l'intérêt de cette opportunité commence à faire son chemin dans les esprits. Comparativement à d'autres régions, comme Berne, Bellinzone et Lavaux, inscrites sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO mais bénéficiant d'autres atouts géographiques, La Chaux-de-Fonds et Le Locle voient une possibilité d'apparaître sous un jour nouveau, d'attirer de nouveaux visiteurs et de faire découvrir leur patrimoine urbain par des itinéraires appropriés (Matthey, 2009).

C'est pourquoi tout a été entrepris pour que la communication puisse débiter aussitôt l'inscription avalidée en juin 2009. Quatre instruments de communication complémentaires ont été développés : un train touristique, circulant d'avril à octobre dans les rues des deux villes; des *flyers*, brochures et plans de villes explicatifs; des visites guidées; un centre d'interprétation situé à La Chaux-de-Fonds.

Bernard Vaucher, responsable de la promotion au Locle, relate des projets antérieurs pionniers, comme par exemple le parcours horloger loclois qui, depuis 2004, permet de faire le tour de la ville en 39 étapes. Existant en français, allemand et anglais, il porte désormais le logo UNESCO. De plus, pour faire comprendre aux gens l'importance de la labellisation, la Municipalité a organisé au printemps 2009 des tours d'une bonne heure sur les traces des horlogers loclois. Ainsi les habitants ont pu contempler en bus la Maison Dubois, l'un des premiers comptoirs horlogers de Suisse, la villa Art nouveau qui abrite aujourd'hui le site de fabrication des montres Montblanc, la ferme où vécut et travailla le pionnier Daniel Jeanrichard et finalement le Château des Monts qui abrite le musée d'horlogerie (Heiniger, 2009). En effet, « c'est en parcourant Le Locle horloger que l'on découvre ce qui fait de l'aventure horlogère une aventure extraordinaire et unique », affirme Vaucher (2010).

Durant l'été 2009, des journalistes et reporters américains, japonais et italiens sont venus à La Chaux-de-Fonds et au Locle pour filmer et réaliser des interviews. L'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO a créé de fortes synergies avec des événements locaux, qui n'auraient pas pu être largement diffusés sans cela, comme par exemple la Plage des Six-Pompes, un festival de spectacles de rues qui a lieu début d'août à La Chaux-de-Fonds (<http://www.laplage.ch>).

L'intérêt pour la région des Montagnes neuchâtelaises a donc grandi au dehors, mais également dans le périmètre UNESCO. De nombreux citoyens des deux villes ont pris plusieurs fois le train touristique, d'abord pour eux-mêmes, puis avec les membres de leur famille et leurs amis invités à donner un coup d'œil sur la région. La question de la « fierté locale » (Meyronin, 2008) a joué un rôle important pour la valorisation de la région.

À cause de moyens financiers limités, Tourisme neuchâtelais communique principalement sur ses cœurs de marché : la Suisse francophone, la Suisse allemande, la France et l'Allemagne. La collaboration avec Suisse Tourisme permet de faire connaître la région UNESCO dans le monde entier, particulièrement dans le réseau « Villes – Art et Architecture » qui relie La Chaux-de-Fonds à des villes françaises grâce aux bâtiments conçus par l'architecte Le Corbusier (Charles-Edouard Jeanneret-Gris, né à La Chaux-de-Fonds en 1887). Il y a une bonne collaboration avec les sites UNESCO de Franche-Comté (Besançon, Salins, Arc-et-Senans), notamment pour l'édition d'une carte commune, un échange de personnel et d'expériences (Matthey, 2012).

À fin décembre 2010, Buss (2010) tire un bilan contrasté de la labellisation UNESCO : les nuitées hôtelières ont augmenté de 4 % par rapport au premier semestre de 2009, malgré le niveau peu favorable de l'euro par rapport au franc suisse; l'image des Montagnes neuchâtelaises et la perception de ses propres habitants s'est améliorée par un effet de fierté bienvenu; en revanche, il est

toujours difficile de voir des horlogers au travail et quasiment impossible d'acheter une montre produite sur place; l'offre hôtelière locale reste insuffisante en quantité et en qualité.

Il est difficile de chiffrer exactement l'augmentation du nombre de visiteurs dans la région, si ce n'est par les nuitées et éventuellement les statistiques d'entrées des musées d'horlogerie. Toutefois, on observe de nombreux touristes dans les rues de La Chaux-de-Fonds et du Locle, parfois déçus de ne pas pour l'instant pouvoir visiter de fabrique d'horlogerie. À La Chaux-de-Fonds, l'atelier de micromécanique LMEC propose depuis l'été 2012 l'initiation et l'accompagnement au montage d'une montre, mais sans pouvoir encore l'emporter.

Au Locle, une nouvelle signalétique et un nouveau point d'informations touristiques ont été inaugurés en avril 2010. Quant aux brochures en libre accès, leur nombre, en anglais et en allemand, diminue nettement plus rapidement qu'avant l'inscription UNESCO. Enfin, la visite de l'Hôtel de Ville durant les jours ouvrables et une visite guidée sur l'horlogerie tous les samedis matins se sont ajoutées à l'offre. Des solutions sont en train d'être recherchées avec des entreprises horlogères de la place pour qu'elles ouvrent leurs portes une à deux fois par mois pour visiter les ateliers et vendre des montres (Vaucher, 2012).

Jeanneret (2012) confirme les constatations de Buss (2010) et dresse un bilan provisoire du projet UNESCO (Nussbaum, 2010). Selon lui, les habitants des Montagnes neuchâteloises éprouvent un sentiment de fierté pour leur région. Le bilan est aussi positif en termes de contacts noués avec d'autres sites inscrits au Patrimoine mondial, comme Berne et Besançon. La revue de presse est très fournie et plusieurs reportages télévisés sur des chaînes comme NHK (Japon), Südwestfunk (Allemagne) et France 3 n'auraient jamais eu lieu sans l'effet UNESCO. Les habitants, commerçants et restaurateurs observent aussi un nombre croissant de personnes se baladant un appareil de photos en main et un guide dans l'autre.

Les autorités communales du Locle et de La Chaux-de-Fonds ont voté en 2010 un rapport d'information sur le compte rendu de l'aventure UNESCO. Relevons quelques indicateurs figurant dans ce rapport : 2430 personnes ont suivi les visites guidées en 2009, contre 1762 en 2008, soit 40 % de plus. Le petit train urbain a accueilli 2270 personnes en 2009 (il ne circulait pas en 2008). L'Espace de l'urbanisme horloger a accueilli 5554 visiteurs en 11 mois, malgré une signalétique déficiente. Ces chiffres montrent l'intérêt suscité par l'inscription même si le concept d'urbanisme horloger reste difficile à démocratiser (Vaucher, 2010). Au plan financier, l'exercice UNESCO se solde par un déficit de 1 100 euros sur un budget de 600 000 euros, subventions comprises. Le

rapport conclut que l'inscription est un atout majeur pour le développement des deux villes (Nussbaum, 2010).

PERSPECTIVES DE VALORISATION TOURISTIQUE

Les professionnels comme les citoyens et leurs associations volontaires sont appelés à apporter des idées et des projets à concrétiser dans des directions économiques et culturelles. Parmi les projets des Montagnes neuchâtelaises, mentionnons les visites et ventes directes ex-fabriques, une route de l'horlogerie transfrontalière avec des visites, de la gastronomie et du shopping et l'intégration de nouvelles technologies pour découvrir l'urbanisme horloger.

Jusqu'à maintenant, peu de marques semblent reconnaître l'importance de produire des montres dans une région inscrite au Patrimoine mondial de l'UNESCO : seule Corum a communiqué sur l'événement de juin 2009, et Ulysse Nardin souhaite désormais la bienvenue aux visiteurs dans « le pays de l'innovation » grâce à un panneau situé au bord de la principale route d'accès à La Chaux-de-Fonds. Il y a encore des efforts à faire pour associer plus intimement les entreprises et leur production horlogère au label UNESCO, car elles n'y voient pas leur intérêt économique immédiat par rapport à leur public cible traditionnel; elles évoquent aussi le problème de détaillants locaux qui ne sont pas à la hauteur de leurs exigences.

Il reste que les Montagnes neuchâtelaises sont une région industrielle plus que touristique et il faudra probablement des années pour inculquer un meilleur esprit d'accueil touristique. Si les gîtes et les *bed & breakfast* ne désespèrent pas, il existe toujours des hôtels qui ferment trois semaines en été, pendant les « vacances horlogères », au plus fort de la saison touristique! (Vaucher, 2010). La promotion touristique est aussi parfois tiraillée entre plusieurs messages : si Le Locle a axé depuis longtemps sa promotion sur la nature environnante, tout en proposant des aspects horlogers avec un parcours pédestre, La Chaux-de-Fonds s'est plus positionnée comme la Métropole horlogère. Chacune des deux cités essaie de s'identifier à cette inscription au Patrimoine avec ce qu'elle y a apporté (Vaucher, 2010).

Signalons ici une initiative privée originale : un itinéraire pour survoler en hélicoptère le patrimoine urbain des deux villes a été développé en été 2010 par la compagnie aérienne Air-Glacières et l'agence de voyage Croisitour, car « vues d'en haut, La Chaux-de-Fonds et Le Locle, c'est assez impressionnant. Les gens aiment le sensationnel, comme à Niagara Falls, où les gens font la queue », affirme le directeur de Croisitour (Droz, 2010).

Il reste beaucoup à faire pour que la notion de Patrimoine mondial soit un solide argument touristique pour Le Locle et La Chaux-de-Fonds. Les deux villes découvrent de nouveaux modes de communication, avec des budgets

importants, confiés à des entreprises spécialisées. En été 2010, un spot de 10 secondes est passé chaque jour sur les ondes de la Télévision suisse romande, relayé par un concours dans les trains Intercity suisses et la presse hebdomadaire (*Schweizer Illustrierte* et *L'illustré*). Le budget pour l'été 2010 s'est élevé à 230 000 euros (Vaucher, 2010). Depuis 2011, un spot sur l'urbanisme horloger des Montagnes neuchâteloises est diffusé en boucle à l'aéroport de Zurich, dans la zone des bagages. Il touche potentiellement 9 millions de visiteurs par année (Matthey, 2012).

Pour Jeanneret (2012), l'enseignement principal de la labellisation UNESCO est que l'on a réussi à attirer l'attention sur l'horlogerie dans les Montagnes neuchâteloises non seulement comme produits finis, les montres, mais aussi comme processus industriel. Tourisme neuchâtelois devrait proposer un *package* visiteurs tenant en une ou deux journées², avec prise en charge améliorée depuis Genève et Zurich, par avion ou hélicoptère. En outre, il faudrait pouvoir créer un lieu fédérateur du type Maison de l'horlogerie (Courvoisier et Aguilhaume, 2010) dans lequel le visiteur pourra comprendre l'urbanisme et l'horlogerie, démonstration à l'appui, avec une boutique souvenirs et une vente de montres.

LA ROUTE TOURISTIQUE COMME OXYMORE

Les appellations « route touristique » et « itinéraires culturels » ne seraient-ils pas des sortes d'oxymores? En d'autres termes, l'assemblage d'objets développés et gérés par des fonds publics à des fins d'intérêt général, par exemple la route ou certains objets culturels protégés, et d'objets confectionnés pour des activités de type commercial – des produits touristiques – ne débouchent-ils pas sur des tensions entre au moins deux logiques difficilement compatibles?³ Logiques « civique » et « marchande » conditionnant largement toute réflexion prospective sur le développement d'itinéraires touristiques et culturels?

Dans une société idéale, nous aurions une harmonieuse répartition des tâches entre les collectivités publiques chargées de mettre en œuvre les conditions cadres nécessaires à de saines activités économiques, et les organisations privées seules responsables de l'invention et de la réalisation de « produits commerciaux ». C'est sur cette image d'Épinal que bon nombre de discours politiques réclament un « désenchevêtrement » des tâches entre secteur public et privé. Au secteur politique de ne pas avoir la main trop lourde dans le domaine de la

2. D'autant plus que, selon Vincent Matthey, les touristes restent en moyenne 1,7 à 1,9 jour à La Chaux-de-Fonds.

3. Pour reprendre la terminologie de la théorie des conventions (Boltanski et Thévenot, 1991), il s'agirait d'objets justifiés à la fois par le « monde civique » et le « monde marchand », débouchant sur des compromis fragiles entre acteurs poursuivant des objectifs dissemblables.

protection des paysages bâtis et naturels; au secteur privé de construire la chaîne de valeur nécessaire au développement d'activités économiques.

COMPLEXIFIER OU SIMPLIFIER?

À rebours de ce type de discours, nous pensons que les activités touristiques respectives des acteurs publics et privés ne sont pas suffisamment enchevêtrées. En nous inspirant d'une métaphore de Latour (2006), ces mêmes activités ne sont pas assez « chevelues ». En traduisant un peu la métaphore, cela donne à peu près ceci : de nombreuses potentialités existent, mais leur réalisation réclame des structures supplémentaires, une plus grande collaboration des acteurs engagés dans des missions publiques et privées.

Le terrain que nous avons étudié déborde de richesses culturelles, naturelles, et de savoir-faire. Dans un rayon de 50 km autour des villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle, des Hautes écoles regroupent des Instituts de recherche dont les compétences pourraient représenter autant de ressources à implémenter dans le domaine du tourisme et de ses parcours de loisirs et de culture. Dans le domaine muséographique, relativement à sa taille démographique, la région de l'Arc jurassien dispose d'un des équipements les plus riches au monde. Deux parcs naturels régionaux jouxtent notre terrain d'étude; la région regorge de produits du terroir de type AOP et IGP; sa diversité paysagère est exceptionnelle d'un point de vue environnemental et d'une grande beauté. Enfin, la cartographie de la région est lardée de « routes touristiques et d'itinéraires culturels ». Il y en a pour toutes les bourses, pour tous les goûts et tous les moyens de locomotion : voiture, train, bateau, vélo, cheval, ski de fond, avion... Et pourtant, le taux d'occupation hôtelière – environ 30 % – est un des plus mauvais de Suisse.

Bien que la labellisation UNESCO des deux villes ait quelque peu adouci localement cet échec touristique au long cours, l'inventaire des causes officielles de celui-ci semble avoir été établi par Prévert; manque de professionnalisme et de moyens financiers, taux de change désavantageux, mauvaise coordination entre acteurs publics et privés, pléthore de structures, manque de volonté, manque d'innovation, manque d'infrastructures hôtelières, problème de mentalité d'une région qui ne sait pas se vendre ou se coordonner efficacement⁴, etc.

4. La notion de mentalité ou de culture d'une région comme facteur explicatif d'un problème de coordination entre acteurs ne doit pas être sous-estimée. Nous proposons comme hypothèse explicative l'approche anthropologique développée par Le Bras et Todd (2012) et par Todd (2011). Cette approche anthropologique permet de croiser structures familiales historiques et qualité des modes de coordination régionaux.

RAPPORT AU RISQUE ET STRUCTURE

Tout spécialiste en innovation économique⁵ sait qu'une des épreuves principales à franchir pour le porteur de projet se nomme « risque », qui prend toute sa consistance lorsqu'il s'agit de réunir les acteurs prêts à s'engager financièrement dans un projet innovant qui, par définition, ne garantit aucun retour sur bénéfice. En effet, la nouveauté du projet interdit de fait toute comparaison possible, pas de *best practice* servant à rassurer les investisseurs qui, par réflexe de pensée magique, s'appuient sur un plat raisonnement inductif⁶. Selon toute bonne démarche poppérienne, un projet économique innovant est en même temps une hypothèse déductive qu'une série d'épreuves, techniques, organisationnelles, financières tenteront de démonter, jamais de démontrer!

La Haute école de gestion Arc (HEG Arc) a eu l'occasion de se frotter à cette problématique du risque au travers de plusieurs projets créatifs, dont trois sont directement liés à la thématique des routes touristiques et itinéraires culturels. Le premier projet se nomme « Magic Turtle »⁷, un tricycle électrique solaire, énergétiquement autonome grâce à son panneau photovoltaïque à haut rendement. Ce véhicule est capable de transporter deux passagers. Selon sa catégorie, sa vitesse maximale est de 45 km/h et son autonomie d'environ 100 km⁸. Les applications entrevues sont de deux ordres : services à la population et services touristiques. Les fonds de recherche nécessaires à la conception et à la production d'un tel prototype ont été justifiés par des arguments développés par Babey et Giauque (2009) : « l'image d'un territoire est l'expression des objets qui le composent et de ce que les gens en font. En d'autres termes, le développement touristique d'un lieu est étroitement dépendant du caractère exceptionnel des objets que l'on peut admirer ou utiliser, que ces objets soient patrimoniaux ou naturels, des moyens de transport, des services, etc. Ainsi, tant l'apparence que les usages respectueux de l'environnement que le véhicule proposé renforcent théoriquement l'image d'une région.

5. Nous distinguons créativité et innovation (Babey *et al.*, 2011). La créativité se définit comme le modelage d'une idée, d'une invention, d'une création. L'innovation est le processus de diffusion sociale de l'invention.

6. Ce qui pourrait se traduire par : « en copiant le meilleur de la classe, je devrais moi aussi faire de bons résultats ». Sur ce thème, il faut lire Popper (1973).

7. L'appellation a été choisie en référence à la fable de Jean de La Fontaine : « Le lièvre et la tortue ».

8. Par mauvais temps, car l'autonomie est doublée en été sous un soleil resplendissant!

Figure 10.2 – Le véhicule Magic Turtle

Un deuxième projet est venu se greffer sur ce véhicule : un système de réalité augmentée, baptisé « M-TIS »⁹, a été développé par la filière informatique de gestion de la HEG Arc. Sur une tablette tactile ou *smartphone* embarqué dans le véhicule, des informations apparaissent au gré du parcours, selon la localisation GPS des appareils électroniques¹⁰. Les informations peuvent être de tout type : bande-son, archives photographiques, films, images en 3D, publicité contextualisée¹¹, parcours cartographique, etc. Les applications de ce type de logiciel sont innombrables : que l'on soit dans le véhicule Magic Turtle, à pied, à vélo, à cheval ou en voiture, il est possible de plonger dans la mémoire visuelle et auditive d'un quartier de ville, de récolter des informations sur la faune et la flore d'un espace naturel, d'accéder à des informations qu'une muséographie classique ne peut physiquement pas offrir.

Le troisième exemple a trait à une recherche appliquée en cours concernant la valorisation touristique de la filière chevaline dans le Jura¹² : il s'agit de trouver des idées de prestations et de produits développés dans un plan d'affaires général. Deux pistes principales sont éprouvées : premièrement, la réunion cartographique de l'ensemble des pistes équestres (pour cavaliers et roulottes) développées et leur traduction dans une base électronique permettant une application de base de type GPS, à disposition des cavaliers et conducteurs de véhicules hippomobiles. Deuxièmement, la conception d'une roulotte autonome d'un point de

9. L'acronyme signifie « Magic Turtle Information System ».

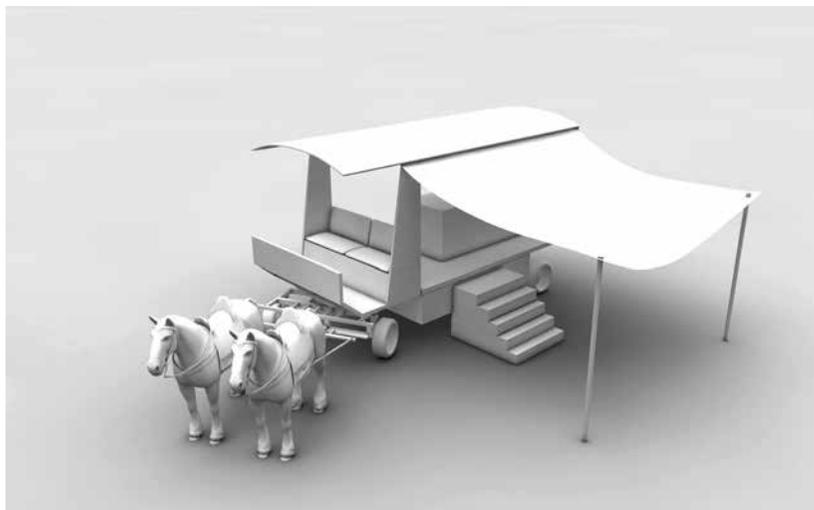
10. Le système fonctionne même par signaux faibles, particulièrement dans certaines portions de territoire mal couvertes par les opérateurs téléphoniques.

11. Par exemple, en passant devant un restaurant, le menu et les prix s'affichent...

12. Cette région est voisine du territoire des villes UNESCO de La Chaux-de-Fonds et du Locle.

vue énergétique¹³, un « hippo bar » dédié en premier lieu à la vente de produits du terroir et à la promotion de prestations touristiques; cette roulotte est prioritairement destinée aux hauts lieux naturels où passent annuellement des centaines de milliers de touristes sans que rien ne leur soit proposé en boissons, nourritures et informations, cadre légal de protection environnementale oblige.

Figure 10.3 – L’hippo bar



D’un point de vue technique, aucun de ces projets créatifs ne pose de grands problèmes de conception. Pas de prix Nobel à l’horizon! Restent trois questions en suspens, probablement essentielles dans toute réflexion prospective en matière de développement touristique : Qui va payer? Qui va gérer? Qui prendra le risque d’un échec?

LE TOURISME, ENTRE *HARDWARE* ET *SOFTWARE*

Il y a plusieurs années, un article consacré au développement touristique régional (Babey, 2000) proposait une distinction entre des activités de type *hardware* et des activités de type *software*. Cette distinction simple permettait de classer systématiquement les organisations impliquées dans des projets touristiques. Entre les deux termes, point d’opposition mais des différences qu’il s’agit d’assembler.

13. Installation de panneaux solaires souples sur le toit de la roulotte, batteries de type, réserve d’eau et équipements de réfrigération à la fois compatibles avec le système électrique autonome embarqué et avec la législation régissant l’hygiène en matière de débit de boisson et de nourriture.

L'espace *hardware* regroupe l'ensemble des acteurs publics, parapublics ou privés développant des objets de type infrastructurel. Par infrastructure, nous entendons en premier lieu l'ensemble des objets liés, au sens large du terme, à l'aménagement du territoire : services cantonaux et communaux ad hoc, ponts et chaussées, transports publics, services forestiers, services culturels, musées, etc. Nous comprenons en second lieu l'ensemble des objets liés aux conditions cadres régissant la coordination des acteurs publics, parapublics et privés : par exemple les associations professionnelles créées pour défendre des intérêts de corporations touchant aux conditions de travail, à la TVA, à l'hygiène, etc. ; les associations de commerce indépendant de détail, les associations de cafetiers restaurateurs, les fondations rurales dédiées aux produits agricoles. Nous intégrons en troisième lieu les services de promotion génériques des offres, ces services étant principalement représentés par les offices cantonaux de tourisme, majoritairement financés par des fonds publics.

Dans l'espace *software*, il n'y a rien d'autre que les personnes morales dédiées à des activités commerciales : sociétés simples, à responsabilité limitée ou anonymes, et quelques fondations créées ad hoc...

Cette répartition des tâches suit fidèlement les lignes de front creusées par les discours politiques dont nous parlions plus haut. Ces mêmes discours ont des effets concrets; ils « désenchevêtrent » en surface tout en fixant les acteurs dans des rôles bien précis, et finalement bien enchevêtrés... Grâce à cette partition, tel hôtelier sera économiquement et juridiquement responsable de son établissement, mais il pourra jouer également dans la partie *hardware*, en étant par exemple membre d'une association de défense des hôteliers, et également membre de l'office cantonal du tourisme, structure para-étatique – aussi financée par les taxes de nuitées perçues. Il pourra ainsi défendre politiquement ses intérêts en tant qu'employeur et vendeur de prestations; il pourra compter sur l'appui de l'office cantonal du tourisme pour faire la promotion de son établissement sur un site Internet financé en grande partie par des fonds publics ou dans des foires touristiques où le nom de son établissement sera dûment représenté.

Dans une telle configuration, la notion de produit touristique n'existe tout simplement pas d'un point de vue politique, quand bien même les collectivités publiques jouent un rôle indispensable à leur existence. En effet, pas de *software* sans *hardware*...

Si la partie *hardware* brille par une culture de la collaboration corporatiste et réactive, la partie *software* en est totalement dépourvue. Passé la frontière du *hardware*, nous nous trouvons face à un paysage social morcelé, composé d'individualités radicales financièrement faibles. Une sorte de paradis pour les chantres d'une concurrence pure. Une aberration économique et un enfer dès

lors que l'on s'éloigne de centres urbains prometteurs de marges bénéficiaires ou que l'on tente de développer quelque projet innovant impliquant de fait une chaîne de valeur complexe d'abord constituée de liens sociaux.

La stagnation structurelle qu'entraîne cette répartition des tâches fait retour sur les offices de tourisme à qui l'on demande ce qu'ils ne peuvent légitimement pas faire : des produits touristiques. Dès lors que l'on pointe du doigt l'atomisation sociale des acteurs économiques (*software*), l'ensemble des acteurs institutionnels que nous avons rencontrés ne peuvent que valider le même constat. Ceux-ci arguent de la nécessité de voir les acteurs économiques touristiques mutualiser les risques en mettant en commun leurs maigres ressources pour valoriser des projets innovants.

CONCLUSION, LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE

En réponse à la première question de recherche, le cas des Montagnes neuchâtelaises, avec en arrière-plan le Vieux-Québec et Bordeaux, montre que l'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO porte des enjeux et des conséquences économiques et touristiques très importants. Pour Berne, inscrite en 1983, les acteurs n'avaient pas besoin de l'inscription pour présenter et promouvoir leur ville, capitale fédérale de la Suisse déjà très connue et visitée pour son Palais fédéral, sa vieille ville typique et sa fosse aux ours. A contrario, une ville provinciale comme Albi (France), inscrite en août 2010, a enregistré une hausse de 39 % des visiteurs à l'office de tourisme dès les premières semaines (Evin et Faye, 2010).

La question de la mesure de l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO est délicate : on dispose rarement de données fiables de fréquentation touristique avant et après l'inscription. Tout au plus, cette dernière renforce la fréquentation touristique, comme à Lyon qui a bénéficié de plus de 26 % de nuitées en trois ans, avant que ces dernières ne retombent (Origet du Cluzeau, 2004). L'enjeu de la course aux labels, comme celui de l'UNESCO, est important pour exister davantage dans le paysage culturel mondial. En France, les retombées économiques pour certaines villes ont été importantes : plus de 20 % de visiteurs à Carcassonne suite au classement intervenu en 1997, et plus 40 % pour le trafic sur le Canal du Midi suite à son inscription en 1998 (Meironin, 2012).

Concernant la deuxième question de recherche, les nouvelles technologies débouchent sur une foule d'applications qui sont autant d'hypothèses de produits, tant en matière de mobilité douce que de systèmes d'information embarqués. L'originalité d'un projet tel que « M-TIS » est qu'il est compatible avec un axe développement durable, la mobilité douce, alors que, pour bien

des sites labellisés UNESCO, la foule de visiteurs qui s'y pressent est plutôt une menace (Marcotte et Bourdeau, 2010).

Nous percevons au moins deux limites à notre recherche : la première est théorique, la seconde est méthodologique. Concernant la première, nous avons constaté une atomisation institutionnelle et sociale des acteurs économiques, qui condamne tout transfert de connaissances ou appropriation des innovations développées régionalement en laboratoire. Si cette atomisation peut être considérée comme une cause première du manque d'innovation touristique de la région étudiée, il faudrait également trouver et tester « une cause à la cause », puis tenter d'instrumentaliser les résultats et de résoudre les problèmes constatés. D'un point de vue anthropologique, le modèle des structures familiales de Todd (2011) nous paraît être une ressource théorique prometteuse pour comprendre les causes de cette atomisation.

D'un point de vue méthodologique, la limite de cette recherche exploratoire est bien entendu l'étude du seul cas de La Chaux-de-Fonds et du Locle avec une orientation prospective vers l'intégration de nouvelles technologies pour valoriser la (re)découverte d'itinéraires du patrimoine urbain horloger, puis les parcours du Jura. Comme la littérature spécifique est encore réduite sur le thème de l'utilisation de la réalité augmentée dans le marketing urbain et territorial, cela ouvre naturellement des voies de recherche intéressantes comme l'élargissement de la réflexion à un échantillon plus diversifié de sites labellisés UNESCO, en faisant des analyses et des comparaisons par pays et types de sites, naturels et sites urbains, notamment. Une approche plus structurée qu'un guide d'entretien semi-directif sera préconisée afin de développer une grille d'analyse plus pointue qu'une approche descriptive selon la méthode des cas (Lapierre, 1992). De plus, il sera pertinent d'interroger un certain nombre de visiteurs sur les raisons de leur venue dans les Montagnes neuchâteloises et le Jura, ainsi que de leur perception du label UNESCO.

Il ressort de notre recherche que l'utilisation des nouvelles technologies au service du marketing urbain et territorial est un instrument pertinent à disposition des régions qui ont un patrimoine naturel, historique, technologique (ou tout cela à la fois) à faire valoir auprès de différents publics cibles au travers de la promotion touristique et économique. Pour cela, il est indispensable d'avoir des visions, un plan stratégique et des projets concrets dans lesquels les acteurs politiques, économiques et citoyens peuvent s'identifier et agir en conséquence dans un processus participatif et coordonné du *hardware* et du *software*. Des indicateurs de mesure du succès des activités sont également à mettre en place.

De manière plus générale se pose la question de ce qui fait qu'une ville ou un territoire devient une marque et une destination, de même que la congruence entre la représentation initiale d'un lieu et le vécu. Il n'est pas exclu de considérer, dans le cadre des Montagnes neuchâteloises, que l'on pourrait encore enrichir « l'offre destination » avec des volets liés aux réalisations de l'architecte Le Corbusier ainsi qu'à l'Art nouveau, qui embellit bon nombre d'édifices de la région.

BIBLIOGRAPHIE

- BABEY, N. (2000) Territoire et tourisme : décentraliser la gestion de l'image. *Bulletin de la Société neuchâteloise de géographie*, 44 : 19-34.
- BABEY, N., COURVOISIER, F. et PETITPIERRE, F. (2011) *L'innovation entre philosophie et management : la théorie des trois cubes*. coll. Conception et Dynamique des Organisations, Paris, L'Harmattan.
- BABEY, N. et GIAUQUE, D. (2009) *Management urbain : essai sur le mimétisme et la différenciation*. Québec, Presses de l'Université Laval.
- BAILLY, A.S. (1993) Les représentations urbaines : l'imaginaire au service du marketing urbain. *Revue d'économie régionale et urbaine*, 5 : 863-867.
- BOLTANSKI, L. et THÉVENOT, L. (1991) *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.
- BUSS, P.-E. (2010) Les Montagnes neuchâteloises tirent un bilan contrasté du label UNESCO. *Le Temps*, 31 août : 10.
- CHAUMIER, S. (2009) Le désir d'en être ou l'exemple de la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Les territoires de la démocratisation culturelle, Moeschler O. et Thévenin O. (coord.), Paris, Logiques sociales – L'Harmattan.
- CELLINI, R. (2011) Is UNESCO recognition effective in fostering tourism ? À comment on Yang, Lin and Han. *Tourism Management*, 32 (2) : 452-454.
- CHANG, T.C., MILNE, S., FALLON, D. & POHLMANN, C. (1996) Urban Heritage Tourism : The Global-Local Nexus. *Annals of Tourism Research*, 23 (2) : 284-305.
- COURVOISIER, F. et AGUILLAUME, C. (2010) Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action. *Revue Espaces : Tourisme et Loisirs*, 283 (juillet-août) : 33-41.
- DONZÉ, P.Y. (2012) *Histoire du Swatch Group*. Neuchâtel, Ed. Alphil – Presses universitaires suisses.
- DROZ, D. (2010) Une offre inédite pour survoler le Patrimoine mondial de l'UNESCO. *L'Express-L'Impartial*, 27 juillet : 3.
- EVIN, F. et FAYE, O. (2010) Quel est l'impact du classement au Patrimoine mondial de l'Unesco? *Le Monde*, 27 août : 18.

- FLIPO, J.P. et TEXIER, L. (1992) Marketing territorial : de la pratique à la théorie. *Revue Française du Marketing*, 136 (1) : 41-52.
- HEINIGER, N. (2009) En bus sur les traces des horlogers loclois. *L'Express*, 8 juin : 9.
- HOVINEN, G.R. (1995) Heritage issues in urban tourism : an assesement of new trends in Lancaster County. *Tourism Management*, 16 (5) : 381-388.
- JEANNERET, J.D. (2012) Entretien avec F. Courvoisier et N. Babey, 30 mai.
- JEANNERET, J.-D. (coord.) (2009) *La Chaux-de-Fonds/Le Locle : urbanisme horloger*. Le Locle, Editions G-d'Encre.
- JELMINI, J.-P. (2007) La culture horlogère dans *La Culture horlogère : art, industrie, marketing*, K. Zorik & F. Courvoisier (coord.), Neuchâtel, Ed. JIMH : 17-25.
- JUBIN, S. (2004) Et si le marketing urbain oubliait les indicateurs chiffrés pour prendre en compte l'avis des citoyens? *Le Temps*, 21 avril : 7.
- JUPPÉ, A. (2010) Propos recueillis par F. Courvoisier lors du 10^e congrès CIFEPME. Université de Bordeaux 4 Montesquieu, 28 octobre.
- LAPIERRE, L. et al. (1992) *Imaginaire et leadership, tome 1 : la méthode subjective et les narrations*. Montréal, Québec/Amérique et Presses HEC.
- LATOUR, B. (2006) *Changer de société, refaire de la sociologie*. Paris, La Découverte.
- LE BRAS, H. et TODD, E. (2012) *L'invention de la France. Atlas anthropologique et politique*. Paris, Gallimard.
- MARCOTTE, P. et BOURDEAU, L. (2010) La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO : compatible avec le développement durable? *Management et Avenir*, 34, avril : 270-288.
- MARCOTTE, P. et BOURDEAU, L. (2008) L'industrie touristique et l'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial : Attentes et déceptions. Journée de recherche sur l'attractivité du territoire, ESC St-Etienne, octobre.
- MATTHEY, V. (2012) Entretien avec F. Courvoisier et N. Babey. 30 mai.
- MATTHEY, V. (2009) Entretien avec F. Courvoisier et C. Aguiillaume. 11 décembre.
- MEYRONIN, B. (2012) *Marketing territorial. Enjeux et pratiques* (2^e éd.). Paris, Vuibert.
- MEYRONIN, B. (2008) Marketing des services publics et marketing territorial : vers une dynamique de réenchantement? *Economies et Sociétés*, série EGS, 9 (2) : 349-378.
- NICHOLAS, L.N., THAPA, B. et KO, Y.J. (2009) Residents' Perspectives of a World Heritage Site : The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36 (3) : 390-412.

- NOISETTE, P. et VALLÉRUGO, F. (2010). *Un monde de villes, le marketing des territoires durables*. La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube.
- NOISETTE, P. et VALLÉRUGO, F. (1996) *Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégique*. Paris, Editions d'Organisation.
- NUSSBAUM, R. (2010) Inscription UNESCO : Je pense que les Montagnons éprouvent un sentiment de fierté. *L'Express-L'Impartial*, 3 septembre : 11.
- ORIGET DU CLUZEAU, C. (2004) L'inscription n'est pas une manne. *Espaces : tourisme et loisirs*, 215 (mai) : 26-28.
- POPPER, K. (1973) *La logique de la découverte scientifique*. Paris, Payot.
- RENCONTRES DE DÉCEMBRE (2009) Propos tenus pendant les 11^e Rencontres : « Quel avenir pour les Montagnes neuchâtelaises? »; « L'UNESCO... et après? », Le Locle, 5 décembre.
- ROSEMBERG, M. (2000) *Le marketing urbain en question*. Paris, Anthropos – Economica.
- TEXIER, L. et VALLA, J.-P. (1992) Le marketing territorial et ses enjeux. *Revue française de marketing*, 87 (janvier-février) : 45-55.
- TODD, E. (2011) *L'origine des systèmes familiaux. Tome I. L'Eurasie*, Paris, Gallimard.
- VAUCHER, B. (2012) Entretien avec F. Courvoisier et N. Babey, 30 mai.
- VAUCHER, B. (2010) Entretien avec F. Courvoisier et C. Aguiillaume, 13 septembre.
- WIEVIORKA, M. (1975) Le marketing urbain. *Espaces et Sociétés*, 16 (novembre) : 109-123.
- YANG, C.H, LIN, H.L et HAN, C.C. (2010) Analysis of international tourist arrivals in China : The role of World Heritage sites. *Tourism Management*, 31 (6) : 827-837.

CHAPITRE 11

Tourisme, commémoration et mémoire militaire canadienne à l'étranger

Jean Martin

Direction de l'histoire et du patrimoine du ministère de la Défense nationale

Chaque année, plusieurs dizaines, voire plusieurs centaines de Canadiens se dirigent vers des sites français, belges, parfois italiens ou coréens, pour commémorer des événements de l'histoire militaire canadienne. Ces groupes ne passeront que quelques jours dans chacun de ces pays, où un programme chargé leur laissera très peu de temps pour jouer au touriste. Ces voyages sont en fait davantage des tournées que des visites, les militaires qui y prennent part devant livrer un certain nombre de performances devant des auditoires qui sont ouverts aux populations locales, mais qui comprennent aussi un bon nombre de Canadiens emmenés avec eux. Ce sont les spectateurs locaux de ces cérémonies et démonstrations militaires qui deviennent pour l'occasion des touristes dans ce qu'il faut percevoir comme des enclaves canadiennes au milieu de leur pays.

LES CÉRÉMONIES MILITAIRES CANADIENNES

C'est le ministère des Anciens Combattants (ACC) qui est responsable de l'organisation des cérémonies militaires canadiennes à l'étranger. Le ministère de la Défense nationale (MDN), sous la supervision de sa Direction de l'histoire et du patrimoine (DHP), fournit un soutien logistique dont l'importance varie en fonction du type d'événement en cause. Dans le cas d'une inhumation¹, il pourra simplement s'agir d'un aumônier avec un musicien, mais pour les grandes commémorations, les Forces canadiennes (FC) fourniront une

1. Les restes de soldats canadiens tombés pendant les deux guerres mondiales sont régulièrement retrouvés en Europe. On procède alors à l'identification de l'individu et une cérémonie d'inhumation est organisée dans un cimetière de la Commonwealth War Graves Commission (CWGC) près du lieu où le corps a été localisé.

garde d'honneur, des musiciens, des aumôniers et divers autres éléments, quarante ou cinquante personnes en tout, avec le transport aérien dans les appareils militaires. Les FC contribueront également au transport des dignitaires invités : gouverneur général, ministres et autres représentants officiels. Il sera ici surtout question de ces grandes cérémonies commémoratives qui engagent plusieurs dizaines de participants. Ces cérémonies concernent principalement les deux guerres mondiales du XX^e siècle et la guerre de Corée, au cours desquelles les militaires canadiens ont combattu surtout en Europe de l'Ouest et en Extrême-Orient.

Le ministère des Anciens Combattants organise au moins une grande cérémonie chaque année, parfois davantage. Certains grands engagements font l'objet de grande cérémonie sur une base régulière : la bataille de la Crête de Vimy en avril 1917, le raid de Dieppe en août 1942, la campagne d'Italie de 1943–1944, le débarquement de Normandie de juin 1944. Ces événements sont commémorés de façon plus modeste chaque année, mais tous les cinq ans, le MDN fournit son soutien pour de grandes cérémonies. Les 50^e, 75^e et 100^e anniversaires sont commémorés avec encore plus d'ampleur, certains événements regroupant plusieurs milliers de participants. D'autres événements plus spécifiquement associés à une unité ou à un groupe donnent aussi lieu à l'occasion à des commémorations soutenues par les FC. La plupart des cérémonies se tiennent près des grands monuments que le Canada entretient à l'étranger ou des cimetières et monuments consacrés aux forces du Commonwealth britannique. ACC gère quatorze mémoriaux dans le nord de la France et dans la région d'Ypres, en Belgique. Cinq sont des monuments érigés à la mémoire du régiment terre-neuvien, les neuf autres commémorant des engagements du Corps expéditionnaire canadien pendant la Première Guerre mondiale². Deux de ces monuments sont érigés à l'intérieur de grands parcs d'interprétation, celui du régiment terre-neuvien à Beaumont-Hamel et celui de la bataille de la Crête de Vimy.

Pour la Deuxième Guerre mondiale, les cérémonies commémoratives se tiennent surtout en Normandie, aux Pays-Bas et en Italie, mais aussi à Hong Kong où les Canadiens ont combattu à la fin de 1941. Une douzaine de grandes commémorations ont été organisées entre 2005 et 2012, toutes en Europe, sauf pour le 55^e anniversaire de la Guerre de Corée, en 2008.

2. Terre-Neuve ne faisait pas partie du Canada pendant la Première Guerre mondiale et son unique bataillon d'infanterie a servi au sein d'une division britannique. Le Corps expéditionnaire canadien englobe quant à lui l'ensemble des troupes canadiennes qui ont combattu outre-mer pendant cette même guerre.

Tableau 11.1 Commémorations militaires canadiennes à l'étranger de 2005 à 2012

Année	Évènement	Pays hôte
2005	60 ^e Anniversaire de la libération des Pays-Bas	Pays-Bas
	Tournée autochtone en Europe	France et Belgique
2006	90 ^e Anniversaire de la bataille de la Somme	France
2007	90 ^e Anniversaire de la bataille de la crête de Vimy	France
	65 ^e Anniversaire du débarquement de Dieppe	France
2008	55 ^e Anniversaire de la Guerre de Corée	Corée du Sud
	90 ^e Anniversaire de l'armistice de 1918	France
2009	65 ^e Anniversaire du Débarquement en Normandie	France
	65 ^e Anniversaire de la Campagne d'Italie	Italie
2010	65 ^e Anniversaire de la libération des Pays-Bas	Pays-Bas
2011	95 ^e Anniversaire de la bataille de la Somme	France
2012	95 ^e Anniversaire de la bataille de la crête de Vimy	France

Source : Compilation personnelle.

Les deux tiers de ces commémorations avaient lieu, au moins pour une bonne part, en France, qui est le pays où les militaires canadiens ont été le plus souvent engagés depuis 1914. La France n'accueillera plus que 40 % des commémorations dans les cinq années suivantes, alors qu'une douzaine d'autres grandes cérémonies seront tenues à l'étranger, la Turquie, la Chine et la Russie apparaissant pour la première fois au tableau. On peut toutefois s'attendre à ce que les 70^e et 75^e anniversaires du débarquement de Dieppe et, plus encore, le 70^e anniversaire du débarquement de Normandie et le centenaire de la bataille de la Crête de Vimy prennent une ampleur exceptionnelle. De même l'Europe s'apprête à commémorer le début de la Première Guerre mondiale en 2014 et, même si l'évènement n'apparaît pas au programme des commémorations à venir du MDN, il serait surprenant que le Canada n'y apporte pas sa participation. La France devrait donc encore voir défiler un bon nombre de militaires canadiens au cours des prochaines années.

Tableau 11.2 Commémorations militaires canadiennes à l'étranger de 2012 à 2017

Année	Évènement	Pays hôte
2012	70 ^e Anniversaire du débarquement de Dieppe	France
2013	60 ^e Anniversaire de l'armistice coréen	Corée du Sud
2014	70 ^e Anniversaire du Débarquement de Normandie	France
	70 ^e Anniversaire de la libération de la Belgique	Belgique
	70 ^e Anniversaire de la Campagne d'Italie	Italie
2015	100 ^e Anniversaire de la campagne de Gallipoli	Turquie
	70 ^e Anniversaire des convois de Mourmansk	Russie
	70 ^e Anniversaire de la libération des prisonniers de Hong Kong	Chine
	70 ^e Anniversaire de la libération des Pays-Bas	Pays-Bas
2016	100 ^e Anniversaire de la bataille de la Somme	France
2017	100 ^e Anniversaire de la bataille de la Crête de Vimy	France
	75 ^e Anniversaire du débarquement de Dieppe	France

Source : Compilation personnelle.

LE DÉROULEMENT DES TOURNÉES DE COMMÉMORATIONS MILITAIRES

Pendant la Guerre froide, ce sont les troupes que le Canada déployait à l'étranger qui étaient utilisées pour la tenue des cérémonies commémoratives de la Première et de la Seconde Guerres mondiales³. Avec la fermeture des bases européennes et le rapatriement des troupes, le MDN a accepté de soutenir la tenue de ces cérémonies par l'envoi de troupes prélevées dans les établissements du Canada. L'entente conclue au début des années 2000 entre ACC et la DHP prévoit que le MDN fournira un aumônier, un clairon, un cornemuseur et une garde d'honneur, en plus du transport aérien pour toute la délégation gouvernementale canadienne, pour au moins un « pèlerinage » par année. Parmi les objectifs de ces pèlerinages, mentionnons :

1. l'occasion pour la jeunesse canadienne⁴ de se familiariser avec l'histoire et les traditions militaires canadiennes;
2. l'occasion pour les troupes de se familiariser avec leur histoire militaire en visitant les champs de bataille;

3. Le Canada a maintenu une division aérienne et une brigade mécanisée en Europe entre 1951 et 1991. Ces unités étaient principalement déployées dans des bases situées en Allemagne de l'Ouest et en France.

4. C'est l'auteur qui souligne.

3. l'occasion pour les Forces canadiennes de participer et d'interagir avec des troupes étrangères dans des activités de commémoration;
4. l'occasion de travailler dans un pays étranger et de projeter l'image des Forces canadiennes⁵.

L'élément jeunesse est incarné par les jeunes Canadiens qui sont invités, parfois en très grand nombre, à participer à ces pèlerinages. La visite des champs de bataille est la partie du pèlerinage qui permet au personnel militaire engagé de se familiariser avec son histoire militaire. L'interaction avec les troupes étrangères se produit dans le cas de cérémonies conjointes avec les militaires du pays hôte ou avec ceux des forces alliées. La projection de l'image des Forces canadiennes est sans conteste l'élément central de tous ces pèlerinages. Tout est pensé et organisé pendant ces tournées pour mettre de l'avant l'aspect militaire de la culture canadienne. C'est un Canada militaire que peut observer le spectateur qui se présente à ces manifestations.

Dans les faits, les cérémonies durent entre une heure et une demi-journée, dépendant du type d'événement. Pour une commémoration normale, on réunira un groupe de vétérans avec leurs accompagnateurs, de jeunes Canadiens, la garde militaire et un certain nombre de dignitaires. Après l'introduction par le maître de cérémonie, on assiste aux discours des dignitaires, suivis par ceux des vétérans invités. Puis vient la prière, récitée par l'aumônier militaire, suivie par la lecture de l'Acte du Souvenir. Le clairon joue ensuite la « Dernière sonnerie » (*Last Post*) et le public est invité à respecter une minute de silence. Alternativement, un historien pourra ici faire une brève présentation sur l'événement commémoré ou un des jeunes invités prononcera quelques mots. Suivra le rituel du dépôt des couronnes. L'aumônier reviendra pour offrir sa bénédiction et on clôturera avec l'hymne national. Naturellement, dans le cas des grands anniversaires qui réunissent de nombreux dignitaires et attirent des foules plus importantes, le déroulement se trouvera considérablement allongé pour s'étirer parfois sur toute une demi-journée.

5. Memorandum of Understanding on Overseas Pilgrimages to Sites of Historical Significance between Veterans Affairs Canada and Department of National Defence, 30 October 2002. L'original anglais se lisait : « provide an opportunity for Canadian youth to learn about Canada's military history and heritage »; « provide an opportunity for troops to learn about their military history by seeing the actual battlegrounds »; « provide Canadian Forces personnel with the opportunity to participate and interact with foreign troops in remembrance activities »; « afford DND the opportunity to work in a foreign country and to project the image of the Canadian Forces ».

LA PARTICIPATION LOCALE

La participation des populations locales à ces cérémonies varie d'insignifiante à imposante. Les grands anniversaires commémorés de façon conjointe mis à part, les cérémonies militaires canadiennes sont assez peu publicisées et on n'y retrouvera souvent que quelques dizaines de voisins pour y assister. Lorsque le temps est beau et que la cérémonie requiert une mise en place plus élaborée au centre d'un gros village ou d'une ville, une foule plus grande se réunira. Ce sont surtout des personnes âgées et des familles qui seront attirées par le décorum et le cérémonial associés aux démonstrations militaires. Dans certains endroits, comme à la porte de Menin, à Ypres, la foule sera beaucoup plus imposante et inclura des gens de toutes les catégories d'âge et de profession, dans le plus grand recueillement.

Des vétérans locaux sont aussi invités à participer à certaines des cérémonies tenues par les Canadiens. Les préfets et maires de la région, des ministres aussi, viendront s'adresser à la foule à ces occasions et on aura une garde d'honneur française ou belge, selon le lieu. Le déroulement de ces cérémonies obéit à un strict protocole et il y a généralement assez peu d'interaction entre les participants et les spectateurs. Les militaires et autres représentants canadiens exécutent un rituel qui s'adresse avant tout, par le biais des transmissions électroniques et des rapports de presse, à un public canadien.

LA VISITE DES CHAMPS DE BATAILLE

La partie touristique de ces tournées est constituée de visites de champs de bataille offertes aux militaires qui font partie de la garde et des autres éléments de soutien employés pour les cérémonies. La garde est constituée de militaires provenant de diverses unités de tous les services : armée, aviation et marine, auxquels on ajoute quelques membres de la Gendarmerie royale du Canada, la célèbre Police montée. On demandera habituellement aux unités qui ont participé aux batailles qui font l'objet d'une commémoration de déléguer un ou deux représentants pour faire partie de la garde d'honneur. Les militaires sélectionnés pour prendre part à ces tournées ne passeront généralement que quatre ou cinq jours à l'étranger, pendant lesquels on essaiera de garder une journée ou deux pour les emmener faire une visite des champs de bataille voisins.

Les visites tournent autour de batailles canadiennes seulement et servent à mettre en valeur les actions des unités canadiennes auxquelles appartiennent plusieurs des militaires qui participent aux visites. On s'intéressera notamment aux batailles de Vimy et de la Somme, aux nombreux engagements qui se sont déroulés autour de la ville d'Ypres pendant la Première Guerre mondiale, au débarquement de Dieppe, à celui de Normandie et aux combats qui ont suivi dans la région, aux batailles d'Ortona et de Casa Berardi en Italie, et de Kapjong

en Corée. Les militaires suivent généralement le programme qui est offert sans s'écarter du parcours prévu. Le peu de temps disponible et l'ignorance des langues locales restreignent considérablement les velléités exploratoires qui pourraient saisir certains participants. C'est encore une fois un peu du Canada que les militaires visitent à l'étranger et les interactions avec les populations locales seront assez limitées.

Les vétérans montrent souvent un peu plus d'intérêt pour la culture et la société locales. Ils ont séjourné dans ces pays dans le passé et ils souhaitent souvent revoir des lieux qui n'ont parfois pas de liens directs avec la bataille, retrouver des sensations qu'ils ont connues, tenter de retracer des personnes parfois. Le jeune militaire n'a pas ces références et son rapport avec le pays d'accueil restera souvent assez superficiel. Le fait est cependant que les vétérans des guerres mondiales sont de moins en moins nombreux à pouvoir participer à ces pèlerinages et ceux qui y participent sont beaucoup moins autonomes. Le dernier vétéran de la Première Guerre mondiale est disparu en 2010. Il en reste toujours 107 600 qui ont participé à la Seconde Guerre mondiale, mais leur moyenne d'âge est de 88 ans et le temps où ils pouvaient s'égarer librement sur les routes de France ou d'Italie est généralement révolu⁶. Les pèlerinages militaires changent donc graduellement de caractère aujourd'hui.

LES GRANDS PÈLERINAGES DE MASSE

Le 26 juillet 1936, 8 000 pèlerins canadiens étaient réunis pour le dévoilement du grand mémorial de Vimy, en France. Une foule de plus de 50 000 personnes avait aussi accouru pour assister à l'événement⁷. C'est le premier grand pèlerinage de vétérans canadiens en Europe. L'idée avait été proposée pour la première fois en 1927, à l'approche du dixième anniversaire de l'armistice, mais les difficultés d'organisation ont fait qu'on repoussa l'événement jusqu'à l'inauguration officielle du grand monument de Vimy. Malgré la durée de la traversée transatlantique, les pèlerins ne passèrent guère plus de temps en territoire français que les participants aux cérémonies d'aujourd'hui. Embarqués sur des navires en partance de Montréal le 16 juillet, les 6 000 pèlerins débarquaient dans les ports de la Manche la veille de la grande cérémonie seulement⁸. Le lendemain, ils repartaient déjà pour l'Angleterre, où le pèlerinage de ces fidèles soldats de l'Empire se poursuivit jusqu'au 31 juillet. Les vétérans étaient en effet

6. Évaluation en date de mars 2012. Anciens Combattants Canada, statistiques générales : <http://www.veterans.gc.ca/fra/ministere/presse/statistiques>.

7. On a parfois évalué la foule à 100 000 personnes à l'époque, mais Macintyre (1967 : 78), qui dirigeait les préparatifs du dévoilement à l'époque, parle d'une foule plus proche des 50 000.

8. 2 000 autres pèlerins étaient partis d'Angleterre.

très majoritairement anglophones et même d'origine britannique⁹. Sur les 8 000 pèlerins, le journal *Le Devoir* évaluait entre 60 et 75 seulement la participation des Canadiens francophones (Lloyd, 1998 : 203). Si aujourd'hui on visite des champs de bataille canadiens à l'étranger, en 1936, Vimy était encore un peu un champ de bataille britannique.

Cette fois cependant, quelque 4 500 pèlerins retraversaient la Manche le 1^{er} mai, en réponse à une invitation du gouvernement français pour passer cinq jours à faire du vrai tourisme en visitant, entre autres, Paris et la vallée de la Loire. Ce grand dévoilement de 1936, c'était un peu la commémoration du 20^e anniversaire de la bataille un an à l'avance. Le cinquantième, qui coïncidait avec le centenaire de la Confédération canadienne, fut l'occasion d'un nouveau pèlerinage, tout de même moins imposant que celui de 1936. La Seconde Guerre mondiale devait interrompre le rythme des commémorations, mais le centenaire de la Confédération canadienne, coïncidant avec le cinquantième de la bataille, allait relancer le mouvement. C'est à cette occasion que, sans doute emporté par l'enthousiasme nationaliste des célébrations du centenaire, celui qui présidait la Légion canadienne au moment du dévoilement de 1936, le brigadier-général Alexander Ross, prononça la fameuse phrase en parlant de la bataille de la Crête de Vimy : « *It was Canada from the Atlantic to the Pacific on parade. I thought then that in those few minutes I witnessed the birth of a nation*¹⁰. »

En 2007, après trois années de fermeture pour rénovation, le grand monument de Vimy faisait l'objet d'un second dévoilement coïncidant avec le 90^e anniversaire de la bataille. Comme en 1936, entre 8 000 et 10 000 Canadiens se sont rendus en France pour assister à l'évènement et, comme son oncle Edouard VIII en 1936, la reine Elisabeth II avait aussi fait le voyage. Les Premiers ministres canadien et français prenaient part à la cérémonie ainsi qu'un bon nombre de vétérans canadiens, français et britanniques, mais aucun ayant combattu pendant la Grande Guerre. Malgré l'affluence de quelque milliers de visiteurs français, souvent attirés par la présence de la souveraine britannique, la majorité des quelque 15 000 à 20 000 personnes qui assistaient à l'évènement étaient encore une fois des Canadiens. Pour le 95^e anniversaire de la bataille, au printemps de 2012, cette proportion était encore plus forte. Par un temps froid et pluvieux, la préfecture locale évaluait qu'une

9. La majorité des soldats qui faisaient partie du Corps d'armée canadien à la bataille de la Crête de Vimy étaient nés en Grande-Bretagne. Voir à ce propos Morton (1993).

10. À notre connaissance, c'était la première fois qu'une telle idée était énoncée. Personne au moment de la bataille n'avait songé à associer ainsi l'évènement à la naissance de la nation canadienne (voir Martin, 2008).

foule de 6 000 à 8 000 personnes s'était réunie à Vimy, dont 5 000 jeunes Canadiens qu'on avait transportés expressément pour l'occasion¹¹.

VIMY ET LA MÉMOIRE MILITAIRE CANADIENNE

La présence du grand mémorial à Vimy en a fait le lieu par excellence des commémorations militaires canadiennes à l'étranger. Par la majesté imposante du monument et la conservation des témoignages matériels des combats (tranchées, trous d'obus, tunnels), Vimy attire des milliers de visiteurs de France comme de l'étranger, et son nom est largement connu à travers le monde; beaucoup plus que ceux de Courcellette, de Dury, du Bois de Bourlon ou d'autres sites de batailles canadiennes souvent au moins aussi importantes qu'a pu l'être Vimy en son temps. En visitant Vimy, beaucoup ont l'impression d'avoir vu l'essentiel de la participation canadienne à la Première Guerre mondiale. Les Canadiens ont pourtant passé quatre années en France et en Belgique et ils ont participé à beaucoup d'autres combats, souvent beaucoup plus durs et coûteux que Vimy; les victoires qu'ils ont remportées pendant les Cent Jours de 1918 ont probablement eu un impact beaucoup plus grand sur le déroulement de la guerre¹². Vimy a cependant tendance à occulter tout le reste et il y a assez peu de visiteurs qui se présentent sur le site des quatorze autres mémoriaux canadiens en France et en Belgique.

L'accent est similairement placé sur la plage de débarquement Juno du 6 juin 1944 pour la Seconde Guerre mondiale, laissant un peu dans l'oubli les dizaines d'autres engagements auxquels les Canadiens ont pris part en France, en Belgique, aux Pays-Bas et en Italie¹³. Le site de la Seconde Guerre mondiale qui est probablement le plus connu toutefois est celui d'un désastre : Dieppe, où les Canadiens ont mené un raid tragiquement inefficace le 19 août 1942. L'attaque sur Dieppe est fidèlement commémorée chaque année, au même titre que la libération de la Belgique ou des Pays-Bas par l'Armée canadienne. Le temps n'a pas encore pu faire lever le mythe de Dieppe au niveau de celui de Vimy, mais il y a toute une mythologie qui s'est élaborée autour de cet échec et qui grandit avec chaque commémoration. Dieppe, comme Vimy, s'est produit dans la quatrième année d'une des deux guerres mondiales, à 25 ans d'intervalle, et les deux batailles représentent des événements qui projetaient une première fois les Canadiens à l'avant-plan de l'actualité dans chacune des deux

11. Les divers groupes qui ont fait le voyage du Canada pour assister à ces cérémonies réunissaient plus de 6 000 personnes, auxquels il faut encore ajouter la délégation du gouvernement canadien qui comptait près de 300 personnes. (DHP-3, 2012).
12. On désigne sous le nom des « Cent Jours » l'avance ininterrompue qui s'amorce à Amiens le 8 août 1918 pour aller jusqu'à l'armistice du 11 novembre.
13. La plage Juno est la portion de côte attribuée à l'Armée canadienne lors du grand débarquement allié sur les côtes normandes du 6 juin 1944.

guerres. Les Canadiens ont fait parler d'eux partout au mois d'août 1942 comme en avril 1917, quoique pour des raisons différentes, et cette célébrité passagère a fortement marqué la mémoire canadienne. En un sens, on peut avancer que Vimy et Dieppe se trouvent au centre de la mémoire canadienne des deux guerres mondiales.

Si on s'arrête au cas de Vimy pourtant, on se rend compte que l'expérience canadienne de la Première Guerre mondiale va bien au-delà de cette seule bataille. D'abord, les Canadiens n'ont pas conquis la crête de Vimy sans aide; les quelque 80 000 morts français des deux batailles de 1915 sont là pour nous le rappeler¹⁴. Mais les Canadiens combattaient depuis plus de deux ans à travers la France du nord et la Belgique avant Vimy, et ils ont continué de le faire, dans des offensives beaucoup plus importantes pendant plus d'un an et demi après. Trois mille Canadiens sont morts à Vimy; il y en avait déjà eu près de 24 000 dans les deux années précédentes et il y en aura près de 32 000 de plus dans les 19 mois qui séparent la fin de la bataille et l'armistice du 11 novembre 1918¹⁵. À Paschendaele en octobre-novembre 1917, ce sont plus de 4 000 soldats canadiens qui sont tués; plus de 2 000 tombent à Amiens au début d'août 1918; 3 000 de plus autour de Monchy-le-Preux et de la ligne Drocourt-Quéant à la fin d'août et au début de septembre, et encore autant à la traversée du canal du Nord moins d'un mois plus tard; et qui se souvient de la prise de Cambrai, de Valenciennes et de Mons, à la toute fin de la guerre, où plusieurs centaines d'autres Canadiens sont tués?

Les Canadiens ont en fait largement contribué à la libération d'une vaste portion de la région actuelle du Nord-Pas-de-Calais entre 1915 et 1918. Même lorsqu'ils combattaient en Belgique, en fait, les Canadiens avaient souvent leurs positions arrière établies de l'autre côté de la frontière, dans les secteurs d'Armentières ou de Bailleul. Au fil des mois et des années, les divisions canadiennes seront engagées autour de Béthune puis d'Arras, de Lens, de Cambrai, de Douai et de Valenciennes, couvrant une bonne moitié du Nord-Pas de Calais. La préparation et la bataille de Vimy se sont étendues sur environ six mois. C'est une longue période dans le séjour des Canadiens en Europe, mais ils ont aussi passé de longs mois dans les tranchées du saillant d'Ypres et de la Somme et sur les champs de bataille de l'Artois et du Cambrésis.

14 L'armée française a lancé deux grandes offensives au printemps et à l'automne 1915 contre la position de Vimy. Même si on oublie l'éphémère exploit de la Division marocaine qui a occupé le sommet de la crête pendant quelques heures le 9 mai, il faut se souvenir que ces durs combats ont permis de faire progresser la ligne de front de quatre kilomètres, emportant au passage l'importante hauteur de Lorette qui domine celle de Vimy.

15 Ces chiffres sont tirés des données de la Commonwealth War Graves Commission.

MÉMOIRE ET COMMÉMORATION

En termes d'activités touristiques, les tournées de commémorations, ou pèlerinages, militaires canadiens produisent de très faibles retombées. Elles se déroulent en fait presque comme en vase clos, les Canadiens qui y participent ayant assez peu de contacts avec la population locale. Le spectacle qu'elles déploient à l'étranger est avant tout conçu pour un public canadien. Elles ont pour but de rappeler l'importance d'événements marquants de l'histoire militaire canadienne. Cette histoire, c'est aussi beaucoup celle de la présence canadienne à l'étranger. Quand les troupes canadiennes entraient à Valenciennes en 1918 ou qu'elles pénétraient aux Pays-Bas en 1945, c'est le Canada tout entier que remerciaient les habitants français ou néerlandais des villes libérées. Les cérémonies commémoratives canadiennes cherchent à rappeler ces grands événements, mais elles ont beaucoup plus d'échos dans les régions où elles se déroulent qu'au Canada, où la mémoire des guerres se construit sur des fondements différents.

L'histoire militaire du Canada s'est, pour l'essentiel, déroulée à l'étranger. Les Canadiens n'en ont reçu que de lointains échos à travers les rapports qu'on leur en faisait dans les médias. Lorsque les journaux de Grande-Bretagne, de France et des États-Unis parlent de l'action canadienne à Vimy en 1917, les Canadiens sont surpris de se retrouver au cœur de l'actualité mondiale. De même, lorsque les journaux du monde entier et jusqu'à la propagande nazie rapportent le désastre de Dieppe en 1942, les Canadiens sont une nouvelle fois forcés de se voir à travers le regard des autres. C'est ce regard de l'autre qui a marqué la mémoire canadienne et qui influence encore aujourd'hui le souvenir qu'elle conserve de son action dans les deux guerres mondiales. Les troupes canadiennes n'ont pas cessé de livrer de durs combats et de remporter des victoires entre le 8 août et le 11 novembre 1918, mais on se battait partout sur le front occidental pendant cette période, les Français, les Anglais et les Australiens remportaient les mêmes succès, les Canadiens ne monopolisaient plus les manchettes. Plus de 10 000 Canadiens sont tombés pendant les deux mois et demi du parcours difficile qui a mené le Corps d'armée canadien d'Arras à Cambrai puis jusqu'à Mons en Belgique en 1918; c'est beaucoup plus que le nombre de morts subis autour de Vimy à la fin de 1916 et au début de 1917. Les succès de 1918 ont aussi souvent eu des effets beaucoup plus importants sur la poursuite de la victoire finale, mais c'est à Vimy que le Canada s'est momentanément trouvé sous l'œil des médias internationaux et c'est de Vimy qu'on se souvient encore surtout aujourd'hui.

Les commémorations militaires soulignent chaque année d'autres événements importants de l'histoire militaire canadienne, en France, en Belgique, aux Pays-Bas, en Italie, en Corée et ailleurs, mais la géographie de la mémoire canadienne ne dépasse pas beaucoup les limites du parc de Vimy et des plages de

Normandie. En fait, même si le programme de commémorations officielles canadiennes inclut un assez grand nombre de sites importants, il subit lui aussi l'influence de la mémoire populaire et de l'imposante présence du monument de Vimy. Les cérémonies les plus importantes se tiennent toujours à Vimy. Le Canada possède dans ce parc un espace qui se prête bien aux grands rassemblements, on y reproduit même l'illusion de se retrouver en territoire canadien. Le mythe nourrit ainsi la mémoire, qui se trouve encore confortée dans ses perceptions par l'aval des commémorations officielles. La mémoire de la Première Guerre mondiale se retrouve ainsi de plus en plus réduite à un seul lieu, qui en vient même pour plusieurs à incarner toute la mémoire militaire canadienne. Les Canadiens, qui ont combattu en Afrique du Sud, dans plusieurs pays d'Europe, à Hong Kong, en Corée, en Afghanistan, focalisent aujourd'hui leur mémoire militaire sur un parc d'une centaine d'hectares dans le nord de la France qui représente moins du quart de l'ensemble du champ de bataille d'un engagement justement célèbre, mais qui a peut-être un peu trop tendance à limiter l'espace mémoriel de la participation canadienne aux grands conflits mondiaux.

BIBLIOGRAPHIE

- Anciens Combattants *Canada, statistiques générales* [En ligne] <http://www.veterans.gc.ca/fra/ministere/presse/statistiques>
- Direction de l'histoire et du patrimoine du ministère de la Défense nationale (DHP-3), dossier 1110-47-3 « 95th of the Battle of Vimy Ridge 9 Apr 2012 ».
- LLOYD, David W. (1998) *Battlefield Tourism. Pilgrimage and the Commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada, 1919-1939*. Oxford, Berg.
- MACINTYRE, David E. (1967) *Canada at Vimy*. Toronto, Peter Martin Associates Ltd.
- MARTIN, Jean (2008) Vimy 1917 : la naissance de quelle nation? *Revue militaire canadienne*, 11 (2) : 32-38.
- Memorandum of Understanding on Overseas Pilgrimages to Sites of Historical Significance between Veterans Affairs Canada and Department of National Defence, 30 October 2002.
- MORTON, Desmond (1993) *When your Number's Up: The Canadian Soldier in the First World War*. Toronto, Random House.

CHAPITRE 12

Les routes historiques : le cas de l'immigration dans le sud de Santa Catarina, Brésil

Virgínia Gomes de Luca

Alina Gonçalves Santiago

Universidade Federal de Santa Catarina

INTRODUCTION

La randonnée pédestre sur un sentier est une activité humaine qui implique un déplacement temporaire de personnes ou de groupes de personnes à un autre endroit. Mais ce changement n'est pas seulement physique, il exprime et illustre aussi les transformations historiques qui ont graduellement modifié le paysage. Cette catégorie de patrimoine culturel est un nouveau concept au sein de la discipline de la conservation, mais suit l'histoire de l'humanité depuis sa création. Au Brésil, l'assemblage des itinéraires historiques est orienté vers la période coloniale, comme la route royale, le chemin des troupes, la voie de commerce, entre autres. Les routes et les sentiers, parcourus à pied ou à dos de mulet, ont contribué à la construction de l'identité nationale et suscitent aujourd'hui l'intérêt et la curiosité. Bien que la catégorie des itinéraires culturels ne reçoive pas la protection des agences brésiliennes de protection du patrimoine, la Constitution de 1988, à l'article 216, inclut dans sa définition du patrimoine culturel, « les sites de valeur historique, paysagère, artistique, archéologique, paléontologique, écologique ou scientifique ». L'itinéraire ne se confond toutefois pas avec les paysages culturels, il est une catégorie spécifique du patrimoine culturel.

Cet article cherche à décrire la trajectoire de chemins ouverts dans le sud de l'État de Santa Catarina, entre le début du XVIII^e siècle et le début du XX^e siècle, comme un élément intégré du territoire de Santa Catarina à travers le commerce, le chemin de fer et la colonisation par des immigrants de diverses nationalités (Italiens, Allemands, Polonais et Lettons). La création de ces chemins reposait surtout sur la nécessité d'ouvrir des routes pour faciliter les communications entre les propriétés rurales, ainsi que l'écoulement de la production.

Il s'agit donc d'une étude¹ de l'occupation du territoire dans le sud de Santa Catarina, principalement par des immigrants italiens à partir de 1877, vers la vallée de la Rivière Tubarão, avec l'ouverture de la colonie Azambuja (considérée comme le premier noyau colonial de la zone d'étude) et aussi à d'autres vallées comme Urussanga, Maria Luzia et Araranguá. La question de la colonisation de l'État méridional de Santa Catarina est étroitement liée à l'ouverture et l'expansion du réseau routier dans cette région. Ce sont deux aspects d'un même phénomène.

Le découpage chronologique débute officiellement au début du XVIII^e siècle avec l'ouverture de la Voie des Couvents (Caminho dos Conventos), il met l'accent sur l'importance de la voie ferrée Dona Teresa Cristina sur les terres et se termine en 1893 avec la Révolution fédéraliste, qui marque la fin de l'immigration dans la région. Les anciens sentiers, par où sont passés par les troupes et leurs conducteurs ont été progressivement remplacés par des voies et, plus tard, par les routes, ce qui a permis un développement commercial et social plus prononcé.

L'intérêt pour le patrimoine naturel et historique ainsi que les anciens sentiers, entre les XVI^e et XVIII^e siècles, s'explique par le fait que ces éléments ont permis la formation de l'identité et de l'occupation d'une partie du Brésil. Et ce sont encore ses bases actuelles. Dans un monde globalisé, l'homme finit par devenir otage de la culture de masse. Dans ce contexte, l'étude des routes coloniales a gagné en popularité dans les années 1990, apportant des avantages importants. Tout d'abord, les anciens sentiers ont été reconnus comme un moyen améliorant les processus régionaux, et contribuant au sauvetage des identités culturelles. De plus, ils permettent de mieux identifier les éléments historiques de la nature, tels que les cours d'eau, les montagnes et les forêts.

1. Ce travail s'inscrit dans le cadre d'une thèse de doctorat intitulée *Route Historique paysages : L'identification, la caractérisation et l'évaluation de chemin Azambuja – Urussanga /Santa Catarina*, rédigée par l'architecte Virginia Gomes de Luca, sous la direction du Professeur Dr. Alina Goncalves Santiago, Postgraduate Programme (PosARQ /UFSC), au Brésil. Il dispose d'un financement de CAPES, par le biais de subventions de recherche et MCTI /MEC/CAPES/CNPq par projet de recherche.

En parallèle à la recherche historique, cette étude vise à démontrer l'importance stratégique des routes d'ouverture pour l'occupation de l'État méridional de Santa Catarina, des routes qui ont marqué tant les zones urbaines que rurales de la fin du XVIII^e siècle et au début du XIX^e siècle.

L'IDÉE D'OCCUPER LE SUD DE L'ÉTAT DE SANTA CATARINA

Le processus de colonisation du sud de Santa Catarina s'est réalisé par étape. Les routes ont exercé une influence décisive sur l'intégration, le développement et la circulation des richesses. Elles ont également permis de rompre l'isolement qui enveloppait le sud de l'État. L'arrivée et le développement des colonies d'immigration ont été liés à l'ouverture des voies d'accès et l'introduction de différents moyens de transport, qui ont accéléré la dynamique économique régionale.

Trois principaux éléments définissent le modèle d'occupation des terres dans les zones rurales, et sont valables pour les différents groupes ethniques à travers le processus de migration : 1) la géographie naturelle, 2) la délimitation des lots et 3) les routes rurales qui relient les exploitations agricoles et ont permis la communication avec le monde extérieur. Deux de ces facteurs, les lots et les chemins, sont dérivés du premier facteur : la nature. Les parcelles ont ainsi été délimitées presque toujours par les cours d'eau ou les sommets reliant les bassins et les vallées de la région (Instituto do patrimônio histórico e artístico nacional, 2009).

Le processus d'immigration lancé au Brésil au XIX^e siècle a modifié complètement la démographie locale. Commencée à partir de l'ouverture des ports et ayant duré plus d'un siècle, l'immigration a déterminé les caractéristiques économiques et culturelles de la région du sud, des caractéristiques nettement opposées à celles existant au cours de la période coloniale. En un siècle d'immigration, on estime que le Brésil a reçu environ cinq millions d'immigrants, la plupart dans les états du sud, multipliant ainsi plusieurs fois sa population initiale.

SUR L'IMMIGRATION DANS LE SUD DE SANTA CATARINA

Au XIX^e siècle, le gouvernement fédéral a commencé à se préoccuper de la province méridionale de Santa Catarina, jusque-là peu peuplée. Un comité responsable a été mis sur pied pour contrer cet état de fait. Les premiers colons d'origine italienne se sont établis à Azambuja, puis à Urussanga (Piazza et Hubener, 1997). Ce fut ensuite Tubarão, Nova Veneza, Criciúma, Grão Pará, Orleans et Araranguá qui reçurent les immigrants.

Figure 12.1 – État de Santa Catarina, Brésil

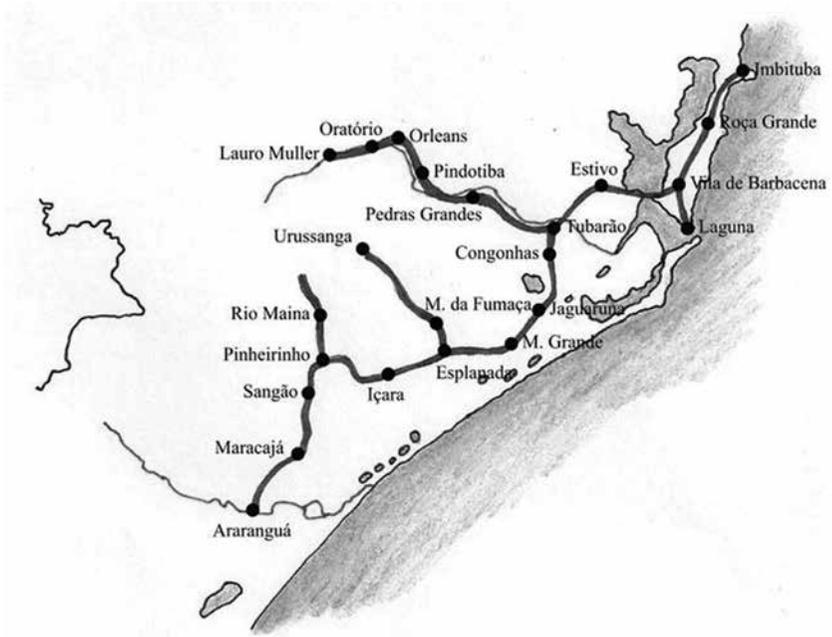
Photographies des auteurs.

LES ROUTES

L'évaluation du paysage historique où sont situées ces routes a été développée dans plusieurs pays. Cette évaluation vise à promouvoir et protéger des parties de routes anciennes et à mener des actions de mise en valeur de la mémoire et de la culture de ces routes. L'intérêt pour ce type de paysage, conçu comme un élément de la vie quotidienne, est lié au fait qu'il représente également des aspects de l'identité et que son sens s'est développé à travers la relation entre les gens et les lieux. Certains sentiers, chemins et routes ont ainsi été transformés et sont devenus des emblèmes d'une région grâce à leur forte relation avec l'histoire et les transformations apportées dans le temps et dans l'espace. Selon

cette conception, les routes de l'immigration dans l'État de Santa Catarina peuvent être classées comme culturelles dans la mesure où ces sentiers sont définis et caractérisés par des facteurs tels que les traditions et les besoins humains, formés à partir des traces et des vestiges d'animaux, et reliant les autres formes spontanées de déplacement. Leur étude est nécessaire pour mieux connaître les éléments significatifs des lieux (Historic roads, 2010). On peut conclure que les routes ne sont pas composées uniquement d'éléments physiques, mais mettent en lumière des aspects culturels, incorporant la mémoire et l'histoire.

Figure 12.2 – Routes de la colonisation



Dans notre cas, les routes illustrent la structuration du paysage historique, un paysage marqué par une alternance de zones d'occupation récente et ancienne, de zones rurales et urbaines, comme on le voit à travers la combinaison des formes naturelles et culturelles. Dans les régions d'immigration de Santa Catarina, les routes ont constitué l'axe de la colonisation. Leur étude permet ainsi d'identifier les éventuels chevauchements des différentes couches de temps marquées par l'action humaine sur les territoires.

Les routes de la région de l'immigration

L'immigration à Santa Catarina, contrairement à d'autres états du Brésil, a été réalisée par certaines sociétés privées chargées d'assurer la colonisation. Situées au départ dans des régions isolées, économiquement en stagnation et sans lien avec les marchés étrangers ou domestiques, les colonies ont créé leurs propres environnements, et décidé elles-mêmes de leur sort. D'une économie initialement dédiée à l'agriculture de subsistance à cause du manque de proximité des autres centres de distribution et de consommation, les colonies ont évolué vers une économie de plus en plus ouverte.

Pour Baldin (1999), les principaux problèmes associés au démarrage et au déploiement de l'économie des colonies étaient liés à l'absence de moyens de communication et de routes. Le transport du bétail, des outils, des semences, des matériaux, de la main-d'œuvre, toutes les ressources promises dans la propagande officielle de l'immigration et dans les termes des contrats d'immigration signés, manquaient. En plus des problèmes de commercialisation et de distribution de leur production, les colons étaient confrontés à un autre problème crucial pour le développement de leur colonie : les distances entre les maisons d'habitation et les colonies agricoles. Les unes et les autres étaient entrecoupées par une forêt vaste et vierge, sans compter que la distance faisait obstacle aux communications surtout en cas d'urgence (ex. maladie grave). Afin de faciliter les accès, mais aussi pour assurer leur protection commune, les colons ont cherché à ouvrir des clairières où les maisons étaient visibles les unes les autres.

L'organisation du territoire rural est généralement assez simple. Tant les routes secondaires que principales s'étirent le long des vallées et des rivières, à la recherche des prairies fertilisées et des coteaux permettant une bonne culture et des pâturages. Les lots ont été distribués à travers les chemins, formant des pistes étroites et allongées qui s'étendent vers le sommet des collines. Un déploiement typique, développé au fil des chemins longs et étroits, avec des maisons et des huttes en face à face, était donc la base de l'occupation territoriale de tous les immigrants installés dans les régions de Santa Catarina, et en a constitué le paysage (Instituto do patrimônio histórico e artístico nacional, 2009).

Suivant les maisons qui occupaient les routes rurales, brisant l'isolement dans les premiers jours, se mit bientôt en place une infrastructure de base, formée par les églises, les bâtiments commerciaux, les écoles, les salles et les sociétés de loisirs, et déployée de façon linéaire. Établi le long des routes rurales, l'ensemble des constructions a mis en place les principaux points d'appui et de référence de cette nouvelle communauté.

Figure 12.3 – Propriétés rurales typiques de l'immigration italienne



Photographie de Virginia Gomes de Luca, 2006.

LE CHEMIN DE FER DONA TERESA CRISTINA (EFDTC)

Depuis le milieu du XIX^e siècle, les migrants qui ont traversé l'arrière-pays de la province de Santa Catarina ont trouvé sur le chemin, des pierres noires qui brûlaient. Plus tard, les rapports des ministres de l'Empire et des présidents de la province confirmèrent l'importance économique du charbon (Dall'Alba, 1986 : 333). Le chemin de fer Dona Teresa Cristina (EFDTC) construit par une société britannique en 1884 pour rejoindre la région charbonnière de l'État méridional de Santa Catarina au Port d'Imbituba visait à ouvrir une voie d'exportation du charbon. Du Port d'Imbituba, le chemin bifurquait à Laguna, poursuivait le tronç de Tubarão, Pedras Grandes et Minas (actuel Lauro Muller). Pedras Grandes reliait par la route le noyau principal d'Azambuja et les mines avec la colonie de la Nova Veneza.

La construction du chemin de fer a donc coïncidé avec l'immigration européenne dans la vallée de la rivière Tubarão, qui a débuté en 1877. Dans la première phase, les immigrants travaillaient à la construction du chemin de fer. Dans la deuxième étape, et en particulier à partir de 1887, le travail dans les mines de charbon a cessé, mais le mouvement des colons ainsi que le transport des produits et des fournitures ont fortement contribué à compenser le déficit provenant de la suppression de l'entreprise minière. Les chemins de fer et l'immigration ont donc été les principaux facteurs qui ont contribué aux plus intenses transformations économiques et culturelles dans le sud de l'État.

LE PAYSAGE

Le paysage géographique est défini comme le résultat de l'action de la culture, au fil du temps, sur le paysage naturel (Sauer, 1998). La culture est l'agent, l'espace naturel est le moyen, et le paysage culturel le résultat. Le paysage culturel est donc un artefact composé de deux éléments – naturels et culturels – qui comportent différentes valeurs, et auxquels on peut conférer un intérêt

patrimonial. La notion de patrimoine est liée à trois catégories : le temps, l'espace et la valeur. La valeur du paysage culturel découle de sa fonction et de sa capacité à marquer le paysage (Delphim et Anastasio, 1992; Nunes *et al.*, 2007). Fadigas (2007) confirme que la dimension culturelle est le facteur qui identifie le mieux le produit des paysages et l'expression de la présence et de l'action humaine. Les paysages racontent l'histoire de l'évolution humaine et de son action sur le territoire. Ils transmettent l'histoire de l'exploitation des ressources, des individus et des techniques utilisées.

Le paysage peut être étudié à l'aide de divers médias et médiums : à travers la peinture sur toile, les écrits sur papier, les images enregistrées sur film, et même sur la terre, à travers l'utilisation de la pierre, de l'eau et de la végétation sur un territoire. Ce sont tous des moyens de révéler les significations laissées par des groupes humains fixés à ces endroits. L'analyse du territoire rend accessibles ces significations et illustre d'autres aspects et conditions de l'existence humaine. L'approche interprétative de la géographie culturelle propose ainsi une métaphore du paysage en tant que texte qui doit être lu et interprété comme un document social (Stigliano *et al.*, 2011).

Le paysage culturel de l'immigration italienne

Le nombre important d'immigrants italiens installés dans la région du sud de l'État de Santa Catarina a produit une véritable culture italo-brésilienne. L'architecture rurale du nord de l'Italie, ainsi que des références formelles et spatiales typiquement italiennes se devinent aisément dans les bâtiments anciens, mais aussi nouveaux de la région.

Bien que cette architecture ait évolué, intégrant un certain éclectisme, les bâtiments possèdent un volume et un gabarit relativement uniforme et caractéristique de l'espace urbain local. Dans les zones rurales, les habitations sont composées d'un séjour, d'une cuisine, d'un moulin et de détails tels que la cantine au sous-sol en pierre, un toit à pignon, l'utilisation du grenier, de petites fenêtres et de corniches en maçonnerie de pierres alignées (voir la figure 12.3). Les autres caractéristiques importantes sont la cuisine séparée du corps principal de la maison, les balcons ornés et les vérandas en bois avec lambrequins (Fundação catarinense de cultura, 1980).

L'économie de l'agriculture de subsistance s'est appuyée sur la vente des excédents de production et l'acquisition d'autres produits qui ne pouvaient pas être obtenus localement. Il en est résulté une grande diversification de la production artisanale, telle que la fabrication du vin dans les cantines de famille, la production artisanale de saucisses (de volaille et de porc) et de conserves de fruits et légumes. La production impliquait le travail de tous les membres de la famille et l'absence d'employés. Ce mode de production était une conséquence

du régime politique de colonisation établi sur la petite propriété basée sur la polyculture et la main-d'œuvre familiale.

Cette collection architecturale issue de l'immigration est disposée le long d'un chemin. Ce chemin reflète le processus historique d'occupation du territoire au sud de Santa Catarina, à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle. Situés à la campagne, au pied de la Serra Geral, ces bâtiments se distinguent par leur volume et leur relation avec l'environnement. Ce sont des témoins de la culture et des traditions implantées au Brésil par les immigrants venus de différentes parties du monde. Le grand manque de ressources exigeait que l'on utilise le matériel disponible sur place en les adaptant aux techniques de construction. Ces apports ont résulté en un éclectisme et une production unique.

CONCLUSION

L'étude des anciennes routes de pénétration sur le territoire de Santa Catarina est justifiée par l'importance qu'elles ont eue en tant que vecteurs de la colonisation et du développement de la région de la vallée de la rivière Tubarão, Urussanga et Araranguá. Une partie importante de l'histoire de la colonisation brésilienne a été écrite sur et à travers ces chemins.

Le développement de colonies d'immigration dans le sud de Santa Catarina a été lié à l'ouverture des voies de circulation et de la mise en place des différents modes de transport. Ces deux facteurs ont accéléré la dynamique économique régionale et, à cet égard, ont été les deux faces de la même médaille. D'une part, les routes ont permis aux colonies d'élargir leur communication avec les centres commerciaux pour établir des relations commerciales, ce qui a permis la survie des habitants. D'autre part, la présence de colonies le long des routes en a assuré la conservation et en a prévenu l'abandon.

Le processus de colonisation a déclenché une révolution dans le système de transport et de communication à Santa Catarina. Le besoin de points d'interconnexion avec les autres colonies de Santa Catarina était évident et a initié un processus d'ouverture du territoire par la coupe d'arbres, une ouverture qui s'est accélérée par l'utilisation de la traction animale et plus tard de la mécanisation. Une autre problématique particulière résidait dans la distance importante qui séparait les grands centres commerciaux et compliquait la commercialisation des produits agricoles. Les colonies italiennes se trouvaient là où il n'y avait pas de rivière navigable, contrairement aux ressortissants luso-brésiliens. Cependant, la nécessité de construire des routes et le chemin de fer Dona Teresa Cristina (EFDTC) a aussi donné du travail aux colons. Ces derniers recevaient alors un salaire et ont amélioré leurs conditions de vie.

L'article démontre donc l'importance des routes historiques, notamment quant à leur contribution dans la structuration du paysage. Dans les régions d'immigration de l'État de Santa Catarina, les routes ont joué le rôle d'épine dorsale de la colonisation. Leur analyse permet d'identifier les éventuels chevauchements des couches temporelles et des marques de l'action humaine sur les territoires.

Certaines des communautés dont il est question dans cet article détiennent des paysages dont la valeur justifie un développement touristique. Les routes, cette fois touristiques, peuvent donc encore être une source de développement, améliorer et augmenter le revenu familial, directement et indirectement. Le tourisme sur ces routes peut conduire à une requalification de la population locale et renforcer l'estime de soi des communautés à travers la valorisation de leur patrimoine matériel et immatériel. Il est donc nécessaire, pour favoriser le développement d'un tourisme responsable, d'assurer la protection de l'intégrité du patrimoine des communautés.

Quelques initiatives touristiques basées sur les routes de l'immigration sont déjà en cours dans la région. Un exemple prometteur est la Route touristique des vallées des rivières Urussanga et Azambuja, deux grands bassins versants du sud de Santa Catarina. Cette route présente la contribution de la culture de l'immigration italienne à la production de raisins et du vin et d'autres procédés traditionnels. Dans ce contexte, l'histoire et la culture des immigrants, les maisons anciennes, les habitudes alimentaires et l'accueil hospitalier deviennent des attraits distinctifs. En effet, certaines vignes sont uniques à la région de la vallée entre les rivières Urussanga et Tubarão.

Cette étude suggère que l'intégrité d'un paysage ou d'un événement culturel n'existera que si des actions favorisent la persistance des conditions environnementales, économiques, sociales et culturelles qui les ont mis au jour. La reconnaissance de l'importance des paysages et des cultures locales devrait faire partie de la politique de développement de la région et devrait être analysée spécifiquement pour chaque lieu. Des alternatives, telles que le tourisme responsable, doivent être recherchées et exploitées dans le but de promouvoir une politique de protection réellement en mesure de garantir la survie des paysages de l'immigration. La mise sur pied d'itinéraires de visite le long des chemins des propriétés rurales pourrait favoriser la croissance économique pour plusieurs familles de producteurs ruraux qui ont maintenant de la difficulté à subvenir à leurs besoins bien en raison de la faible rentabilité de petites exploitations familiales. La création des itinéraires touristiques va bien au-delà de la simple venue de touristes, elle peut aussi contribuer à la reconnaissance et la qualification de ces régions culturelles qui sont essentielles à la compréhension du processus de formation du Brésil.

Le projet pour la préservation et la valorisation du patrimoine culturel des immigrants à Santa Catarina devrait offrir de nouvelles alternatives pour le développement durable et le bien-être des populations locales, notamment par l'intégration des produits fermiers et artisanaux locaux.

BIBLIOGRAPHIE

- BALDIN, Nelma (1999) *Tão fortes quanto a vontade, história da imigração italiana no Brasil: os vênetsos em Santa Catarina*. Florianópolis, SC: Insular, Ed. da UFSC.
- BRASIL. Constituição (1988) *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF : Senado Federal.
- DALL'ALBA, João Leonir (1986) *Colonos e mineiros na grande Orleans*. Orleans : Ed. do Autor.
- DELPHIM, Carlos Fernando de Moura e ANASTÁSIO, Martha Queiroga Amoroso. Patrimônio natural (1992). In : Memória e Educação. Rio de Janeiro, IBPC, Departamento de Promoção, Paço Imperial : 13-19.
- FADIGAS, Leonel (2007) *Fundamentos ambientais do ordenamento do território e da paisagem*. Lisboa, Edições Sílabo.
- FERREIRA, Luiz Fernando Vieira (1939) *Azambuja e Urussanga: memória sobre a Fundação, pelo engenheiro Joaquim Vieira Ferreira, de uma colônia de imigrantes italianos em Santa Catarina*. Niterói : Graf. Diário Oficial.
- FUNDAÇÃO CATARINENSE DE CULTURA (1980) Roteiros Culturais Sul. [Florianópolis].
- NUNES, Caroline P., SANTIAGO, Alina, REBOLO Squera, Jorge H. (2006) Turismo, espaço e paisagem – Leituras do ambiente urbano. In : Congresso Brasileiro de Cadastro Técnico Multifinalitário, Florianópolis, 2006, pág. 8. Anais do Congresso Brasileiro de Cadastro Técnico Multifinalitário. [En ligne] http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac_2006/077.pdf.
- PIAZZA, Walter Fernando, HUBENER, Laura Machado (1997) Santa Catarina história da gente: 2° grau e pré-vestibular. 4. ed. /rev., ampl. Florianópolis Lunardelli.
- HISTORIC ROADS (2010) Dedicated to identification, preservation and management of Historic Roads. [En ligne] <http://www.historicroads.org/index.htm>. Acesso em : 21 mai 2010.
- INSTITUTO DO PATRIMONIO HISTÓRICO E ARTISTICO NACIONAL (2009) Roteiros Nacionais de Imigração Santa Catarina – Dossiê de Tombamento: Histórico, Análise e Mapeamento das regiões. v.1. Florianópolis: IPHAN.

- SAUER, Carl O (1998) A Morfologia da paisagem. In : CORRÊA e HOSEN-DAHL (orgs.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro : EdUERJ, 1998. p. 12-74.
- STIGLIANO, Beatriz Veroneze; RIBEIRO, Helena; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt (2011) Paisagem Cultural e Sustentabilidade: possíveis conexões e subsídios para políticas públicas e planejamento do turismo. In : Turismo em Análise. [En ligne] http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1984-8672011000300009&script=sci_arttext. Accédé : 20 abr. 2012.

CHAPITRE 13

La permanence du chemin dans le territoire: le cas du chemin du Bio-Bio au Chili

Hugo Capellà Miternique

Universidad de Concepción

CHEMIN ET TERRITOIRE : UNE RÉALITÉ SOUS-ESTIMÉE

L'étude des chemins a fait l'objet d'importants travaux menés par des ingénieurs des Ponts-et-Chaussées d'un point de vue technique ainsi que logistique, mais rarement géographique (Claval, 2001). Au début du XX^e siècle, Jean Brunhes, entre autres, considéra les voiries dans sa recherche des éléments fondamentaux du territoire, à partir de l'analyse des formes et des réseaux (Brunhes, 1947). Depuis lors, les voiries sont devenues l'objet d'études spécifiques dans le développement de la géographie du transport, mais sont passées presque inaperçues dans les études culturelles ou historiques, et ce, malgré leur importance (Lay, 1992).

La permanence du chemin dans le territoire

La place et le processus d'établissement des voiries jouent un rôle essentiel dans la conformation de la cosmovision du territoire. La trace est le premier repère matériel et symbolique dans le dessin de n'importe quel espace. Elle détermine l'identité spatiale du futur territoire. La forme et l'emplacement des réseaux répondent à des critères de fonctionnalité d'ordre économique, telle la recherche du chemin plus court, pour alléger les frais, mais également à des questions d'ordre politique, stratégique, historique et même culturel. Ces derniers aspects ont été souvent délaissés par les études géographiques, bien qu'ils renferment des clés pour une compréhension des territoires.

Le chemin représente la première marque du territoire et se transforme en témoin presque invisible autour duquel se déroule l'histoire, devenant ainsi une permanence du territoire (Vidal de La Blache, 1921). Il représente le premier maillage dans l'interaction de l'espace géographique et des besoins du groupe qui l'habite. Les voiries dessinent un réseau particulier de noyaux, reliés par des besoins variables et définis par des noms qui ancrent les lieux dans la permanence. Le territoire devient ainsi un élément en évolution, mais également le reflet de la permanence des lieux presque fossilisés par le référent culturel (Berdoulay, 2004). Ainsi, par exemple, le réseau routier européen contemporain reprend presque exactement celui de l'Empire romain. Malgré l'évolution des moyens de transports et des fonctions, les lieux restent pour la plupart les mêmes, à l'exception de quelques villes enfouies, comme Paestum, par exemple. Le réseau survit et peut ainsi être considéré comme l'une des seules permanences visibles établies par l'homme sur l'espace, dans une dimension presque d'ordre naturel. Les frontières pourraient être considérées également comme l'autre grande permanence établie par l'homme, mais plus sujette aux transformations. Leur tracé plus symbolique, rarement marqué sur le territoire, exception faite de la Grande Muraille de Chine, a dû très souvent se renforcer, à partir de justifications d'ordre naturel-conceptuel, tel un fleuve ou un relief, pour figer ses limites, comme dans le cas de la fameuse ligne bleue des Vosges, par exemple (Bonnemaison, Cambrézy et Quinty-Bourgeois, 1999a).

L'établissement de la plupart des grands empires s'est effectué grâce au contrôle d'un territoire, par un réseau routier, souvent associé à la colonisation, mais dans d'autres cas, les voiries ont revêtu une trace moins matérielle, mais non moins permanente, centrée sur la symbolique du voyage vécu. L'apprentissage guidé des chemins a été la forme de connaissance et de transmission vernaculaire de la culture, à partir du reflet de son territoire. La voie représente un voyage symbolique d'initiation mystique et de quête personnelle qui a permis d'assujettir le référent, vis-à-vis du lieu et au sein de la communauté, comme acteur de la permanence. La maîtrise de la localisation astronomique, des points cardinaux, des cycles naturels et des noms de lieux devient ainsi l'élément clé pour la survie du corps et de l'âme, de même qu'un relais culturel de l'identité (Claval, 2001). Le chemin est le moyen sur lequel pourra s'immortaliser la permanence, comprise comme l'accumulation de connaissances issues de l'interaction entre l'homme et son milieu.

L'importance de la mémoire du lieu

La fondation et la dénomination d'un lieu découlent d'une décision contingente, mais finissent par témoigner d'un héritage collectif, au-delà de la personne. L'existence du lieu reste sujette à sa transmission, et donc en étroit rapport avec la mémoire collective. La survie des représentations spatiales

collectives ou des identités territoriales est le résultat d'une dialectique du groupe qui varie au fil du temps, mais reste ancrée sur une même identité. La mémoire du lieu se conçoit donc comme une représentation sociale, mais reste attachée à l'exclusivité des coordonnées physiques du lieu. Si le concept de *lieu de mémoire* a été largement diffusé en géographie, il ne faut pas oublier qu'il est issu de la vision historique du lieu (Nora, 1993). De ce point de vue, pour certains géographes le concept de lieu de mémoire a délaissé la dimension spatiale matérielle, au profit de la dimension symbolique historique de la représentation collective. Cependant, si nous inversons l'ordre des concepts, en parlant de *mémoire du lieu*, nous revenons à la dimension temporelle du concept, sans pour autant oublier la dimension première spatiale. C'est ainsi que nous pouvons concevoir la mémoire du lieu, comme une représentation sensible au temps mais ancrée inlassablement dans le référent spatial. La dimension spatiale du lieu relève de la recherche d'éléments physiques permanents, d'ordre géographique, astronomique, facilement transmissibles par la communauté. L'immutabilité physique du lieu ou sa permanence est un élément essentiel en géographie pour comprendre les processus d'établissement des représentations identitaires collectives.

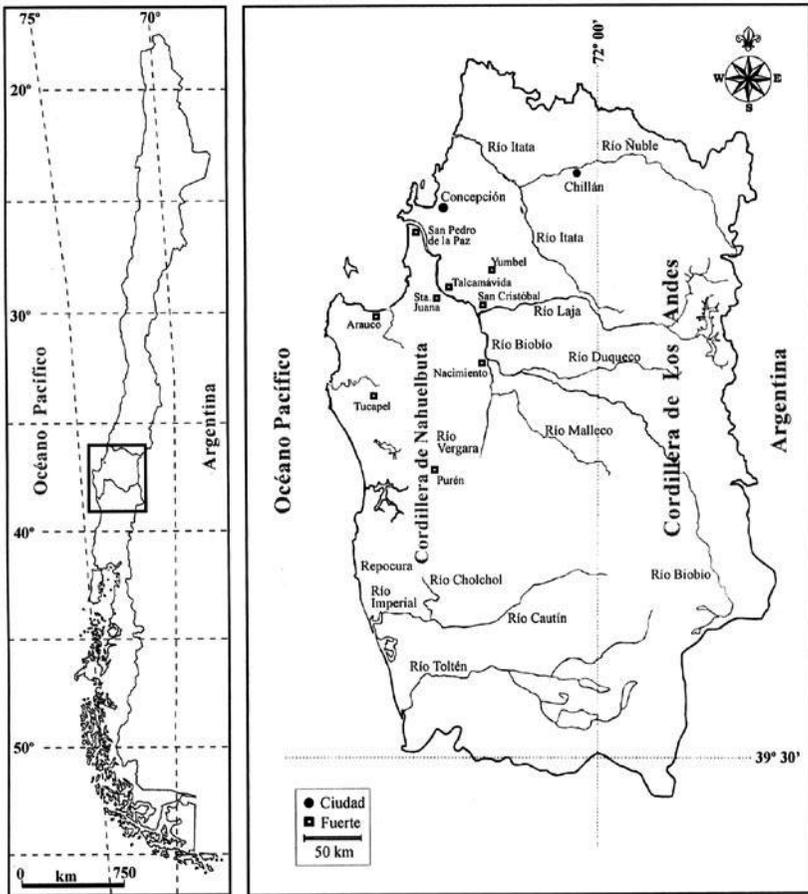
En prenant le Bio-Bio pour objet d'analyse nous constatons d'emblée que le fleuve constitue l'élément de permanence qui a permis l'adaptation de l'identité, à partir de différentes représentations historiques (figure 13.1). Le fleuve renferme la mémoire d'un lieu. Encore aujourd'hui, le Bio-Bio est perçu dans l'imaginaire identitaire chilien comme la frontière historique avec le peuple mapuche. Cette vision, cependant, représente la dernière étape, dans la mémoire collective du lieu, d'un processus qui remonterait au mésolithique et au néolithique d'après les fouilles archéologiques entreprises le long du fleuve (Torres, Silva et Lucero, 2007). Le fleuve a représenté pour le peuple mapuche une voie d'articulation du territoire ainsi qu'un élément clé dans sa cosmovision. Cette vision se transformera sous la colonisation espagnole et les débuts de l'État chilien, en associant le fleuve à la frontière.

LA DIMENSION SPATIALE DU CHEMIN

Par conséquent, l'importance du fleuve ne réside pas dans une représentation symbolique spécifique (voie ou frontière), mais dans le fait d'avoir employé le même élément comme articulateur du territoire. Le fleuve Bio-Bio revêt une permanence a-spatiale et atemporelle à partir des mémoires successives, ancrées dans un même lieu. L'identité du territoire s'immortalise, malgré le remplacement de fonctions, d'acteurs et de représentations. Le fleuve devient ainsi un élément permanent d'ordre surnaturel aux yeux des différents peuples. Il acquiert presque un caractère personnifié au-delà des temps, puisqu'il sera l'acteur des représentations des habitants successifs. Le lieu renferme ainsi sa

propre mémoire, par le biais de ses habitants. Cette étude de cas nous montre comment la permanence du lieu se fonde sur la dimension spatiale qui survit aux aléas d’une dimension temporelle de la mémoire beaucoup plus malléable, suivant le narrateur.

Figure 13.1 – Localisation du fleuve Bio-Bio au centre sud du Chili



Source : <http://sjjara.wordpress.com/geografia-fisica/hidrografia/>.

Pour la plupart des cultures amérindiennes, les éléments naturels font partie de leur mode de vie. Ainsi, s’établit une relation étroite entre le groupe et le milieu naturel qui diffère du modèle occidental, traditionnellement fondé sur une division entre culture et nature (Zavala, 2000). Pour le peuple mapuche, les différents éléments de l’espace géographique ont constitué le cadre à l’intérieur duquel se sont forgés les modes de vie et une culture propres. Ainsi les fleuves ont fini par établir des modèles d’organisation du territoire et des

modes d'organisation sociale. D'après les dernières thèses sur les modes de vie mapuche, les fleuves ont permis des établissements humains diffus sur leurs rives et ont servi également comme voies d'orientation, de communication et de passage à gué, à pied ou en kayak (Bengoa, 2009). Les rivières ont guidé le déploiement d'activités, aussi bien pour le peuple Pehuenche (habitants originaires de la Cordillère des Andes), comme chasseurs, cueilleurs, bergers ou dans un complexe système d'alpage, comme pour le peuple mapuche (habitants des plaines), dans l'installation d'espaces agricoles dans les vallées (Torrejón, 2001).

L'introduction du cheval et l'arrivée des Européens, ont entraîné un nouveau concept du chemin comme voie qui marque le territoire. Le réseau établi reprend le plus souvent le parcours des rivières, ainsi que les accès aux cols plus aisément franchissables de la cordillère des Andes, retraçant une grande partie du réseau précédent et permettant une communication plus rapide entre les différents espaces. Le rôle joué par les fleuves a fini par dessiner un réseau et marquer le territoire et la cosmovision dans la direction est-ouest (Volle, 2007).

Le fleuve Bio-Bio (Double fil), ou *Butanleuvú* (Grand fleuve), situé autour du 37^e parallèle sud, représente effectivement l'un des fleuves les plus importants du Chili, avec un parcours qui, en moins de 300 km, arrive à un débit de presque 1000 m³/seconde et à une largeur d'environ 3 km près de son embouchure (figure 13.2). Le fleuve a constitué un élément spatial dont la permanence restera dans les mémoires et témoignages (Zapater, 1998). Cet axe est devenu un élément clé dans l'articulation du territoire depuis le néolithique, comme le prouvent les nombreux gisements archéologiques côtiers près de l'embouchure, ainsi que le long du fleuve, près de Talcamávida, Coihué ou San Carlos de Purén.

Figure 13.2 – Vue du fleuve à Concepción, près de son embouchure, avec une largeur d'environ 3 km



Photographie de l'auteur.

Le Bio-Bio, devenu lors de la colonisation espagnole l'un des fronts de contact entre le peuple mapuche et les Espagnols, a fixé finalement une ligne symbolique dans l'imaginaire du futur pays qu'est devenu le Chili. Dans ce processus, le fleuve en viendra à être considéré comme périphérique dans une vision du nouveau territoire du Chili, dorénavant construit sur un axe nord-sud. Le Bio-Bio est devenu un espace marginalisé et associé dans l'imaginaire collectif national chilien à une frontière entre nord et sud. Ce changement d'optique et de référent identitaire fera basculer la réinterprétation du fleuve, de voie historique est-ouest, même sous la période coloniale, en ligne de division nord-sud (Dirección obras públicas, 1924). Le fleuve et son territoire sont passés ainsi inaperçus dans l'imaginaire collectif présent, même à l'échelle régionale. Cependant, le fleuve continue à jouer un rôle comme marqueur, en donnant à la région le nom du Bio-Bio, ou en étant repris comme élément identitaire local du Plan stratégique du développement régional, dans la relance de la politique de décentralisation chilienne.

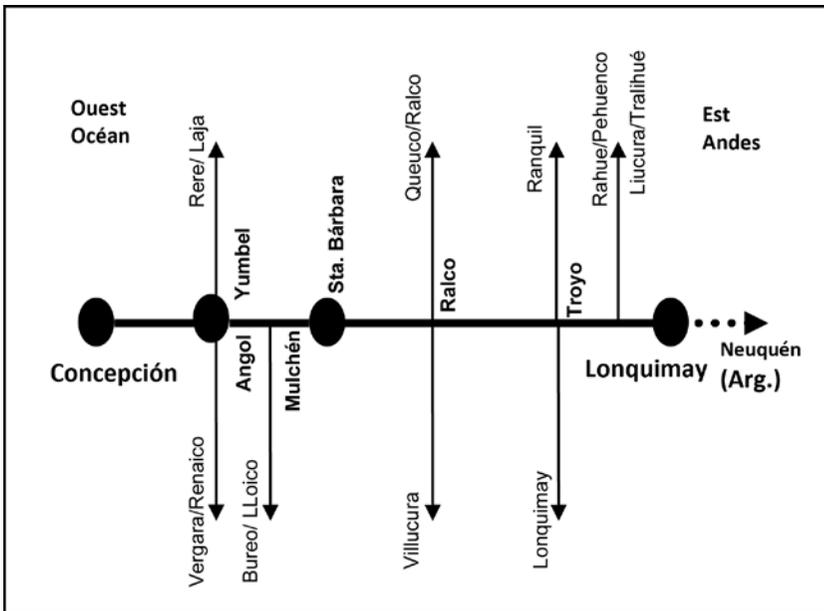
L'importance du fleuve Bio-Bio

Le fleuve Bio-Bio représente un exemple de permanence malgré l'évolution de son rôle et de ses représentations, suivant les différents acteurs historiques. De voie d'articulation, le Bio-Bio est devenu limite marginale du territoire, mais continue à marquer la mémoire et reste un élément clé dans la représentation identitaire spatiale. Cet exemple est comparable, *mutatis mutandis*, au rôle axial de certains fleuves articulateurs comme le Danube, le Saint-Laurent, le Paraná ou le Yang-Tse mais également au rôle de limite imparti à d'autres comme le Rhin ou le Mississippi.

L'importance du Bio-Bio comme axe d'articulation spatiale doit être considérée non seulement dans la direction générale du fleuve sud-est-nord-ouest, mais encore également en tenant compte des affluents nord-sud qui forment un réseau complexe (figure 13.3). Le bassin du Bio-Bio constitue l'axe structurant d'un réseau ou maillage d'orientation sur lequel reposent successivement le modèle diffus d'établissement du peuple mapuche, la frontière des colons européens et le réseau des chemins de fer. Le rôle du *lebu* (fleuve en langue mapuche) consiste à articuler une culture riveraine, impliquant établissements, communications, rapports sociaux (Bengoa, 2007). Les différents groupes s'organisent autour des espaces reliés aux fleuves, dans un étroit lien entre la structure des clans et le réseau hydrographique (figure 13.4). À partir du XVI^e siècle, le modèle d'établissement des Espagnols autour de la frontière du Bio-Bio va être également visible dans l'installation du réseau des forts, associés aux gués, et dans la fondation de nouveaux noyaux urbains. Au XIX^e siècle, la localisation des moulins à farine et des gares du chemin de fer va suivre ce même axe.

La région du Bio-Bio représente la construction d'une voie physique et symbolique, au-delà de la simple route. En fait, le fleuve, en raison de ses nombreux bancs de sable, a été très rarement employé comme voie de navigation et le réseau des chemins qui longent une grande partie du bassin est pour la plupart ultérieur à la colonisation européenne (Torrejón *et al.*, 2004). Même de nos jours, le bassin (est-ouest) reste à l'écart des principaux axes routiers du pays (nord-sud), laissant le fleuve comme un espace très marginalisé. Malgré ces circonstances, le Bio-Bio représente un élément de permanence des différents territoires (Boccaro, 2002).

Figure 13.3 – Schéma du réseau du fleuve Bio-Bio, direction est-ouest, avec les principales voies fluviales et les agglomérations



La frontière comme territoire

À partir du XVII^e siècle, le fleuve du Bio-Bio s'est construit comme une frontière qui va perdurer symboliquement jusqu'à nos jours. Cependant, il est nécessaire d'approfondir le concept même de frontière, qui diffère assez de l'idée commune de limite et division (Foucher, 1991). À l'époque de la colonisation espagnole, ce concept se rapproche davantage du *limes* de l'antiquité que de la division administrative de l'État moderne actuel. La frontière doit être considérée comme un front flou sur lequel s'établit une culture de contact (Vicens Vives, 1981). Ce territoire de transition entre deux modèles culturels divers

au sein d'une unité qui inclurait au sud le peuple mapuche (le référent) et au nord l'« autre » (les Espagnols et précédemment l'Empire Inca). Le fleuve Bio-Bio se transforme en un point d'union et de rencontre entre des forces opposées, dans un sens aussi bien positif (accords) que négatif (conflits) et un axe de repère spatial est-ouest. En bref, le fleuve Bio-Bio est donc un élément de cohésion des forces mais également une voie pour le peuple mapuche. Cette vision se rapproche de celle de la frontière comprise comme *limes* ou front d'interaction. La cartographie locale coloniale reprenait l'orientation de l'océan Pacifique vers les Andes (est-ouest), dans le sillage de la vision régionale des premières nations.

Au XVIII^e siècle, initialement, la frontière du Bio-Bio ne modifie pas le territoire et participe même au développement du commerce (Capellà et Gernaldi, 2003). L'accomplissement de la frontière ne va survenir que lors du déploiement du nouvel État moderne du Chili, pendant la campagne militaire de « *Pacification de l'Araucanie* », à la fin du XIX^e siècle. Dès lors, commence à s'imposer une vision nationale de la division nord-sud du territoire et une symbolisation du Bio-Bio comme frontière culturelle, effaçant toute allusion au territoire régional. Cette vision nationale a entraîné la fragmentation de la région selon un seul axe et a entamé ainsi l'existence du territoire régional est-ouest.

Cependant, la matérialisation de cette nouvelle vision du Bio-Bio ne se répand que vers la deuxième moitié du XX^e siècle, avec le déclin de l'axe des chemins de fer régionaux qui longeaient le fleuve (est-ouest), au profit du réseau routier (nord-sud). Et à la fin du XIX^e siècle le chemin de fer est le dernier témoin de cette vision régionale.

LA DIMENSION TEMPORELLE DU CHEMIN

Très souvent nous focalisons sur la dimension spatiale de la voie au détriment de sa dimension temporelle. Le chemin forme la trace physique de la voie et reflète aussi l'histoire dans le parcours du voyage. Il devient un référent spatial de la temporalité, comme repère du cycle annuel des activités de vie, comme parcours du vécu, ou encore comme voie de transmission des traditions, dans de nombreuses cosmogonies vernaculaires (Di Méo, 1998). Le chemin marque le rythme annuel des saisons et des échanges, en fonction des dates associées aux produits agricoles traditionnels et fige certaines dates du calendrier. La répétition annuelle cyclique du parcours du chemin reproduit ainsi le pèlerinage du parcours de la vie linéaire, dans un parallélisme qui anthropomorphise la voie.

Le chemin joue également un rôle de lien dans la transmission et l'expansion des idées entre groupes. Il reprend les témoignages de voyages, constituant un véritable récit épique. Le chemin se comprend comme un voyage du vécu

individuel ainsi que comme un vecteur dans la transmission de la mémoire collective. Il renferme une sorte d'école de la vie dans le cumul d'expériences, comme forme de maturation individuelle et d'apprentissage. Les récits mythiques des voyages homériques ou de grands héros, tel Alexandre le Grand, illustrent le caractère initiatique du chemin, comme une expérience du vécu, et une forme de quête initiatique. La complexité des dimensions du chemin le convertit en un élément de permanence clé dans l'explication du territoire, définissant le lieu et la transmission du territoire, au-delà du temps et des fonctions (Claval, 2001).

Le chemin, témoin d'un calendrier

Le fleuve représente un axe spatial mais également un axe temporel, constituant une permanence sur laquelle s'établit la cosmovision du territoire de la région du Bio-Bio. Le Bio-Bio a permis de mettre en contact une série d'espaces géographiques complémentaires, sur une distance relativement courte. La possibilité d'échanges de produits très divers de la côte du Pacifique aux Andes, en passant par la plaine, sur une distance d'environ 300 km en direction est ouest, a été employée, depuis l'antiquité. Les échanges pratiqués d'abord dans un maillage local, se sont élargis à partir du XVIII^e siècle, avec l'expansion du commerce de l'élevage, sur la route de la vallée du Rio Neuquén et du Rio Negro jusqu'à l'Atlantique, en Argentine (Bengoa, 1999).

Le Bio-Bio s'est transformé en route commerciale, suivant les rythmes saisonniers des éléments géographiques et des produits agricoles. Le chemin du Bio-Bio est d'une part, un élément spatial compris comme une route, au sens large du terme, puisqu'il inclut un complexe réseau de voiries, rivières et cols de montagnes; d'autre part, un élément temporel, à cause de sa relation avec le cycle annuel. La complémentarité des activités des territoires se raccorde avec celle des époques de l'année, constituant un système complexe, tout à fait adapté aux aléas du milieu. Ainsi, pendant la longue saison hivernale des pluies, lorsque les cols enneigés des Andes coupaient la route, on s'adaptait aux activités sous abri comme l'élaboration des *ponchos* et la résolution de *parlements* (accords) d'ordre politique. Le printemps était centré sur les corvées agricoles chez les habitants mapuche et les colons de la vallée centrale, ainsi que sur le retour des pâturages andins en amont, pour nourrir le bétail et pour la récolte de denrées alimentaires essentielles à la production de farine, comme les pignons de pin du Chili (*Araucariacées*), sous contrôle du peuple Pehuenche. L'été devenait la période d'échanges lorsque les cols restaient ouverts et permettaient le commerce dans d'importantes foires, situées dans les villes du piedmont comme Chillán ou Los Angeles (Bengoa, 2007). Dans cette période de l'année, les connaissances montagnardes des Pehuenche devenaient indispensables pour le transport et la contrebande. Dans ce réseau commercial, nous

devons souligner l'importance, malgré son isolement, de la côte, avec la commercialisation de certains produits de la pêche séchés, de la part du peuple Lafken, et des produits dérivés de l'industrie de la baleine du Golfe d'Arauco (Silla, 2003a).

L'été est devenu ainsi la période la plus importante d'échanges et de contacts établis et a fini par figer certaines dates comme référents temporels du cycle annuel. Le chemin devient un témoin spatial de la permanence temporelle du cycle annuel et renforce un calendrier vernaculaire. L'apprentissage de la route, comme une forme de tradition scelle une façon d'appréhender l'espace et une façon de contrôler le rythme annuel. Le chemin représente une configuration spontanée du calendrier et devient une raison d'être et de penser. Son orientation vis-à-vis des points cardinaux permet d'établir également un rapport avec les constellations. Le chemin est le marqueur sur le territoire de la projection astrale, dans le cycle annuel et de vie.

L'importance du 20 janvier sur le chemin du Bio-Bio

Une date est liée au fleuve du Bio-Bio de façon presque constante, sans avoir soulevé de rapprochement jusqu'à présent. Le 20 janvier est célébré dans de nombreuses localités de la région, en rapport avec la fête catholique de Saint-Sébastien. C'est ainsi qu'à Yumbel (20 000 habitants), l'on vénère une statue du saint, introduite au XVII^e siècle, dans l'un des trois plus importants pèlerinages du Chili. Le pèlerinage de Saint-Sébastien concentre aux alentours d'un million de personnes, mais on retrouve d'autres églises et chapelles dédiées au même saint patron, le long du fleuve : ainsi à Lonquimay, et même du côté argentin des Andes par médiation des Salésiens, comme à Las Ovejas, dans la province de Neuquén (Silla, 2003 b) (figure 13.5). Une partie de la dévotion vient des flux migratoires de Chiliens et Mapuches qui ont diffusé sa dévotion en Argentine, bien qu'elle reflète également une dévotion préhispanique en étroit rapport avec le chemin (Hevilla, 2001). Le lien entre Saint-Sébastien et le chemin est très étroit. Il a produit des formes de syncrétisme comme la protection du saint dans le chemin, pour les voyageurs et contrebandiers, du côté argentin (Silla, 2003a).

Mais au-delà de ces pratiques, c'est la date du 20 janvier (été austral) qui est déterminante. Elle correspond à l'une des meilleures époques de l'année pour réaliser toutes sortes d'échanges et foires, grâce à l'ouverture des cols andins, ainsi qu'au retour du bétail des pâturages d'été (analogue à la transhumance dans les Pyrénées). Cette période s'échelonne jusqu'au 20 mars (équinoxe d'automne dans l'hémisphère sud), comme le montre la célébration à Yumbel, du dénommé *20 chico* (ou petite fête de Saint-Sébastien) qui se déroule le 20 mars, bien loin de la date officielle du calendrier (figure 13.5).

Le 20 janvier est également un point clé dans le calendrier mapuche, puisque cette date coïncide avec le phénomène astral de la pluie d'étoiles filantes de l'été austral. Le Bio-Bio devient un élément permanent de la cosmovision régionale, comme marqueur spatio-temporel. L'étoile filante guide le berger et le voyageur sur leur chemin du transit de vie sur cette terre jusqu'au périple dans l'au-delà. Cette image reprend le parallélisme du cycle annuel chrétien, de l'image des bergers et des rois mages, qui se guident grâce à l'étoile filante pour arriver à la crèche à Noël.

Figure 13.5 – Le pèlerinage à Saint-Sébastien



Statue découverte en 1663 par les habitants de Yumbel et dédiée par un juge ecclésiastique à saint Sébastien.

Source : <http://www.yumbel.cl>.



Petite chapelle à Lonquimay, dédiée à saint Sébastien.

Photographie de l'auteur.

L'axe spatio-temporel du Bio-Bio permet de reconstruire le chemin du Bio-Bio dans la cosmovision mapuche (figure 13.7). Le fleuve marque une orientation SE-NO qui coïncide avec l'axe temporel de base, situé sur les deux dates annuelles de pluie d'étoiles filantes autour du 20 janvier et du 16 juillet. La date du 20 janvier relie étroitement le Bio-Bio et Saint-Sébastien. La deuxième date de l'axe répond à une autre festivité très populaire au Chili, associée de nos jours à l'adoration catholique de la Vierge du Carmen, protectrice du Chili. La figure représente la cosmovision mapuche à partir de l'axe NO-SE qui divise l'année en deux grandes moitiés (en gris pâle et en gris foncé sur la figure 13.7). D'après la vision mapuche, le monde s'est constitué à partir de forces et d'éléments opposés, qui restent en équilibre. Ainsi chaque moitié de l'année représente dans le cycle un équilibre en soi, car il inclut aussi bien une période croissante

que décroissante du cycle solaire, à la différence de la division classique de l'année sur l'axe des solstices (Caniuqueo, 2005).

D'après les sources bibliographiques (Fernández, 1995) tel le récit d'amour du témoignage de Chimpay (Lehman-Nitsche, 1919) entre *Antú* (le soleil) et *Cuyén* (la lune), et des travaux ethnographiques sur le terrain, on peut déduire que le calendrier mapuche considère la planète Vénus (*wünelfé*) comme le centre d'un calendrier solaire du point de vue astronomique, mais reprend également les mois du calendrier lunaire. Il se construit sur un système complexe entre les deux modèles, à l'image du calendrier celte, et il reflète ainsi la dualité ou complémentarité entre, respectivement, le jour (le soleil) et la nuit (la lune), la vie (est) et la mort (ouest). Cette corrélation se traduit spatialement dans l'établissement d'un axe entre le soleil levant (la naissance) à l'est et le soleil couchant (la mort) à l'ouest (Foerster, 1993). Dans le cas du Chili, les Andes et les volcans représentent le point d'énergie à l'est le plus positif, souvent associé à un équivalent de l'Olympe et des Champs Élysées, dans la mythologie classique occidentale. L'ouest s'identifie avec l'océan Pacifique et représente la porte de l'inframonde, le point d'énergie le plus négatif. Dans cette construction sur l'axe des solstices, le nord est associé à la chaleur et à l'été tandis que le sud l'est à l'hiver et à la saison des pluies (hémisphère austral oblige). Ces points cardinaux représentent des éléments d'énergie opposés, caractérisant le nord comme plutôt négatif (car les jours commencent à raccourcir), et le sud comme plutôt positif (car les jours commencent à se rallonger). Le sens de la représentation des saisons et du calendrier diffère ainsi, de celui de l'hémisphère nord, dans une rotation en sens inverse des aiguilles d'une montre (Aukanaw, 1995).

À ce système astronomique solaire associé à la déité masculine du soleil, il conviendrait de superposer le calendrier mensuel, associé à la déité féminine de la lune, qui représente le temps de vie des activités agricoles et quotidiennes. La synthèse présente un calendrier de 12 lunes (de 28 jours) et un mois supplémentaire de 7 jours, pour compléter un cycle de 385 jours. Le cycle annuel reprend, d'après la tradition mapuche, le voyage du jour (est) vers la nuit (ouest) et le retour invisible de la nuit au jour, par l'inframonde, pour recommencer le cycle du jour (Grebe, Pacheco et Segura, 1972). Le chemin évoque *un double fil*, reprenant l'une des étymologies du mot *Bio-Bio*, comme une échelle temporelle de la journée mais également du cycle annuel, ainsi que du cycle de vie, dans son anthropomorphisation. Le cycle apparaît représenté comme dessin, sur le *Kultrun*, l'un des plus importants instruments de la culture mapuche. Ce tambour est présent dans les célébrations religieuses et les rites de chamanisme, car sa musique symbolise l'invocation entre les éléments et les différents mondes (figure 13.6).

Le cycle de l'année astronomique débute au solstice d'hiver austral (21 juin), avec le renouveau du jour qui se rallonge, mais nous devons rappeler que le calendrier mapuche est une superposition du calendrier solaire astronomique et du calendrier lunaire mensuel. Dans cette optique, l'année reste articulée en quatre saisons astronomiques bien définies et scandée en huit portions, marquée par des dates clés.

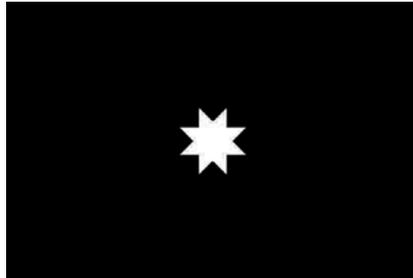
Le chiffre 8 est considéré par les Mapuches comme l'aboutissement de tout. Ainsi, par exemple, le 8 se répète dans de nombreux jeux et coutumes, comme le jeu du *palin*, car il évoque l'équilibre de quatre forces, face à quatre forces. L'année rappelle une étoile à huit pointes, symbolisant la fleur du *Foye*, ou *Canelo* (*Drimys winteri*), l'arbre sacré mapuche. En fait, le drapeau national du Chili reprend l'étoile mais réduite à cinq pointes, suivant l'influence au XIX^e siècle de la Franc-maçonnerie, sous la Loggia de Lautaro, reprenant la mémoire du chef mapuche qui lutta pour l'indépendance, au XVI^e siècle (figure 13.6)¹.

Figure 13.6 – Kultrun et drapeau traditionnel du peuple mapuche



Photo d'un *Kultrun* traditionnel du peuple mapuche avec la représentation du calendrier.

Source : <http://www.biblioredes.cl>.



Drapeau traditionnel du peuple mapuche avec l'étoile de huit pointes sur fond bleu.

Source : <http://es.wikipedia.org/wiki/Gunelve>.

1. Le drapeau représente Vénus et symbolise la fleur de l'arbre sacré mapuche, le *Foye*, d'après les chroniques espagnoles et repris dans la peinture de Lautaro par Fray Pedro Subercaseaux, au XIX^e siècle. Ce drapeau plus traditionnel, le *wünelfe* (Vénus) a été arboré par certaines communautés dans le passé et il est encore employé dans certaines cérémonies chamaniques nguillatun, symbolisant la présence sacrée et protectrice du *Foye*. Il diffère du drapeau plus récent et répandu le *wenufoye*, représentatif du peuple mapuche d'un point de vue politique depuis 1991, bien qu'il emploie également dans son centre, le *kultrun* symbolisant, l'étoile de huit pointes.

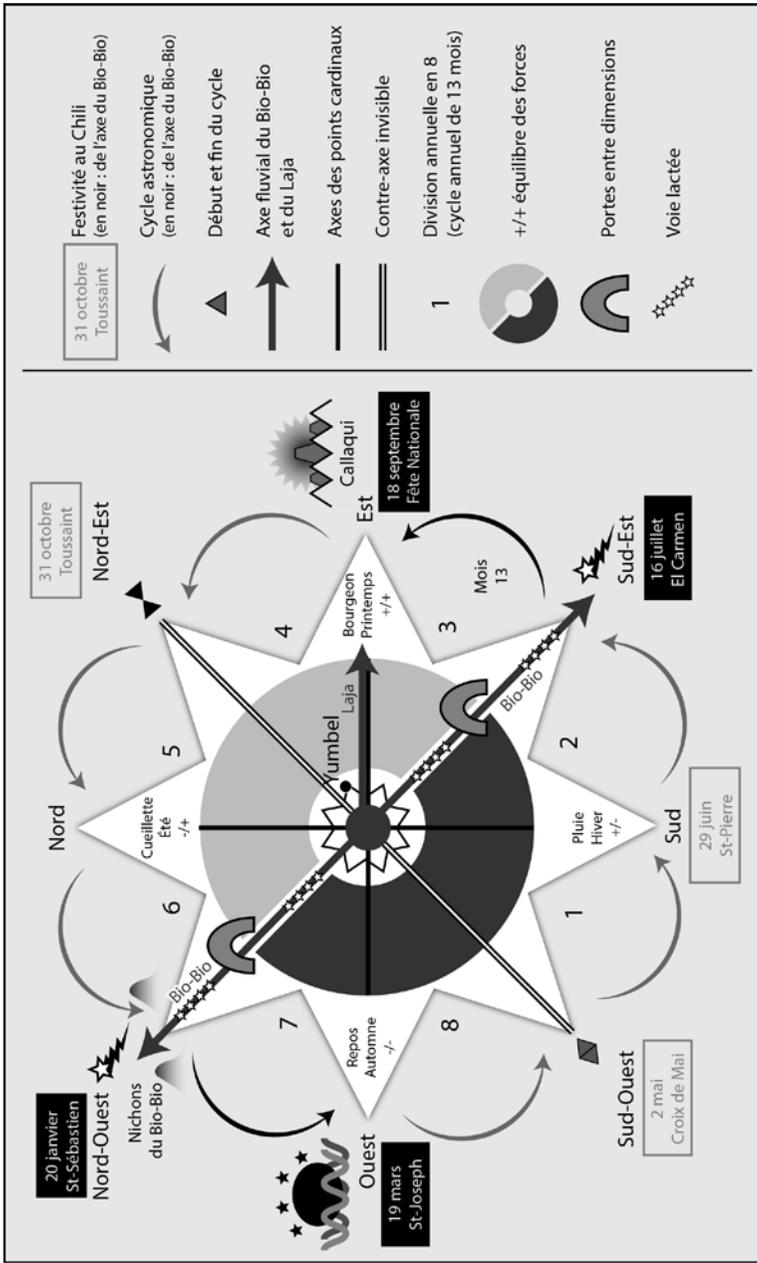
Les axes NO-SE et NE-SO rajoutés aux axes des solstices et équinoxes classiques permettent de diviser l'année en huit portions équivalentes, du point de vue des forces. Chaque portion possède une énergie aussi bien positive que négative, retrouvant une neutralité impossible dans le partage solaire de l'année. Pour établir les coordonnées, l'axe NO-SE devient essentiel, grâce à la facilité de localisation des dates de pluie d'étoiles filantes, facilement reconnaissable. Depuis cet axe qui reprend spatialement la direction du fleuve du Bio-Bio, il est possible d'établir le contre-axe NE-SO, et les axes des quatre points cardinaux.

L'axe du Bio-Bio correspond temporellement aux dates du 20 janvier et du 16 juillet et spatialement à l'axe NO-SE. Cet axe est facilement reconnaissable d'un point de vue physique puisqu'il reprend le fleuve et des deux périodes annuelles d'étoiles filantes. Il aide à établir également l'axe NE-SO plus imperceptible, mais comprenant les points les plus importants du calendrier mapuche : le SO en rapport au 2 mai, et le NE, au 1^{er} novembre. Le cycle du calendrier débiterait ainsi le 2 mai (automne austral) puisque cette date représente le point le plus négatif de l'année, de par sa position astronomique proche du solstice d'hiver et à la fois se trouvant encore dans un mois lunaire qui décroît. À l'opposé, le 1^{er} novembre, indique le moment le plus proche de l'été austral et la dernière lune qui rallonge le jour (Dowling, 1973).

Le rapprochement du modèle de calendrier mapuche et celte est si grand qu'ils deviennent presque le miroir l'un de l'autre, dans l'hémisphère opposé. Ainsi, les dates du 31 octobre et du 1^{er} mai seront associées à la mort et à la vie de façon inverse. Dans le calendrier celte cela se traduit par les festivités du 31 octobre (*Shamain*, fête des morts) et du 1^{er} mai (*Beltane*, fête de la fécondité), tandis que dans le calendrier mapuche à l'inverse, le 2 mai s'associe à la fête des morts et le 1^{er} novembre à la fête de la fécondité et en rapport avec les mariages.

Le cycle austral astronomique mapuche commence ainsi le 21 juin, mais le cycle chamanique, le 2 mai, reprenant syncrétiquement la fête catholique de la Croix de Mai, qui jouit d'une forte dévotion au sud du Chili. Mais cette date dans l'hémisphère austral représente pour le peuple mapuche, la nuit de contact avec l'au-delà et le début du cycle annuel chamanique mapuche, transposition équivalente à la nuit des morts *Halloween* (31 octobre), du calendrier celte. D'après des sources ethnologiques sur le terrain, la fête du 2 mai a perdu pour les Mapuches, une partie de son poids, au détriment de la fête de fin d'année du 21 juin, cependant les personnes plus âgées, racontent une célébration, avec des rites et coutumes qui rappellent étroitement la symbolique de la nuit des morts, dans un resserrement de la communauté autour d'un feu, tout au long de la nuit ouverte à l'inframonde (Barreto, 1992).

Figure 13.7 – Cosmvision du Chemin du Bio-Bio. Juxtaposition de la dimension spatiale (permanences) et temporelle (calendrier).



Conception schématique de l'auteur à partir de sources diverses et de travaux ethnographiques sur le terrain.

Réalisation : Département de géographie, Université Laval, 2015.

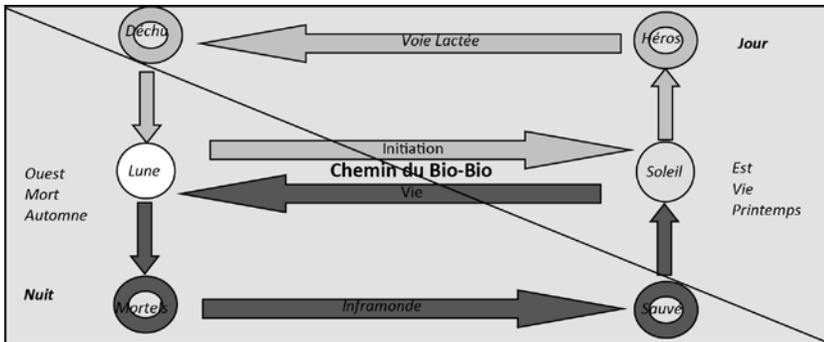
La dimension initiatique du chemin

Le chemin devient un parcours symbolique entre mondes opposés et forces complémentaires. Il revêt une dimension magique et cosmique qui le transforme en voie unique de pèlerinage. Dans cette optique, le parcours du chemin sur l'axe NO-SE équivaut à suivre un tracé spatial à la lisière de forces antagoniques et à accomplir à la fois une quête spirituelle dans la représentation de la dimension temporelle du fleuve. La confluence spatio-temporelle résulte en chemin, compris comme un élément spécial et sacré (figure 13.7).

Le Bio-Bio (double fil), également connu sous le nom de *Butan Leuvu*, (en langue mapuche, grand fleuve et voie lactée) fait allusion au grand fleuve sur la terre qui continue par la voie lactée dans le ciel et revient sur terre. Le parcours cyclique du fleuve se situe ainsi entre les deux dates de pluie d'étoiles filantes et désigne, d'après des récits mapuches traditionnels comme le témoignage de Millaluan (Lehmann-Nitsche, 1919), le reflet symbolique de la voie lactée, comprise comme le chemin astronomique inverse du chemin terrestre.

Le fleuve représente une voie d'initiation dans la recherche de son origine, dans un voyage vers les Andes à l'est, mais également dans un trajet de vie vers la mort et l'au-delà, sur l'océan Pacifique, à l'ouest, le *gaiya uápatrsh* ou chemin des morts en allusion à la voie lactée, d'après la tradition puelche (Fernández, 1995). Ce cycle est plus complexe puisqu'il faut également rajouter une troisième dimension de l'inframonde (figure 13.8).

Figure 13.8 – Le rôle du chemin comme articulateur de la cosmovision



Le récit mapuche de Pascual Coña, par exemple, retrace l'importance symbolique de la traversée des Andes, comme voyage d'initiation (Coña, 1984), vers l'Est. Cette tradition a été l'un des éléments à l'origine de la diffusion des Mapuches au XVIII^e siècle, sur les Pampas argentines (Capellà, et Geraldí, 2004). Le *nampülkafe* (voyageur en langue mapuche) est compris comme un

parcours d'expériences et de recherche spirituelle, comparable à celui du pèlerin. Dans cette optique, le fleuve du Bio-Bio représente le chemin de retrouvailles entre le jour et la nuit, sur la surface de la Terre, mais également à l'inverse, de la nuit vers le jour, pour compléter le cycle. La linéarité du chemin n'est en fait que la partie visible du parcours qui est cyclique et inclut un monde souterrain ainsi que le reflet dans la voie lactée par les gués des étoiles filantes (Bello, 1999), comme double fil.

Le trajet du Bio-Bio se trouve parsemé d'éléments matériels et symboliques. Les volcans sacrés du Callaqui et Copahué sur les Andes évoque la porte du domaine de Dieu (au SE). Les Teras del Bio-Bio (Nichons du Bio-Bio) font référence à deux collines qui symbolisent la porte des ténèbres, près de l'embouchure du Bio-Bio sur l'Océan Pacifique (au NO). Au centre du parcours, Yumbel concentre le pèlerinage de Saint-Sébastien et reste le meilleur témoin de l'adaptation du pèlerinage du chemin au fil du temps (Orellana, 1992).

L'étymologie même de Yumbel est confuse mais ferait allusion à *Um*, qui signifie en langue mapuche « aurore » et *Pel*, « lumière », ainsi « voie de lumière » ou « arc-en-ciel », au sens littéral mais également comme « voie de l'esprit ». Cette dernière définition se voit renforcer par le nom de la rivière voisine de Río Claro « Voie claire ». Les chutes voisines du Laja ont également été un point central sur la route commerciale, qui permettait de contrôler facilement le bétail transporté, sur l'île fluviale voisine. Les chutes revêtent, comme tout élément d'eau, un caractère sacré pour les Mapuches, de même que les nombreuses grottes éparpillées sur le chemin. Nous trouvons également des marques, des peintures rupestres, des gisements archéologiques et les dénommés Puel, ou tumulus artificiels (Dillehay, 2007) qui prouvent l'importance historique du chemin.

Le fleuve du Bio-Bio représente ainsi l'axe spatio-temporel visible d'une représentation cosmologique du cycle de vie qui va au-delà, vers le monde des ténèbres à l'ouest, ainsi que vers la voie lactée, à l'est. Le lien entre le chemin réel et spirituel reste figé par le pont des dates de pluies d'étoiles filantes qui ferment le cycle deux fois par an. La dimension initiatique du Bio-Bio complète ainsi le sens du chemin, comme le trajet solitaire de pèlerinage, face à l'au-delà.

Le pèlerinage de Saint-Sébastien de Yumbel reprend cette dimension sacrée et spirituelle du chemin, fixant un retour annuel, pour remercier de la réalisation du vœu par intercession du saint, sous peine de châtement pour celui qui ne tiendrait pas sa promesse, reprenant ainsi de façon syncrétique, le cycle temporel du chemin. Dans cette optique, la disparition du chemin ou du pèlerinage signifierait, d'un point de vue rationnel, l'abandon de la cosmovision, et du référent; mais du point de vue chamanique cela représenterait la fin des temps et des équilibres de l'univers qui régissent le jour, la nuit, la vie et la mort. Une

phrase populaire du pèlerin de Saint-Jacques, en Espagne, résume cette idée : *Vai de morto o que non foi de vivo* (tu parcours une fois mort ce que tu n'as pas fait de ton vivant).

LA PERMANENCE DU CHEMIN

Le chemin est un des éléments d'articulation du territoire et est composé de différentes dimensions. Le chemin résulte de la superposition de plusieurs notions : la voie (coordonnées géographiques), le tracé (suivant les éléments géographiques), la route (suivant les fonctions économiques) et le parcours (d'après les expériences de voyage) (Di Méo, 1998). Ces différentes particularités confèrent au chemin, au sens complet du terme, une capacité de résistance et d'adaptabilité au fil du temps, qui aboutit à une permanence spatio-temporelle (figure 13.9). Ainsi, dans le présent cas d'étude, la dimension spatiale du chemin reste reliée au fleuve, au-delà de la diversité de ses fonctions, de même que la dimension temporelle est fossilisée autour du 20 janvier, malgré les transformations des référents et des interprétations. Les deux aspects se renforcent et aident au caractère temporel infini et à la permanence spatiale du Bio-Bio. La date consolide le fleuve et vice-versa, renforçant la dimension permanente et initiatique depuis l'aube des temps du Bio-Bio.

Loin de considérer ce cas comme une exception, nous pouvons également constater l'existence d'autres chemins qui ont su survivre et se réinterpréter, au fil du temps. Le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle, qui recoupe une bonne partie de l'Europe, est un excellent exemple, avec des parallélismes presque saisissants par rapport au cas du Bio-Bio. Le chemin, bien qu'il soit devenu un atout touristique de nos jours, dans le nord de l'Espagne et une partie de la France, reprend la tradition d'un chemin de pèlerinage médiéval, autour de la figure de saint Jacques, mais remonterait d'après les sources, à un chemin d'origine celtibère et au culte du cercueil du dernier grand druide et évêque Priscilien (Lesta et Pedrero, 2007). Dans cette optique, l'orientation générale NE-SO, la date du 24 juillet (date du saint Patron), ainsi que la tradition celte qui établissait un calendrier solaire et lunaire, reflètent un chemin dans l'hémisphère nord, avec de nombreuses coïncidences avec le cas étudié au Chili. La date du 20 janvier correspond exactement à celle du 24 juillet, dans l'hémisphère opposé, et aux périodes de pluies d'étoiles filantes d'été, sur les deux hémisphères. Les axes des chemins se dirigent également vers l'ouest, associés dans les deux cas avec le soleil couchant, l'océan et l'entrée dans le monde des ténèbres, ou Finistère dans le cas de l'Europe.

Figure 13.9 – Les marques sur le chemin du Bio-Bio



Photographie de l'auteur prise près de Lonquimay (Chili).

Les chemins sont des éléments matériels et symboliques si présents et nécessaires qu'ils sont restés presque oubliés dans les études des géographes. À partir de l'étude du Chemin du Bio-Bio, au Chili, le présent article a permis de souligner la complexité des fonctions du chemin, d'un côté, comme articulateur matériel et symbolique du territoire, et de l'autre côté, comme contributeur à la permanence de la mémoire des lieux. Le chemin mérite l'étude en soi, comme référent fondateur du territoire et du groupe, sans qu'on puisse savoir à la fin si l'homme suit le chemin ou bien si c'est le chemin qui le conduit.

BIBLIOGRAPHIE

- ASTABURUAGA Y CIENFUEGOS, F. S. (1867) *Diccionario geográfico de la República de Chile*.
- AUKANAW (1995) *La Ciencia Secreta de los Mapuches*. [En ligne] <http://es.scribd.com/doc/564025/Aukanaw-La-Ciencia-Secreta-de-los-Mapuche>
- BALEATO, A. (1793) *Plano General del Reyno de Chile*. Santiago. Biblioteca Nacional.
- BARRETO, Oscar sdb.(1992) *Fenomenología de la religiosidad mapuche*. Bahía Blanca, Centro Salesiano de Estudios «San Juan Bosco».
- BELLO, A. (1999) Nampülkafe, el viaje en la sociedad mapuche del siglo XIX. Santiago, Museo Vicuña Mackenna, Primer premio en Encuentro Estudios Humanidades Investigadores Jóvenes.
- BENGOA, José (2007) *Historia de los antiguos Mapuches del Sur*. Santiago, Catalonia.
- BENGOA, José (2009) *La comunidad fragmentada*. Barcelona, Editorial Catalonia.
- BERDOULAY, Vincent (2004) « L'espace public et l'incontournable spatialité de la politique ». Dans Vincent Berdoulay, Paulo César da Costa Gomes et Jacques Lolive (dir.), *L'Espace public à l'épreuve. Régressions et émergences*. Pessac, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 9-25.
- BOCCARA, Guillaume (2002) Colonización, resistencia y mestizaje en las Américas (siglos XVI-XX). Quito, Abya-Yala.
- BONNEMAISON, Joël, CAMBEZY, Luc, QUINTY-BOURGEOIS, Laurence (dir.) (1999a) Le Territoire, lien ou frontière? T. 2, *La Nation et le territoire*. Paris, L'Harmattan.
- BONNEMAISON, Joël, CAMBEZY, Luc, QUINTY-BOURGEOIS, Laurence (dir.) (1999 b) Le Territoire, lien ou frontière? T. 1, *Les Territoires de l'identité*. Paris, L'Harmattan.
- BRUNHES, Jean (1947) *La Géographie humaine*. Mariel J. Brunhes Delamarre et Pierre Deffontaines (éd.), Paris, PUF.
- CANIUQUEO, Sergio (2005) Antagonismo en las Percepciones Territoriales. Un Marco de Interpretación. Tesis de Grado en Educación Kimun Mapuche Kisugenehual, Temuco, Universidad de la Frontera.
- CAPELLÀ, Hugo et GERALDI, A. (2003) Bahía Blanca-Puerto Montt: La senda de la tierra reencontrada. Dans *Bahía Blanca: Territorio y sociedad entre el mar y la Pampa*, Bahía Blanca, GAEA, 117-124.
- CAPELLÀ, Hugo et GERALDI, A. (2004) La Pampa : de territorio a frontera. *Revista de la Universidad Nacional del Sur*, Bahía Blanca, 2004, p. 31-52.
- Cartografía histórica de Chile, en Archivo Nacional. [En ligne] <http://www.memoriachilena.cl/>

- CLAVAL, Paul (2001) *Épistémologie de la géographie*. Paris, Nathan, 2001.
- COÑA, Pascual (1984) *Testimonio de un cacique mapuche (1930)* Santiago, Ediciones Pehuén.
- DE LA CRUZ CANO y OLMEDILLA, J. (1775) *Mapa Geográfico de América Meridional*. Biblioteca Nacional, Santiago.
- DI MÉO, Guy (1998) *Géographie sociale et territoires*. Paris, Nathan.
- DILLEHAY, Tom D. (2007) *Monuments, Empires and Resistance : The Araucanian Polity and Ritual Narratives*. Cambridge, Cambridge University Press (« Cambridge Studies in Archaeology »).
- DIRECCIÓN OBRAS PÚBLICAS (1924) *Cartografía hispano-colonial de Chile*. Atlas. Inspección General de Geografía, Santiago.
- DOWLING, Jorge (1973) *Religión, chamanismo y mitología mapuches*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- ESPINOSA, J & BAUZA, F. (1810) *Carta esférica para manifestar camino de Valparaíso a Buenos Aires*. Biblioteca Nacional, Santiago.
- FERNÁNDEZ, César A (1995) *Cuentan los mapuches : Antología*. Buenos Aires, Nuevo Siglo.
- FOERSTER, Roelf (1993) *Introducción a la religiosidad mapuche*. Santiago, Editorial Universitaria.
- FOUCHER, Michel (1991) *Fronts et frontières : un tour du monde géopolitique*. Paris, Fayard.
- GOTTMAN, Jean (dir.) (1980) *Centre and Periphery : Spatial Variation in Politics*. Londres, Sage Publications.
- GREBE, María Ester, PACHECO, José y SEGURA, Sergio (1972) Cosmovisión mapuche. *Cuadernos de la realidad nacional*, 14: 46-73.
- HEVILLA, María Cristina (2001) Fiesta, migración y frontera. Migración y cambio social, Número extraordinario dedicado al III Coloquio Internacional de Geocrítica (Actas del Coloquio) Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, 94 (106) [En ligne] <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-106.htm>
- LAY, Maxwell G. (1992) *Ways of the World : a History of the World's Roads and of the Vehicles that Used Them*. Sydney, Primavera Press.
- LEHMANN-NITSCHKE, Ricardo (1919) El diluvio según los araucanos de la pampa, *Revista del Museo de La Plata*, Buenos Aires, 24 : 28-62.
- LEÓN GARAVITO, Fray Ignacio (1759) *Mapa de Chile*. Biblioteca Nacional, Santiago.
- LESTA, José et PEDRERO, Marcelino (2007) *La Tumba del último druida*. Cydonia.

- LÓPEZ, Tomás (1777) *Mapa de una parte de Chile*. Biblioteca Nacional, Santiago.
- MARTÍNEZ SARASOLA, Carlos (1993) *Nuestros paisanos: los indios*. Buenos Aires, Emecé.
- MOLINA, José I. (1788-1795) *Compendio de la Historia, Geografía Natural y Civil del Reyno de Chile*. Biblioteca Nacional, Santiago.
- NORA, Pierre (dir.) (1993) *Les Lieux de mémoire. (1984-1992)*. Paris, Gallimard.
- OBREGÓN ITURRA, Jimena (2008) Concepciones hispanas en torno a un territorio disputado en Chile Araucano-mapuches y españoles durante el siglo XVII. Cultura y representaciones sociales, México DF, IIS, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, año 2, 4 : 72-93. [En ligne] <http://www.culturayrs.org.mx/Revista/num4/obregon.html>
- ORELLANA, Mario (1992) *Historia y antropología de la Isla de la Laja*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- Revista del Museo de La Plata (1919) vol. XXIV, pp. 28-62.
- ROJAS LUNA, Verónica (2002) *Atlas escolar de Chile*. Santiago, Santillana.
- SILLA, Rolando J. (2003a) «San Sebastián de las Ovejas : pureza perdida y revitalización en el Norte Neuquino (Argentina)», *Horizontes antropológicos, Belo Horizonte*, 19 : 181-201.
- SILLA, Rolando J. (2003 b) Santos e contrabandistas : a nacionalização de São Sebastião e a fronteira austral argentino-chilena. *Mana*, Rio de Janeiro, 9, 2 : 153-181.
- TORREJÓN, Fernando (2001) Variables neohistóricas en la evolución del sistema económico Pehuenche durante el periodo colonial. *Talca : Revista Univesum*, 16 : 219-236.
- TORREJÓN, Fernando *et al.* (2004) La navegabilidad histórica del río Biobío, mito y realidad (Reconstrucción del paisaje fluvial). *Terra Australis*, Universidad de Chile, 49 : 7-30.
- TORRES, Jimena, SILVA, Claudia y LUCERO, Marcela (2007) The role of fishing in the intensification of coastal occupations during the mid to late Holocene (Concepción bay, Bío Bío region, Chile). *Santiago, Magallania*, 35(1) : 71-93.
- VERNIORY, Gustave (2005) *Diez años en Araucanía*. Santiago : Pehuén Ed.
- VICENS VIVES, Jaime (1981) *Tratado general de geopolítica*. Barcelona, Ed. Vicens Vives.
- VIDAL DE LA BLACHE, Paul (1921) [1995] *Principes de géographie humaine*. Emmanuel de Martonne (éd.), Paris, Utz.
- VILLALOBOS, Sergio & al. (1982) *Relaciones fronterizas en la Araucanía*. Santiago : Universidad Católica de Chile.

- VOLLE, Aurélie (2007) Les frontières en territoire pewenche : images et perceptions multiples entre dynamiques locales et logiques globales. Dans Christian Bouquet et Hélène Velasco-Graciet (dir.), *Regards géopolitiques sur les frontières*, Paris, L'Harmattan.
- ZAPATER, Horacio (1998) *Aborígenes chilenos a través de cronistas y viajeros*. Santiago, Editorial Andrés Bello.
- ZAVALA, José Manuel (2000) *Les Indiens Mapuche du Chili : dynamiques inter-ethniques et stratégies de résistance, XVIII^e siècle*. Paris, L'Harmattan.

CHAPITRE 14

Reconversion d'anciennes routes économiques fluviales en itinéraires touristiques durables

Les canaux de Bretagne, de la stratégie à l'implication des acteurs

Manuelle Aquilina

Claire Mahéo

Université Catholique de l'Ouest Bretagne Sud

Cette communication se propose d'évaluer l'actuelle mise en tourisme des canaux fluviaux bretons par le Comité Régional du Tourisme de Bretagne (CRTB). À l'origine, le territoire de la région Bretagne présente un intérieur irrigué par de nombreux petits fleuves. Ces fleuves ont été structurés au XIX^e siècle autour d'un canal, voie à vocation économique, le « Canal de Nantes à Brest ». Ces anciennes voies fluviales ayant vu décliner leur rentabilité économique, elles sont reconverties aujourd'hui en supports d'itinéraires touristiques. Ainsi, la Bretagne intérieure propose aux touristes trois grands itinéraires fluviaux articulés entre eux : le canal napoléonien de Nantes à Brest, puis une portion navigable de la rivière du Blavet et un canal qui relie la Manche à l'océan Atlantique.

Cet ensemble compte un nombre important d'écluses, notamment en échelle, et un patrimoine bâti intéressant qui trouve son écrin dans des paysages variés préservés. De plus, petites cités de caractère, châteaux ou abbayes jalonnent ces voies qui relient les principales agglomérations bretonnes. À partir de ce potentiel patrimonial naît la volonté, présente également dans d'autres régions, de développer le tourisme intérieur en capitalisant sur les tendances du « slow tourism » et du tourisme de proximité. Il s'agit d'irriguer le territoire rural

délaissé par les flux touristiques principaux (littoraux) et ainsi d'assurer un rééquilibrage en s'appuyant sur le réseau des voies fluviales transformé en itinéraires durables.

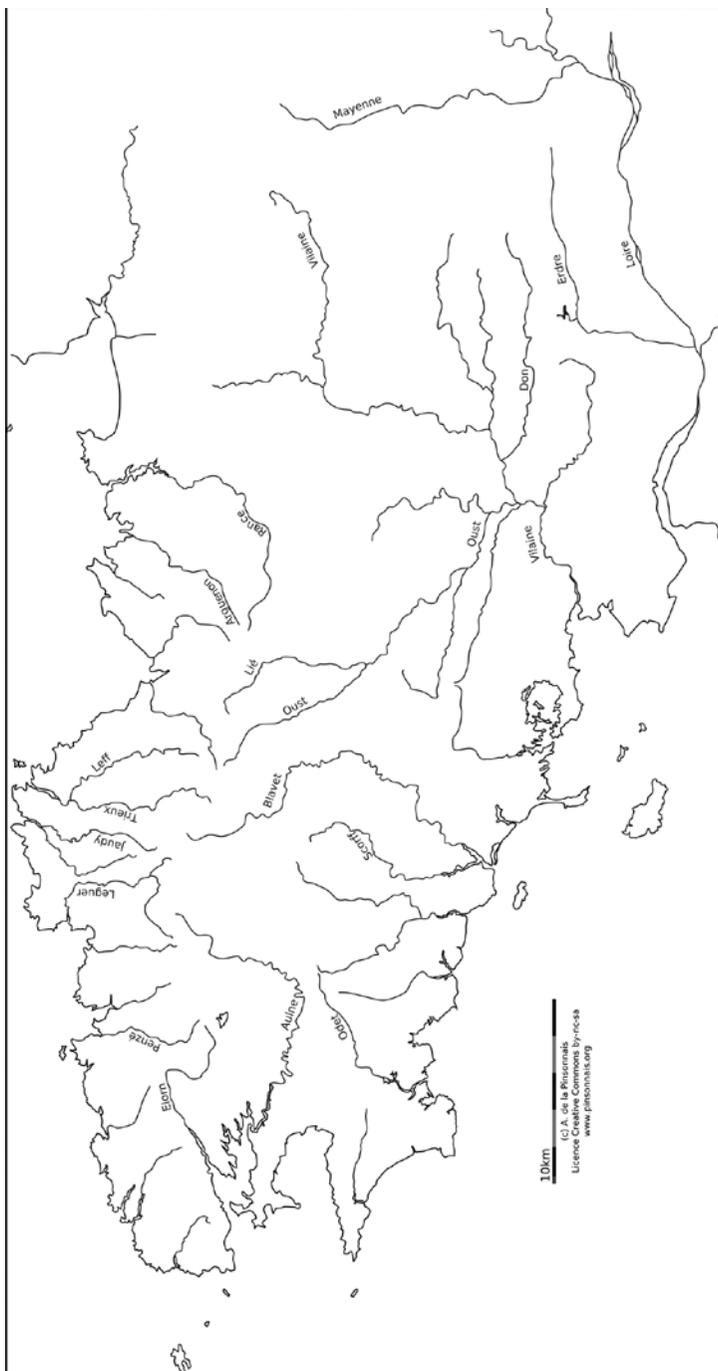
Le projet « canaux de Bretagne » entre dans sa phase de réalisation concrète dans le schéma régional du Tourisme 2012¹. Le plan d'action de la Région prévoit donc de prendre en compte les ressources patrimoniales (canaux, écluses, maisons éclusières, chemins de halage, sites et monuments historiques...), les ressources écologiques (qualité de l'eau, zones d'intérêt floristique et faunistique spécifiques), les ressources économiques et sociales (prestataires, collectivités riveraines, associations locales et d'usagers). L'ambition affichée est de faire des canaux l'épine dorsale du tourisme en Bretagne intérieure et de développer « l'esprit canal » avec pour objectif d'associer les acteurs intervenants sur, ou à proximité, de la voie d'eau et d'animer économiquement et culturellement le territoire environnant. Le CRTB dans son rôle de coordinateur a ainsi impulsé la création d'une structure associative « Canaux de Bretagne » qui regroupe les prestataires, les usagers, les élus et riverains ainsi que les collectivités locales bordant le canal sur toute sa longueur.

Cependant, plusieurs problèmes se posent : la longueur de l'itinéraire constitue un frein dans la coordination des actions; l'itinéraire est par ailleurs tronqué par un barrage hydroélectrique qui le coupe en son milieu; enfin, de nombreux aménagements (et de lourds investissements) sont encore nécessaires afin de pallier la discontinuité de l'offre d'hébergement et de restauration ainsi que pour perfectionner les infrastructures d'accueil tout au long du canal.

Cette stratégie de mise en tourisme nous semble intéressante à analyser car, comme dans les autres régions développant leur potentiel fluvial, elle s'appuie sur un vaste territoire et un patrimoine local, mais a contrario la Bretagne est la seule à présenter une attractivité littorale forte. De plus, par sa volonté d'implication de tous les riverains des communes bordant les canaux, la Région souhaite réactiver sur le plan social et culturel des espaces qui, du temps de la vie active des canaux, étaient très dynamiques. Nous nous attacherons donc à questionner le rôle et l'implication des communautés locales et des usagers dans la mise en valeur de ces itinéraires fluviaux. Nous partons en effet de l'hypothèse que seul un réel engagement des acteurs du territoire peut rendre efficiente la stratégie portée par la Région Bretagne.

1. Les auteurs remercient chaleureusement Mmes C. Girard, A. Chotard et C. Bridel du Comité régional du tourisme de Bretagne pour leur aide et les nombreuses informations auxquelles elles leur ont donné accès.

Figure 14.1 – Carte des fleuves bretons



LES CANAUX EN BRETAGNE : CONTEXTE HISTORIQUE ET GÉOGRAPHIQUE

Le territoire de la région bretonne est naturellement irrigué par de nombreux petits fleuves (L'Erdre, l'Isac, l'Oust, le Blavet, le Doré, le Kergoat, l'Hyères, l'Aulne...). Cette spécificité fut mise à profit à partir du XIX^e pour développer les voies de communication par l'eau. Ainsi la Bretagne intérieure est aujourd'hui encore traversée par trois grands canaux : le canal napoléonien de Nantes à Brest (Est-Ouest, 364 km de long) sur lequel se greffe une portion navigable du Blavet (59 km), et un canal (Nord-Sud, canal d'Ille et Rance et rivière Vilaine, 222 km de long) qui relie la Manche à l'océan Atlantique par Redon, point de jonction avec l'itinéraire Nantes-Brest.

L'idée d'ouvrir une voie de navigation intérieure en Bretagne remonte au XVI^e siècle². Dans l'axe nord-sud, la canalisation de la Vilaine est décidée dès 1538 par les États de Bretagne, rendant navigable le fleuve de Rennes à Messac, ce qui permet dès 1585 la première liaison fluviale de la capitale bretonne à Redon et, plus loin, à l'océan. Ce sont les prémisses du canal d'Ille et Rance. Par ailleurs, l'intérêt économique d'un canal traversant tout le territoire d'est en ouest en joignant Nantes à Brest est de désenclaver le centre Bretagne : les difficultés de circulation dues au mauvais état des routes et des chemins rendaient les transports longs, difficiles et coûteux. La voie d'eau était plus rapide et aisée. Les différents blocus maritimes, imposés par l'Angleterre sous le règne de Louis XIV, rendent les États de Bretagne plus conscients de cette faiblesse et les conduisent à faire étudier la mise en place d'un réseau de canaux sur le territoire. Différents projets, inspirés par des raisons stratégiques autant que de développement économique, sont ainsi proposés au cours du XVIII^e siècle mais sans aboutir. Il faut attendre le début du XIX^e et le blocus de Brest par les Britanniques, pour convaincre Napoléon I^{er} de l'intérêt stratégique de débloquent Brest par l'arrière-pays, et pouvoir ainsi approvisionner en vivres et munitions les arsenaux de Brest et, par un tronçon sur le Blavet, Lorient. En 1803, l'ingénieur en chef des Ponts et Chaussées Guy Bouessel est chargé de l'étude du projet et, en 1811, les travaux du canal débutent aux deux extrémités (en Loire-Inférieure et dans le Finistère)³. Enfin, le 1^{er} janvier 1842 la voie d'eau entre Nantes et Brest de 364 km (238 écluses) est ouverte à la navigation sur toute sa longueur (Benferhat, 2007). Le Canal n'est artificiel que sur 20 % de sa longueur soit environ 73 km. Huit cours d'eau sont canalisés pour l'alimenter, ou aménagés pour les rendre navigables. Les ingénieurs créèrent, au total,

2. Pour les références de cette partie se reporter à la bibliographie et en particulier, Benferhat (2007) *Le canal de Nantes à Brest*, ou à « Institution du Canal d'Ille et Rance Manche Océan Nord » I.C.I.R.M.O.N.

3. Décret impérial de construction des canaux de Bretagne signé le 7 juin 1811 par Napoléon.

près de 600 kilomètres de voies et 325 écluses dans les cinq départements traversés par les différentes portions de canaux⁴.

Figure 14.2 – Les voies navigables en Bretagne



Le projet du canal d'Ille et Rance est, lui, approuvé en 1803 et ouvert à la navigation en 1837. Sur sa plus grande partie nord, il est constitué de l'Ille (qui alimente naturellement le canal en eau dans sa partie aval jusqu'à Rennes). Cette partie aval de l'Ille, affluent naturel de la Vilaine, a ainsi été canalisée à partir du bief des 11 écluses d'Hédé qui donnent accès au canal artificiel reliant l'Ille à la Rance. Le canal en amont de ce bief est alimenté en eau par des ruisseaux artificiels détournant notamment l'eau de l'étang d'Hédé. L'Ille canalisée termine son cours jusqu'au confluent de la Vilaine à Rennes. Puis la Vilaine elle-même suit un cours plus naturel, passant en sortie de Rennes dans une zone inondable naturelle préservée, comportant de nombreux bras et plans d'eau. Un des bras a été aménagé pour éviter les hauts fonds en période sèche et réguler l'hydrographie et ainsi permettre la navigation presque en toute saison de Nantes à Rennes. Plus de 260 ouvrages d'art ponctuent aujourd'hui ce canal, dont 48 écluses et autant de maisons-éclusières, de nombreux ponts, dont plusieurs d'époque.

4. Le canal de Nantes à Brest est un canal à petit gabarit (25,70 m sur 4,50 m). Il emprunte les vallées de l'Erdre, de l'Isac, de l'Oust, du Blavet (qu'il rejoint à Pontivy), du Doré, le Kergoat de l'Hyères et de l'Aulne. 18 de ses 238 écluses ont été englouties par le barrage de Guerlédan. Les travaux ont coûté 160 millions de francs-or de 1860.

Le trafic commercial réalisé sur ces canaux (liaison entre canal de Nantes à Brest et canal d'Ille et Rance par Redon) fut d'une importance capitale pour le centre Bretagne, région enclavée au XIX^e siècle. Le « fret » était composé de denrées alimentaires – céréales, vins, sucre, sel; de matières premières – bois, sable de Loire, ardoise, tuffeau angevin, houille pour les forges de Loudéac; engrais agricoles – chaux du Maine et Loire, sable calcaire; produits divers – charbon, cire, chanvre, lin... Cependant, le développement du chemin de fer (après 1860 en Bretagne), notamment la ligne Carhaix-Châteaulin-Camaret en 1911, la construction et l'amélioration des routes, puis surtout la construction du barrage hydroélectrique de Guerlédan à partir de 1923, réduisirent l'activité et la rentabilité du Canal. Le barrage de Guerlédan en effet, coupe la navigabilité du Canal est-ouest en son milieu en isolant les parties finistérienne et costarmoricaine du reste du réseau. Il donne naissance au plus grand lac artificiel breton, le lac de Guerlédan⁵.

Guerlédan met un point final au fret par voie d'eau douce entre Nantes et la rade de Brest, d'autant plus que les canaux étaient d'un gabarit trop faible pour la batellerie bretonne qui avait pourtant motorisé ses bateaux dans les années 1930. Le trafic, qui avait progressé de 10 000 tonnes en 1859 à 174 000 tonnes en 1911, décline par la suite (notamment à cause de la réquisition des péniches pendant la Première Guerre mondiale). C'est en 1942 que le dernier chaland franchit l'écluse de Châteauneuf du Faou. Rayée de la nomenclature des voies navigables en 1957, la voie d'eau du canal de Nantes à Brest dépérit peu à peu avec le désengagement progressif de l'État (Berneron-Couvenhes 2001) qui ne considère plus les voies d'eau comme une priorité d'aménagement du territoire avant qu'une réutilisation touristique ne soit envisagée, par la Région cette fois, à partir des années 1990.

POTENTIEL PATRIMONIAL DES ITINÉRAIRES FLUVIAUX

Les canaux bretons constituent encore aujourd'hui un patrimoine en eux-mêmes mais donnent également accès à des territoires riches et divers.

Tout d'abord les canaux permettent une liaison entre les principales agglomérations bretonnes (Nantes, Brest, Rennes, Saint Malo, Pontivy, Lorient, etc.) ainsi qu'entre deux mers (Manche et Océan Atlantique) et donc deux types de paysages différents (plus escarpé sur la côte nord). La plupart des cités bretonnes traversées sont labellisées « Villes d'Art et d'Histoire » ou « Cités d'Art » en raison de leur patrimoine monumental et historique très riche (monuments historiques – civils et religieux – de toutes époques, ports militaires ou de plaisance,

5. La construction de ce barrage a duré sept ans (de 1923 à 1930). Placé sur les eaux du Blavet, il mesure 45 mètres de haut et retient un volume de 55 millions de m³ d'eau sur une étendue de 400 hectares.

etc.) et de leur activité culturelle. Cependant, en dehors des plus grandes agglomérations, les itinéraires sont jalonnés de « Petites cités de caractère »⁶ qui présentent des ensembles architecturaux cohérents et soigneusement mis en valeur : au fil de l'eau on découvre ainsi le château de Josselin ou celui des Rohan à Pontivy, qui sont justement réputés, ou encore l'abbaye de Redon.

Figure 14.3⁷ – Échelle d'écluses en Bretagne



Photographie des auteurs.

Les paysages que traversent les canaux sont variés (campagne vallonnée, landes, vallées) et préservés (parc régional naturel d'Armorique). Tout un patrimoine bâti accompagne les canaux : anciennes maisons éclésiastiques, anciens moulins, bornes kilométriques, ponts... et, longeant les canaux, chemins de halage. Ce que l'on nomme souvent « petit patrimoine » mais qui contribue grandement au charme des circuits. De nombreuses écluses, notamment en « échelle » (très rapprochées pour passer un fort dénivelé), ponctuent le tracé (échelle d'écluses à Hilvern et à Hédé). Les écluses en « échelle » forment une construction

6. « Petite Cité de caractère est un label créé en Bretagne en 1977 par Jean-Bernard Vighetti. Il « vise à mettre en valeur l'authenticité et la diversité du patrimoine de certaines petites communes (moins de 6 000 habitants) dotées d'un bâti architectural de qualité et cohérent » (au moins un monument classé ou inscrit Monument Historique). »
7. Photographies du canal (figure 14.3 et 14.4), communiquées avec l'aimable autorisation du CRTB.

particulière du paysage ayant un attrait pour les pratiquants des voies bordant les canaux. Elles constituent par conséquent une curiosité touristique.

À tout ce patrimoine tangible s'ajoute un patrimoine intangible. La construction des canaux, qui fut un long et gigantesque chantier (1811-1858), constitue en elle-même une histoire qui participe à leur valeur patrimoniale actuelle. À l'époque, les ouvriers qui travaillaient sur le chantier du canal vivaient dans des conditions difficiles. C'était parfois des paysans qui louaient leurs bras, souvent des bagnards ou des prisonniers de guerre (la ponction du salaire, pour la prise en charge, provoque révoltes et désertions). Les péniches, avant d'être motorisées, étaient tirées par des chevaux (vitesse moyenne 2 km/h en charge) le long de chemins de halage. L'histoire des hommes qui ont peiné sur la construction du canal, celle des chalands et de la batellerie, celle de l'économie liée au canal (présente encore par les ruines d'édifices industriels : carrières, fours à chaux, minoteries, etc.) peuvent être racontées, évoquées aujourd'hui. Elles constituent un atout mémoriel important qui ne demande qu'à être mis en scène auprès des visiteurs.

L'itinéraire permet donc non seulement de relier des points qui portent en eux-mêmes une attractivité touristique déjà mise en valeur (l'attraction des agglomérations est en effet renforcée par leur patrimoine bâti, leurs animations touristiques et la possibilité d'accéder au cœur de ville), mais encore le canal en lui-même présente de nombreux attraits tout au long de son cheminement. Désormais « gabares et chalands disparus, le canal n'ouvre plus ses écluses qu'aux amateurs de canoës ou kayaks, aux plaisanciers sur péniches, voiliers ou bateaux motorisés, l'outil industriel et commercial s'étant mué en axe touristique » (Benferhat, 2007).

LE PROJET « CANAUX DE BRETAGNE » : UNE VOLONTÉ D'AGIR SUR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Origines du projet « canaux de Bretagne » : la région

La Bretagne a hérité de la compétence « voies navigables » en 1989. Elle fait partie avec la Picardie et les Pays de Loire des premières régions françaises concernées par cette phase de décentralisation dont les objectifs sont de rationaliser le domaine public fluvial⁸ et d'assurer la reconversion d'une ancienne route économique fluviale. Il s'agissait alors pour l'État et les collectivités d'assurer conjointement la réhabilitation des infrastructures liées à la navigation (berges, écluses) et la création de ports pour faciliter la plaisance. La deuxième

8. Sur les 18 000 km de voies d'eau, seuls 8500 km sont désormais considérés comme navigables, l'état tient donc dès le début des années 90 à réduire le niveau de service sur les voies proportionnellement au trafic (VNF).

phase de décentralisation intervient avec la possibilité dès 2005 pour les collectivités de constituer leur propre domaine public fluvial⁹ ; elle est renforcée par le transfert de compétences en 2004 des personnels et des services, ce qui permet à la Bretagne de devenir propriétaire de ses voies d'eau en 2008¹⁰. Ce lent processus de prise de contrôle permet à la région de réfléchir en amont à la mise en valeur de son potentiel et de l'inscrire dans la stratégie touristique régionale. C'est pourquoi, dès 2007, dans l'axe « développement touristique de la Bretagne intérieure » du schéma régional de tourisme, est présente la volonté de rendre plus cohérente l'offre des voies d'eau¹¹. Le projet entre dans sa phase de réalisation concrète avec le nouveau schéma de 2012.

Cependant, si le Comité Régional du Tourisme de Bretagne (CRTB) est initiateur et maître sur le projet, les ressources patrimoniales (développées précédemment), les ressources écologiques (qualité de l'eau, zones d'intérêt floristique et faunistique), les ressources économiques et sociales (prestataires, collectivités riveraines, associations locales et d'usagers) engendrent de telles problématiques que le Conseil régional a inscrit dans son document-cadre la nécessité de faire collaborer différents services régionaux (service tourisme et patrimoine, service mobilité transports, service environnement). Suivant cet objectif, le CRTB, coordonnateur des acteurs du canal, a impulsé la création d'une structure associative « Canaux de Bretagne », créée en octobre 2010, qui regroupe les prestataires, les usagers, les élus et riverains ainsi que les collectivités locales bordant le canal sur toute sa longueur.

Une mise en tourisme ambitieuse : faire de canaux de Bretagne « l'épine dorsale » du tourisme intérieur

Avant de développer plus en avant la nécessité pour la région de recentrer sa politique touristique, il est nécessaire de rappeler combien la Bretagne accueille un tourisme massivement littoral. Elle constitue en effet la 4^e région touristique pour l'accueil des Français (en nombre de nuitées, 5^e pour l'accueil des étrangers). Mais la quasi-totalité des flux touristiques, ainsi que l'offre, se concentrent sur le littoral avec une saison concentrée entre 15 juillet-15 août : + de 8 millions de nuitées en hôtellerie de plein air sur le littoral mais moins

9. Art.56 de la loi du 30 Août 2003 relative à la prévention des risques technologiques et naturels et à la réparation des dommages – Décret du 16 août 2005 sur les modalités de transfert de propriété du domaine public fluvial.

10. La Région a intégré 157 agents de l'État dans ses effectifs pour assurer l'aménagement et l'entretien des voies navigables.

11. Schéma de Développement et de valorisation des voies d'eau, axe in Schéma régional de développement touristique, 2008.

de 1 million en intérieur; + de 3,4 millions de nuitées hôtelières en littoral (urbain et rural) contre seulement 1 million en intérieur¹².

Face à ces constats, la Région a depuis plusieurs années positionné clairement sa stratégie avec pour objectifs affichés de contribuer au rééquilibrage territorial et saisonnier de l'espace touristique breton. Le projet Canaux de Bretagne constitue de ce point de vue « l'épine dorsale » du développement touristique des territoires non littoraux. En effet, la mise en tourisme des voies d'eau permettrait de valoriser un espace accessible à tous les publics touristiques et offrant des pratiques multiples et sur une saison plus étalée (ailes de saison notamment en mai-juin puis septembre-octobre). Il s'agit aussi de revitaliser des territoires essentiellement agricoles, souvent pauvres démographiquement et économiquement en faisant valoir la spécificité régionale du terroir breton par le biais d'une valorisation culturelle et patrimoniale.

En outre, Canaux de Bretagne permettrait de renforcer la fonction sociale de cet espace auprès des habitants de proximité et d'associer la multiplicité des acteurs intervenant autour des voies d'eau. De ce point de vue, le projet s'inscrit dans une démarche politique clairement participative : prestataires, usagers, habitants, associations, collectivités locales, tous les acteurs sont associés à la concertation et représentés dans l'association. Le CRTB affiche d'ailleurs une volonté claire de développer « l'esprit canal » auprès de tous les acteurs concernés.

Si l'on cherche à replacer la mise en tourisme des canaux bretons dans un contexte national plus large, ce projet suit les tendances très actuelles du *slow tourism* et de l'écotourisme, notamment avec la création de voies vertes sur les anciens chemins de halage. Il s'inscrit ainsi parfaitement dans la démarche du tourisme fluvestre¹³.

En comparant la situation du tourisme fluvial de la Bretagne avec d'autres régions françaises (Bourgogne, Aquitaine), il apparaît d'ailleurs que les options choisies pour mettre en valeur ces itinéraires ne présentent aucune originalité particulière et, au regard du potentiel de son patrimoine naturel et culturel, la région bretonne semble même en retard sur le plan du développement de ces activités. Elle bénéficie de ce fait des bonnes pratiques déjà expérimentées ailleurs, comme en Bourgogne notamment. Ce retard apparent s'explique d'une part à cause de la prépondérance du tourisme balnéaire, d'autre part en raison de difficultés que rencontre la mise en tourisme des canaux bretons.

12. Source : CRTB, memento du tourisme en Bretagne, chiffres clefs 2011.

13. Tourisme fluvestre : ensemble des activités touristiques développées sur et autour de la voie d'eau lié à l'inter influence entre les résidents des territoires, les touristes en séjour, excursionnistes, visiteurs de passage et les activités pratiquées (navigation, découverte, itinérance, sports et détente). Verges V., responsable division tourisme et services aux usagers, (VNF).

Figure 14.4 – Canal Nantes à Brest Château de Josselin

Photographie des auteures.

DES PROBLÈMES MULTIPLES POUR LE PROJET : DES DIFFICULTÉS SURMONTABLES?

Un certain nombre de contraintes géographiques, hydrauliques mais aussi sociologiques par exemple, pèse sur le développement du tourisme fluvial en Bretagne et montre les limites de ce type de stratégie, importée de modèles préexistants, qui s'adaptent mal aux réalités sociales, historiques et politiques des territoires particuliers.

L'itinéraire remis en cause, conséquence sur le produit touristique

L'exemple le plus frappant de ces diverses contraintes est le barrage hydroélectrique de Guerlédan qui coupe en son milieu le canal appelé improprement « de Nantes à Brest » : obstacle majeur, il empêche la navigation sur toute sa longueur, qui est ainsi limitée de Nantes à Pontivy ou de Carhaix à l'Atlantique. Ce frein empêche le développement d'une offre cohérente de nautisme léger sur l'ensemble des tracés qui pourtant sont prévus pour être interconnectés. Il faut souligner que cet obstacle n'est jamais clairement explicité dans les différents supports de communication touristique vantant la pratique de la navigation sur le canal, ce qui peut entraîner confusion, contraintes et incompréhension auprès des touristes potentiellement concernés.

Un autre obstacle réside dans le nombre important d'écluses. Conséquence directe de la géomorphologie des lieux et atout paysager, il peut se révéler être un frein majeur car la progression quotidienne est lente (6 km/h maximum). Les écluses sont souvent manuelles, leur manipulation est difficile et nécessite une forme physique minimale, et les plaisanciers assurent parfois eux-mêmes l'éclusage¹⁴. Cela peut évidemment freiner certaines clientèles touristiques, enclines à plus de confort et adeptes des courts séjours. De ce fait, le canal d'Ille et Rance, bien que beaucoup plus court et traversant l'agglomération rennaise, est coupé par beaucoup moins d'écluses. C'est donc le seul qui permette le développement d'une offre multiple. En effet, outre la pratique classique de tourisme fluvestre, le canal est emprunté en période estivale par nombre de bateaux maritimes (voilier ou moteur) qui l'utilisent pour rejoindre l'estuaire de la Vilaine sur l'Atlantique, et la côte nord sur la Manche, sans avoir à contourner la pointe finistérienne et peuvent ainsi découvrir la Basse-Bretagne et profiter de la capitale bretonne.

Cette situation crée un déséquilibre entre le canal de Nantes à Brest, pourtant le plus long, et ce canal plus court mais davantage fréquenté et plus dynamique dans ses animations.

Mauvais état des voies d'eau et discontinuité de l'offre touristique

La Région a déjà réalisé de lourds investissements mais beaucoup d'aménagements sont encore nécessaires, notamment la restauration de nombreuses maisons éclusières en ruine, la création de haltes, ports, ou la modernisation d'installations existantes (un nouveau quai d'accostage sur une écluse coûte 250 000 € pour 7 m de long, et est financé à 75 % par le Conseil régional). Cet état encore préoccupant de certaines portions des canaux force le CRTB à miser davantage sur des pratiques de loisirs sans lien direct avec la navigation et plus « contemplatives ». En effet, l'accent a été mis ces dernières années sur les voies vertes qui permettent aux promeneurs à pied ou à vélo de pratiquer les canaux sur toute leur longueur. Ce développement moins coûteux est aussi en parfaite adéquation avec la requalification des rivières et canaux en milieu urbain comme c'est le cas à Rennes ou Nantes mais aussi dans de nombreuses petites villes bretonnes qui ont placé leurs cours d'eau au centre de leur politique de réaménagement. De fait, si juste en amont et en aval des villes, les canaux sont en bon état et jouissent d'équipements et d'offres d'hébergement et de restauration touristiques performants, ces équipements sont parfois absents sur des dizaines de kilomètres en intérieur. Ce déséquilibre géographique

14. Il est ainsi beaucoup plus intéressant de naviguer sur le Canal Manche Océan (61 écluses pour 222 km) que sur le Canal Nantes à Brest (238 écluses pour 364 km et un barrage).

dans l'offre est en plus corrélé à une insuffisance de montée en gamme des hébergements¹⁵. Il faut par conséquent tenter de pallier cette discontinuité de l'offre le long du canal et perfectionner les infrastructures d'accueil.

À ces aspects liés au développement de l'économie touristique le long du canal se superposent des problèmes écologiques liés à la qualité de l'eau, préoccupation majeure en Bretagne.

Des enjeux écologiques incontournables

Canaux de Bretagne est en effet confronté à la problématique majeure de la qualité de l'eau des rivières et canaux dont elle doit garantir l'amélioration, conformément à l'application des directives régionales, nationales et européennes en la matière. De ce point de vue, elle est soumise aux différentes politiques contraignantes menées sur les territoires que les canaux traversent, territoires essentiellement ruraux aux pratiques agricoles parfois intensives, ou urbains, donc avec des problèmes possibles de pollution industrielle et domestique.

De plus, restés longtemps à l'abandon et parfois situés à l'intérieur de territoires sauvegardés (réserve naturelle, site naturel exceptionnel, parc naturel, réserve biosphère), les canaux sont le refuge d'espèces végétales et animales protégées, qui si elles constituent un atout patrimonial pour les visiteurs, sont également fragiles et donc directement menacées par une sur-fréquentation et des pratiques touristiques abusives. L'affluence de canoës, le rejet des eaux usées des bateaux en sont des exemples fréquents auxquels peuvent se rajouter des cas particuliers par exemple le site naturel remarquable de l'Île aux pies (sur la Vilaine), en proie à une sur fréquentation de ses berges protégées et de ses falaises, ce qui provoque des conflits avec les acteurs chargés de la protection du lieu.

Un enjeu écologique supplémentaire est de lutter contre les espèces animales ou végétales invasives diffusées facilement par les plaisanciers et les pêcheurs. La jussie¹⁶, l'élodée ou la renouée du Japon font partie de ces plantes aquatiques envahissantes introduites qui forment d'épais tapis végétal empêchant les poissons et les oiseaux de se nourrir et nuisant à la circulation des bateaux. On trouve encore le ragondin dont les galeries fragilisent les berges. Enfin, il convient d'assurer la continuité écologique : des aménagements spécifiques pour le déplacement des poissons (saumon, truite, lamproie) sont ainsi à réaliser.

15. Il existe peu d'hôtels, mal répartis sur l'ensemble du tracé et seulement dans la catégorie 2 étoiles.

16. La jussie est une plante aquatique d'Amérique du sud, importée pour la décoration des bassins aquatiques.

LES CANAUX : UN ESPACE INVESTI PAR UNE MULTIPLICITÉ D'ACTEURS

En dehors de ces multiples contraintes, l'association « Canaux de Bretagne », dans sa volonté de concertation de tous les acteurs présents, met en place certaines actions dont il faut analyser l'efficacité et la portée. Car comment promouvoir un itinéraire, c'est-à-dire le déplacement et non un lieu particulier, en satisfaisant tous ceux qui pratiquent ces voies d'eau? Force est de constater que pour l'heure, ces actions sont plutôt balbutiantes et peuvent être problématiques.

Tout d'abord, un problème majeur est soulevé par la superposition et coexistence de différents territoires administratifs et de multiples autorités : le territoire des canaux s'étend sur des dizaines de communes, pas moins de cinq départements et deux régions administratives différentes (la Bretagne et la Loire Atlantique), autant de niveaux juridictionnels qui constituent un frein dans la coordination des actions et des volontés. En effet, si la Région est propriétaire, elle l'est en concession aux quatre départements bretons, ce qui n'est pas sans poser problème pour les interventions des directions techniques de l'équipement, des syndicats d'aménagement (SMATAH, SAGE)¹⁷ et des actions environnementales.

Du point de vue de l'offre touristique, les prestataires sont nombreux : 64 loueurs d'embarcations (bateaux habitables et non habitables), et au bord de l'eau 139 locations vélos, centres équestres, musées-châteaux, etc. auxquels il faut ajouter quelques 600 hébergeurs et les restaurateurs. Le constat actuel est qu'il existe un manque évident de coordination au niveau des stratégies vis-à-vis des clientèles. En effet, Canaux de Bretagne ne compte pas l'ensemble de ces prestataires parmi ses membres adhérents et ne communique donc pas sur toutes les prestations proposées, ce qui nuit considérablement à la lisibilité de l'offre. Son objectif de sensibilisation des acteurs touristiques n'est pour l'instant pas encore atteint.

Le troisième point sur lequel Canaux de Bretagne doit en permanence se mobiliser, réside dans les conflits d'usage engendrés par la multiplicité des acteurs et pratiques sur et autour des canaux. Plaisanciers (habitants, touristes), pêcheurs, randonneurs (à pied, vélo, cheval...) mais aussi services (EDF par

17. Les prérogatives administratives peuvent déboucher sur des conflits sociopolitiques : le SAGE avait la volonté de rendre les cours d'eau « libre » (suppression des écluses et barrages) : contre cette disposition, une manifestation fin novembre 2007, à l'écluse de Pont-Triffen, rassembla environ 2000 personnes. À l'issue de cette mobilisation, la demande de classement du canal en « masse d'eau fortement modifiée » (MEFM) a été faite par le président du Comité de Bassin Loire-Bretagne, Ambroise Guellec, avec le soutien de Jean-Yves Le Drian, alors président de la Région Bretagne.

exemple qui doit gérer de nombreuses installations hydroélectriques) ont des habitudes et objectifs souvent opposés. La vidange du lac de Guerlédan programmée en 2015 par EDF en constitue une bonne illustration. Si cette vidange spectaculaire promet d'attirer sur le site du centre Bretagne quelque 3 millions de visiteurs (! prévisions de la préfecture), elle dure pendant plus de 6 mois, perturbant donc la saison touristique estivale sur laquelle se reposent de nombreux prestataires autour du lac et des canaux afférents.

Enfin, et peut-être l'aspect le plus complexe pour les porteurs du projet, est un enjeu social : réussir à ce que les habitants réinvestissent l'espace du canal. Il s'agit d'un espace rural très inégalement peuplé où des rurbains en zone résidentielle côtoient des petites communes agricoles. Canaux de Bretagne sur ce point s'appuie fortement sur le tissu socio-associatif local qui peut permettre une revitalisation des territoires intérieurs. Ainsi l'animation estivale « A dimanche au canal » organise un grand pique-nique (7^e édition en 2013) sur plusieurs sites d'accueil. Chaque année le nombre de participants augmente (plus de 1700 en 2013) et de nouvelles communes s'engagent dans l'événement (en 2013 Mur de Bretagne en partenariat avec l'Association pour la réhabilitation du canal de Guerlédan à Pontivy). Cependant, cette animation s'avère très inégale avec des endroits déjà très investis par des associations locales (culturelles et sportives) dont les animations sont reprises par Canaux de Bretagne (ex. à Redon autour de la Bogue d'Or) et à l'inverse des secteurs où il faut que ce soit le porteur du projet qui impulse la dynamique. Par exemple, les animations théâtrales estivales du Château du Boschet, situé le long de la Vilaine au Sud de Rennes, sont ainsi présentées dans la communication de Canaux de Bretagne comme faisant partie de l'animation des berges du canal. En revanche, le « Péniche tour », péniche spectacle itinérante, est une action initiée par Canaux de Bretagne pour dynamiser les zones rurales dépourvues d'activités culturelles.

Devant cette complexité à gérer au quotidien et malgré un soutien actif du Conseil régional, la jeunesse de l'association et les actions mises en place – les réunions inter-acteurs, la labellisation des sites « Escalles d'une rive à l'autre »¹⁸, les moyens de communication, bien qu'appuyés par un très bon site internet (avec une belle newsletter « la voix du canal »), souffrent encore d'un défaut de notoriété auprès du grand public pour l'instant.

18. L'appellation « Escalles d'une rive à l'autre » désigne les plus beaux sites riverains des canaux et voies navigables de Bretagne. Les communes adhérentes à la démarche respectent une charte de qualité portant sur différents engagements, dont celui de sauvegarder et valoriser leur patrimoine fluvial.

Le projet Canaux de Bretagne présente donc en définitive d'incontestables atouts mais qui ne permettent pas, nous semble-t-il, à affirmer sa réussite certaine. Si le contexte national est favorable au développement tant de l'offre que de la demande en matière de tourisme fluvial¹⁹, les contraintes et freins sont nombreux.

Si l'association Canaux de Bretagne semble réellement en mesure de mettre en œuvre la mise en valeur des canaux sur l'ensemble du territoire, en revanche, le travail de coordination et de structuration auprès des usagers et prestataires est encore en cours. Comment l'avis des riverains du canal et des usagers des canaux est-il pris en compte? Cette étude est encore à réaliser. Comment promouvoir une offre équilibrée si les porteurs de projet ne peuvent être assurés d'une rentabilité économique à moyen et long terme? Il faut rappeler que les études qualitatives de la demande clientèle voie verte/voie bleue sont encore en cours. Par ailleurs ce n'est que le 4 juillet 2013 que la Région Bretagne a lancé son appel à projets pour la requalification des nombreuses maisons éclusières inoccupées qui bordent le canal²⁰.

Enfin, la problématique de réorientation des flux touristiques régionaux, qui vise à animer le territoire intérieur, préoccupe fortement l'institution régionale. Cependant le volontarisme politique se heurte ici à des pratiques touristiques fortement ancrées dans l'histoire du territoire. La Bretagne est une région à forte attraction littorale et la stratégie de positionnement est confrontée à ses limites : va-t-elle sur le long terme contrebalancer ces pratiques touristiques balnéaires?

19. La France accueille près de 11 millions de passagers par an sur ses canaux et dispose encore d'un potentiel élevé de développement du tourisme fluvial par ses 8500 km de voies navigables (1^{er} rang pays européen, 2^e Allemagne avec 6600 km), auxquels s'ajoutent lacs, plans d'eau mais aussi le réseau fluvial navigué (mais non navigable au sens administratif).

20. Voir sur le site internet de la Région Bretagne, « appel à projets maisons éclusières ». Il existe en tout quelques 150 maisons éclusières sur les bords des canaux.

BIBLIOGRAPHIE

- ATOOUT FRANCE – VNF (2010) Enjeux et développement du tourisme fluvial. *Compte-rendu de la journée technique* [En ligne] <http://www.atout-france.fr>
- ATOOUT FRANCE (2010) *Panorama du tourisme fluvial en France*. Atout France.
- BENFERHAT, K. (2007) *Le canal de Nantes à Brest*. Rennes, éd. Ouest-France.
- BERNERON-COUVENHES, M-F. (2001) Le naufrage de la marine marchande française au XXe siècle. *Entreprises et histoire*, 1 (27) : 23-43.
- CLOUTEAU L., CLOUTEAU J. (2006) *Le canal de Nantes à Brest*. Vieux Crayon, coll. « Guide du randonneur ».
- Compte-rendu de réunion « Rencontre Canaux de Bretagne » Conseil régional de Bretagne, collectivités riveraines, conseils généraux de Bretagne, gestionnaires des voies d'eau, pays touristique, Pontivy 29 mars 2011
- Espaces Tourisme et loisirs* (2011), Croisières et promenades fluviales, numéro spécial, novembre 2011, (297).
- Schéma régional du tourisme, Document Cadre, Région Bretagne/Comité Régional du Tourisme, *une Bretagne attractive, compétitive, solidaire, efficace, accessible*, mai 2007, 36 p.
- Schéma régional du tourisme, Plan d'actions 2008-2010, « Stratégie régionale, Fiches actions, Calendrier », Région Bretagne/CRT, octobre 2007.
- THOMAS, S. (2009) *La vie du canal de Nantes à Brest dans le Finistère 1826-1914*. Spézet, Keltia graphic.
- VAN CORNEWAL, P. (2004) A quoi sert le développement durable? Ou les péripéties politiques de l'abandon du projet de canal Rhin-Rhône. *Ecologie du Champ politique*, Presses de Sciences Po, 1 (28) : 141-160.

Sites internet

- Atout France, <http://www.atout-france.fr>
- VNF, Voies navigables de France, <http://www.vnf.fr>
- ANPEI, Association Nationale des Plaisanciers en Eaux Intérieures, <http://www.anpei.org>
- Canaux de Bretagne, <http://www.canauxdebretagne.org>
- Institution interdépartementale pour la gestion du canal d'Ille et Rance, depuis 1990 : « Institution du Canal d'Ille et Rance Manche Océan Nord » ICIRMON, <http://www.icirmon.eu>.
- Site officiel du Syndicat Mixte d'Aménagement Touristique de l'Aulne et de l'Hyères (SMATAH), <http://www.smatah.fr>.

CHAPITRE 15

La revitalisation des stations thermales du Massif Central français par « la Route des Villes d'Eaux : entre mémoire et innovation »

Marie-Ève Férérol

Les stations thermales françaises connaissent leurs heures de gloire entre 1875 et 1915. Si au départ, le thermalisme sert à entretenir sa santé, il passe avec les temps modernes, à un acte social, fondé sur la volonté des élites de se retrouver entre elles, dans un cadre approprié. En quête d'hédonisme et d'oisiveté, l'aristocratie et la bourgeoisie affluent volontiers dans ces villes d'eaux. Pour attirer et satisfaire cette clientèle aisée, les stations rivalisent alors d'ingéniosité; volupté et luxe sont les deux maîtres-mots de l'aménagement (Férérol 2012). Les marques de ce luxe se retrouvent en priorité dans les grands hôtels et dans les palaces. Ces bâtiments, souvent en décalage avec l'architecture locale, offrent alors tous les éléments du confort moderne. Au-delà, ce sont la plupart des bâtiments, publics comme privés, qui bénéficient d'aménagements intérieurs et extérieurs somptueux. Cette richesse architecturale magnifie les thermes; la recherche de la perfection et de la beauté est également flagrante pour les lieux de distraction et pour les éléments urbains. À la fin de cette première période, dix stations sont très réputées; la moitié se situe dans le Massif Central : Vichy, le Mont-Dore, Royat, la Bourboule et Châtel-Guyon. Après la Première Guerre mondiale et à la veille du second conflit, le classement de ces stations reste inchangé.

L'après-guerre marque un tournant-clé dans l'histoire du thermalisme français. En 1947, la cure thermique est désormais remboursée par la Sécurité Sociale. Dans une logique scientifique et médicale, on gomme toute référence à un système ludique et au bien-être tout simplement. Certes, avec cette démocratisation, les effectifs des curistes explosent et ne cessent d'augmenter jusqu'en 1988. Mais cette clientèle est beaucoup moins solvable que l'ancienne et elle ne reste que trois semaines (durée réglementaire d'une cure) alors qu'avant les séjours duraient plusieurs mois. Dans ce contexte de radicalisation de la doctrine thermique et parce que les équipements ne lui sont plus adaptés, l'élite de l'argent délaisse les stations françaises et se dirige vers l'Europe médiane et l'Italie. Malgré cette désaffection et la crise qui touche l'hôtellerie de luxe, les stations se maintiennent économiquement. Mais dans les années 90, commence une crise structurelle et conjoncturelle. Les villes d'eaux subissent une véritable hémorragie de leur clientèle, la fréquentation nationale passant de 636 439 curistes en 1988 à 539 661 en 1998. Conséquence de cette crise, le patrimoine thermal se dégrade. « La vie s'est repliée sur des établissements thermaux flambants neufs, tandis que le patrimoine urbain des stations, inutilisé, s'étiolait » (Jamot, 1996). Face à ce marasme, comment les stations réagissent-elles pour redevenir des lieux de villégiature de premier plan?

Pour répondre à cette question, nous prendrons le cas des stations thermales du Massif Central¹ qui ont décidé, sous l'impulsion de la DATAR de s'unir en 1998 dans une association : *La Route des Villes d'Eaux du Massif Central*. Ce groupement met aujourd'hui en réseau 17 communes² réparties sur huit départements (Puy de Dôme, Allier, Ardèche, Cantal, Creuse, Loire, Saône et Loire et Nièvre) et liées par des problématiques et spécificités communes (histoire, architecture, base économique).

LES STATIONS THERMALES DU MASSIF CENTRAL : DES TERRITOIRES EN DÉPRISE

La forte chute du nombre de curistes depuis 1988

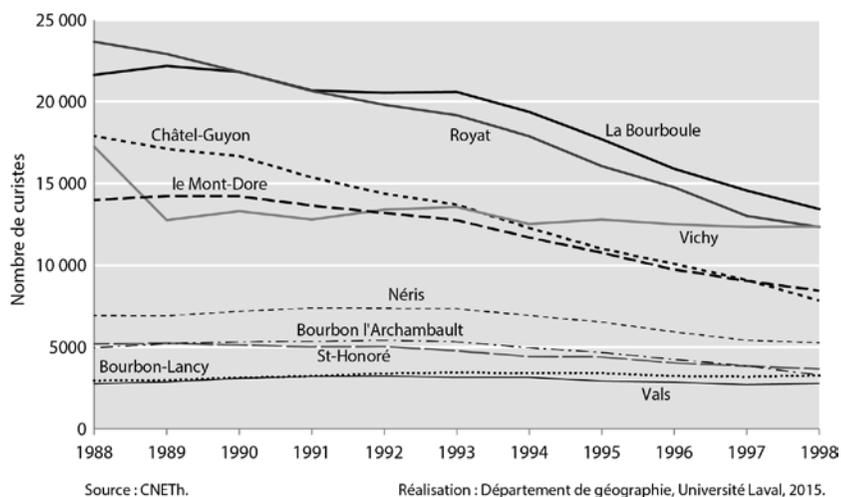
Ne dérogeant pas à la règle nationale, les stations thermales du Massif Central connaissent elles aussi un marasme économique marqué. La chute du nombre de curistes y est très forte (figure 15.1) : de 124 462 en 1988, on passe à 83 240 assurés sociaux en 1998, soit une diminution de 33 %. C'est un taux bien supérieur à celui de la France qui perd globalement 15 % de curistes sur la même période.

1. 15 % du territoire, mais seulement 6 % de la population française.
2. Neuf d'entre elles dépassent le stade urbain des 2 000 habitants, dont quatre au-dessus de 5 000 (Vichy, Montrond, Châtel et Bourbon-Lancy). En France, 80 % des villes thermales comptent moins de 5 000 habitants.

Le poids des villes d'eaux du Massif Central sur l'ensemble des stations s'en ressent : il varie de 20 % en 1988 à 15 % en 1998. Par ailleurs, si la Bourboule, Royat et Vichy faisaient encore partie des dix premières stations de France dans les années 80, elles sont désormais très distancées figurant respectivement à la 54^e, 17^e et 24^e place.

Une mutation thermique devient impérative, car ce secteur représente pour la plupart de ces communes une mono-activité, sans compter que la crise économique impacte la démographie, déjà défavorisée par un fort vieillissement.

Figure 15.1 – Évolution du nombre de curistes assurés sociaux dans les dix premières stations du Massif Central



Les raisons du marasme

Des facteurs économiques, médicaux et environnementaux sont à imputer à cet inexorable déclin du thermalisme.

Une crise nationale structurelle et conjoncturelle

Les villes d'eaux sont confrontées à plusieurs problèmes, souvent liés à l'atavisme de leurs acteurs économiques. Pendant longtemps, les stations ont eu une clientèle acquise, captive; les professionnels du thermalisme, comme du tourisme, n'ont pas ressenti le besoin d'investir pour moderniser leurs équipements, les laissant vieillir. En parallèle, les stations, dans la lignée de la Sécurité Sociale, ont trop accentué leur aspect curatif, oubliant ce qui avait fait leur succès au XIX^e siècle. Il en résulte une image peu valorisante des stations : villes de malades, ennuyeuses, avec des équipements désuets.

Les stations vivent également désormais sous la menace d'un déremboursement total des cures, sans parler que la clientèle, déjà à faible pouvoir d'achat, est largement soumise au contexte économique. En outre, prendre trois semaines de congés pour une cure est de plus en plus vécu comme une contrainte; or les mini-cures (mêmes soins thermaux pratiqués sur un laps de temps limité) ne sont pas remboursées. Par ailleurs, la formation « hydrologie » a quasiment disparu des universités et la recherche médicale s'améliorant sans cesse, une meilleure efficacité des médicaments se constate pour certaines affections (maladies digestives, voies respiratoires). Les stations thermales doivent aussi faire face à la concurrence des centres de thalassothérapie, et ce, dès les années 60. Ces centres, modernes, ont repris la recette qui avait fait la gloire des villes d'eaux, en alliant soins et pratiques ludiques et sportives (Jamot, 2008). Enfin, la concurrence des pays étrangers (Europe Centrale, Maghreb) est bien réelle et rude.

Les facteurs locaux de la crise

Les raisons de la crise du thermalisme dans le Massif Central sont les mêmes qu'au plan national. Mais ici se surajoutent des handicaps locaux. Des indications aujourd'hui de moins en moins prescrites (soins de l'asthme notamment) sont surreprésentées, tandis que le traitement des rhumatismes, comme à Balarnac ou Dax, y est encore peu développé en 1998. Enfin, le climat de la région est pluvieux et frais, ce qui la défavorise par rapport aux régions situées au sud et au bord de la mer. C'est pour cette raison que Cambo et Dax par exemple souffrent un peu moins de la crise.

Devant les effets dévastateurs de la crise du thermalisme (apparition de friches³ thermales; diminution des emplois; baisse mécanique de la population) et les dégâts collatéraux qui risquent de survenir (désertification encore plus forte du Massif Central si les pôles de centralité sont à leur tour touchés), la DATAR réagit et soumet à l'ensemble des stations l'idée de s'unir dans une association strictement dédiée au tourisme : *La Route des Villes d'Eaux du Massif Central* afin de réfléchir à une refonte profonde du thermalisme local et de chercher d'autres pistes de développement. Les stations adhérant à cette association seront reconnaissables par un totem (figure 15.2) installé à chaque entrée de commune.

3. « La friche se définit comme un terrain anciennement utilisé par l'industrie, le commerce ou l'armée, tellement dégradé par son usage antérieur qu'il ne peut plus être utilisé sans transformation et nettoyage » (Greffé, 2004). Dans le cas des stations thermales, ce sont l'abandon et le manque d'entretien qui ont mené les installations à cet état.

Figure 15.2 – Exemple de totem installé à l'entrée des stations adhérant à la Route des Villes d'Eaux



Photographie de l'auteur.

LE REMÈDE À LA CRISE : LA REVALORISATION DU PASSÉ

En 1985, a déjà été créée Thermauvergne, une association loi 1901 dont le but est la promotion du thermalisme médical, l'assistance au développement de l'offre thermale et la recherche scientifique. La Route⁴ des Villes d'Eaux (RVE) vient donc compléter ce dispositif sur le plan touristique.

La création d'une route touristique n'est pas un fait anodin. Elle « apparaît comme un élément de reconnaissance et de valorisation territoriale, touristique, culturelle et sociale » (Fagnoni, 2003). Dans notre exemple, les finalités de la RVE sont de changer l'image trop médicalisée des stations thermales et de faire émerger une filière touristique spécifique aux villes d'eaux. Après avoir

4. « Une route touristique est un itinéraire thématique, linéaire, en boucle ou en étoile, plus particulièrement destiné à être parcouru en automobile » (Fagnoni 2003). Dans le cas de la RVE, le terme est plutôt utilisé de manière imagée.

analysé la situation de chaque station tant au point de vue de l'offre touristique qu'au niveau urbain, défini un positionnement stratégique en collaboration avec une équipe municipale et proposé des solutions adaptées à chaque site, la RVE choisit deux axes spécifiques pour améliorer l'image des stations : le bien-être et la remise en forme; puis la mise en valeur du patrimoine.

Premier axe de redéploiement touristique : thermoludisme et remise en forme dès 1998

Le premier axe de développement consiste en la promotion du bien-être, c'est-à-dire revenir aux sources mêmes du thermalisme. N'oublions pas en effet que les Romains appréciaient les effets bienfaisants des eaux thermales (ou non) pour se détendre tout simplement. La thalassothérapie a joué cette carte et a ainsi connu un vif succès.

De nos jours, la promotion du bien-être dans les stations recouvre plusieurs pratiques. Il y a d'abord celle des spas et du thermoludisme. Par thermoludisme, il faut comprendre l'utilisation de l'eau thermale à des fins ludiques (jeux d'eaux comme les cols de cygne, geysers) dans des centres aquatiques neufs⁵. La recherche du bien-être se retrouve aussi avec les mini-cures dédiées à la remise en forme que la RVE a incité à développer au sein des établissements thermaux. L'éventail des produits proposés est varié, alliant des forfaits « minceur » aux forfaits « jeune maman » en passant par des escalas « gourmandes » (modelage du corps au beurre de cacao, bains détente à l'abricot)... Ces mini-cures, comme le thermoludisme, sont destinées à une clientèle active, dynamique et au pouvoir d'achat plus conséquent que celui de la clientèle sociale.

Le choix du créneau bien-être s'est avéré payant pour de nombreuses stations, surfant sur la démocratisation de ce genre de pratique et sa généralisation à plusieurs segments de clientèle :

La balnéothérapie s'est affranchie des littoraux pour conquérir les vieilles stations thermales. [...] Aujourd'hui, ces nouvelles thérapies s'adressent toujours à des catégories privilégiées de la société, mais désormais plus nombreuses, à la fois en raison de l'élévation du niveau de vie et du fait que ce sont des populations bien portantes qui sont visées. De plus, ces équipements ne s'adressent plus seulement aux touristes, mais faisant partie de l'équipement standard des hôtels de gamme haute et moyenne, ils visent aussi les différentes clientèles d'affaires, de congrès, etc. (Équipe MIT, 2005).

Le choix du bien-être est une solution facile, désormais fortement répandue et donc concurrentielle.

5. Royatonic, par exemple, créé en 2007 à Royat accueille aujourd'hui 165 000 visiteurs.

Ce sentiment est partagé par Tual (2010) « Les stations thermales ne doivent pas jouer sur le même terrain que leurs concurrentes. Exit donc les massages au chocolat et autres soins fantaisie qui, loin de servir le thermalisme, peuvent le décrédibiliser ».

Bien consciente de cette concurrence, la RVE décide en conséquence de valoriser l'autre caractéristique majeure des villes d'eaux : leur patrimoine thermal⁶.

Deuxième axe : l'optimisation de l'héritage patrimonial à partir de 2008

Dès leurs origines (cf supra), les villes d'eaux ont été des lieux enchanteurs. De leur nature si particulière est né un patrimoine remarquable, fort varié et qui ne peut être copié. À l'échelle du massif, ce patrimoine est à la fois pluriel (différent dans chacune des stations), mais tout à fait unitaire quand on le considère à l'échelle du réseau. Le patrimoine des stations thermales est « *composé d'urbanisme, de paysages, de grands équipements thermaux, d'hôtels, de casinos, d'infrastructures telles que les promenades ou les buvettes. [...] Mais le patrimoine se définit plus encore, et difficilement peut-être dans notre monde occidental, par le patrimoine immatériel des villes d'eaux. Il s'agit du patrimoine des pratiques médicales* » (Toulier, 2006).

Il apparaît cependant que les élus des stations ont une conscience limitée de la richesse patrimoniale de leur commune. Cette méconnaissance est confirmée lors de Journées Techniques proposées aux membres de la RVE en octobre 2008. L'association met donc en place une véritable méthodologie destinée à mieux recenser les éléments du patrimoine et à mieux connaître les divers moyens de valorisation du patrimoine thermal, déjà mis en place dans certaines stations. En l'occurrence, elle s'attache à créer des outils de diagnostic et d'analyse, complétés par un travail de recherche (dépouillement de la bibliographie, rencontres avec des acteurs clés des stations et repérage sur le terrain).

La liste des éléments patrimoniaux s'est vite révélée riche (figure 15.3), car, paradoxalement, les stations ont connu un destin légèrement différent de celui de la plupart des villes, qui dans les années 70-80, ne juraient que par la rénovation :

La phase d'obscurantisme pour les stations aura eu un effet curieusement bénéfique pour l'avenir. À savoir, un effet de fossilisation qui nous livre, en 2008, des stations telles qu'elles étaient en 1890! Notons encore que la croissance modérée de la nouvelle clientèle n'a pas entraîné de destructions profondes du cadre hérité, ce qui contribue à assurer une fraîcheur patrimoniale qui ne demande qu'à être réactivée (Jamot, 2008).

6. Patrimoine thermal : éléments ayant un lien avec l'activité thermique, qu'il s'agisse de témoignages bâtis ou immatériels (histoire, iconographie) (RVE 2009).

Les stations les plus richement dotées sont les plus réputées de la Belle Époque ou des Années Folles. Ces dernières étaient alors de véritables centres urbains, avec une vie très animée.

Tableau 15.1 Typologie des stations selon la richesse de leur patrimoine

Richesse du patrimoine thermal	Station
Exceptionnel	La Bourboule, Châtel-Guyon, Néris, Royat, Vichy, Vals
Conséquent	Bourbon-Lancy, Evaux, le Mont-Dore
Intéressant	Bourbon l'Archambault, St-Honoré, St-Nectaire, Montrond
Discret	Chaudes-Aigues, Châteauneuf, Meyras/Neyrac, St-Laurent

« Les pratiques ont disparu, mais les lieux sont restés, plus aménagés, plus fréquentés, plus complexes. Les souvenirs de ces pratiques existent toujours à qui veut s'en enquérir : le récent engouement pour le patrimoine en fait des lieux de mémoire » (Équipe MIT, 2005). L'enjeu actuel de la RVE et des communes membres est de refaire cohabiter comme au XIX^e siècle deux clientèles : les touristes et les malades. À l'époque, cette cohabitation s'est très bien passée; pourquoi ne marcherait-elle donc pas au XXI^e siècle?

DU CONCEPT À L'ANIMATION

« Il ne suffit pas d'identifier des lieux pour créer une route touristique. L'identification géographique d'une route touristique doit s'accompagner d'une véritable scénographie; en d'autres termes, une mise en exploitation et une mise en marché. Il s'agit de créer un territoire patrimonial organisé en réseau » (Fagnoni, 2003). Outre l'accompagnement de projets structurants de développement touristique (dont nous ne parlerons pas ici), la RVE mène une vaste action de mise en marché de l'offre touristique des stations thermales avec, pour finalité, la création d'une production touristique⁷ « Route des Villes d'eaux du Massif Central », commercialisée par des Tours Opérateurs (TO) et des Agences de Voyages (AV) nationales.

7. Produit touristique : « assemblage de prestations et de services (hébergement, restauration, animations, transport, excursions, visites) autour d'un site ou d'une activité récréative » (Stock 2003).

Figure 15.3 – Patrimoine thermal présent dans les stations du Massif Central



Photographies de l'auteur.

L'organisation intrinsèque

La RVE est une association de loi 1901, présidée par un élu et dirigée par un directeur général, secondé d'un directeur administratif et d'un directeur de la communication. Le cœur de l'équipe est ensuite composé d'un chef de produits et de deux chargés de mission (« valorisation du patrimoine » et « Europe/ Relations presse »). Pour participer aux deux assemblées générales annuelles, chaque commune envoie un élu et un technicien (le plus souvent le directeur de l'office du tourisme).

L'association a également des partenaires institutionnels avec qui elle mène des réflexions sur les actions à mener dans le futur. Nous pouvons citer la DATAR, les comités régionaux du tourisme, etc. Elle a également des partenaires financiers qui peuvent être certains de ces partenaires institutionnels : l'État avec le Fonds national d'aménagement et de développement du territoire (FNADT), l'Europe avec le Fonds européen de développement régional (FEDER), les six régions du Massif via les fonds de la convention interrégionale et les conseils

généraux concernés. Mais à 60 %, le budget est abondé par les cotisations des 17 communes-membres (170 000 €).

Quant aux dépenses, elles sont constituées pour les deux tiers par les frais de fonctionnement, le reste se partageant entre les opérations pour valoriser les singularités du réseau (conception et impression de la brochure « Séjours et WE »; impression de documents pour démarcher les organisateurs de voyages...) et les opérations de valorisation d'une offre Massif Central typée, interrégionale et attractive par la dynamique touristique (relations presse, traduction en anglais, organisation de journées techniques pour les élus par exemple).

Communiquer et promouvoir : les deux maîtres-mots de la RVE

Les actions de la RVE ont un cadre précis : la diversification thermique et la mise en valeur du patrimoine. Dans les deux cas, elle s'occupe du montage des produits touristiques et de leur référencement. À l'heure actuelle, elle collabore avec 50 organisateurs et agences de voyages. Ces partenaires sont variés : locaux (Auvergne Tourisme...) ou nationaux (Nouvelles Frontières, Grouptour); présents exclusivement sur internet (lastminute.com, Expedia) ou spécialisés dans les coffrets cadeaux (smartbox); s'adressant aux célibataires (Partirseul.com) comme aux groupes d'amis; offrant des séjours culturels (Voyage Terrien) ou sportifs (Nomade Aventure)...

Avant de prendre contact avec les organisateurs de voyages (démarchage direct ou contact sur des salons) et de les recevoir lors d'éductours, le chargé de produit a en charge le montage de 250 séjours et WE⁸, sachant que le point fort de la RVE est sa souplesse dans l'élaboration de produits pour qu'ils collent au mieux à la clientèle des différents partenaires. Les séjours proposés sont multiples, se déclinant sous trois formes : « bien-être » (ex : semaine bien-être à Royatonic), « sport et bien-être » (ex : l'Allier en canoë-kayak avec un hébergement à Vichy), « découverte » que ce soit du patrimoine naturel, culturel (découverte du patrimoine thermal et Art Roman auvergnat) ou gastronomique (repas autour du safran à Evaux les Bains).

Pour faire connaître ses produits, la RVE possède une solide réputation dans le domaine de la communication avec des maquettes de qualité, dans la forme et dans le fond. Deux brochures essentielles sont éditées : « le Guide du bien-être » recensant les activités dans tous les établissements thermaux du réseau et « le Guide des séjours & week-ends bien-être » listant les différents produits dont nous avons parlé précédemment. Quant aux passionnés du patrimoine, ils peuvent se rapporter au programme d'animations estivales « Découvrez le patrimoine thermal » diffusé dans les offices du tourisme. Tous les outils de

8. En 2002, seuls cinq séjours étaient proposés par deux organisateurs de voyages!

communication modernes sont utilisés pour répondre rapidement à toute demande d'information du grand public (Internet, flashcode), des professionnels et des journalistes (parution d'une *newsletter* et organisation d'éductours).

La mise en valeur du patrimoine est essentielle. Cependant, il ne s'agit pas seulement de l'entretenir, mais de le faire vivre, vibrer. À ce propos, nous pouvons facilement transposer la citation de Tobelem (2004) concernant la France au cas de nos stations thermales :

Le risque serait de donner de la France une image trop patrimonialisée, figée et tournée vers un passé glorieux et dont l'attraction serait moindre auprès des clientèles les plus jeunes en particulier. C'est pourquoi il semble important d'enrichir le patrimoine monumental par des créations architecturales contemporaines, de promouvoir des manifestations artistiques et de ne pas négliger les animations festives et conviviales.

La RVE encourage dans ce sens des associations locales, notamment lorsqu'elles organisent des visites guidées. Ces dernières se déclinent sous deux formes : classiques accompagnées d'un guide-conférencier ou théâtralisées. Les visites de la Bourboule et du Mont-Dore par l'association *les Virées du Sancy* deviennent alors burlesques et insolites. Quelques évènementiels liés au thermalisme contribuent aussi à animer les stations. Depuis plus de 10 ans, Néris les Bains revient au temps des Années Folles le temps d'une journée. Habitants, curistes ou touristes se parent de vêtements des années 20; balades en calèches et exposition de vieilles autos rythment également les festivités. Vichy propose le même type d'animation lors de la Fête Napoléon III avec défilé et bals costumés.

Nous pourrions multiplier les exemples d'actions menées par la RVE. Mais le plus important à retenir est que l'association est un lieu d'échanges, de coopération et de rencontres et que ses objectifs majeurs sont économiques, commerciaux et identitaires.

LE BILAN 15 ANS APRÈS LA CRÉATION DE LA RVE

Malgré des critiques à son encontre (trop grande hétérogénéité des communes, budget insuffisant, etc.), force est de reconnaître un bilan plutôt positif de la RVE.

Sur le plan touristique

L'éventail des tourisms s'est élargi avec dorénavant un tourisme patrimonial fort apprécié :

La mise en valeur du patrimoine crée un cadre propice à la flânerie urbaine pratique favorite des touristes en ville. La patrimonialisation fait entrer les espaces urbains dans un cercle vertueux dans lequel le tourisme urbain est

aussi partie prenante : le patrimoine mis en valeur invite le tourisme qui, à son tour, est demandeur de lieux patrimoniaux réhabilités et requalifiés (Gravari-Barbas, 2010).

Les stations thermales sont de véritables décors, dépassant le touriste et le replongeant à une époque où le monumental avait ses lettres de noblesse.

Bien entendu, des améliorations sont à apporter : l'audioguide est plutôt absent, peu de structures proposent des outils de visite adaptés aux personnes vivant avec un handicap, les musées en lien avec le thermalisme sont à promouvoir (la Maison du Patrimoine à Néris, le Musée de l'opéra à Vichy). Ces points négatifs s'expliquent par les balbutiements du tourisme patrimonial.

Le créneau du bien-être, dont l'appétence peut seulement être remise en cause par la crise économique, a été un choix pertinent. Ce filon est loin d'être épuisé, la vie étant devenue si agressive et stressante. Par ailleurs, dans une société qui sacralise le corps en forme, les retraités dynamiques sont à la recherche de tels produits :

Tendance commune à tous les territoires : la remise en forme. C'est une préoccupation qui continuera de s'affirmer avec la montée en puissance de la génération des seniors. Les villes thermales l'ont bien compris : comme Contrexéville " capitale de la minceur " ou Bagnères de Bigorre où les thermes partagent la vedette avec une " cité des eaux pour hédonistes " (Van Santen, 2010).

En Auvergne par exemple, région concentrant la majeure partie des stations de la Route, près de 50 000 personnes s'adonnent aujourd'hui à la remise en forme. Elles n'étaient que 10 000 en 2000.

Au plan économique et politique

Les retombées économiques

Eu égard à cette diversification touristique, un élargissement de la saison touristique se constate. Les revenus liés à ces activités sont donc étalés sur plusieurs mois et génèrent une base économique importante. En Auvergne par exemple, région qui concentre la majeure partie des stations du réseau, le thermalisme et le tourisme, génère 230 millions d'euros par an dans les stations, dont un tiers est imputable directement au thermalisme médicalisé. Quant au rôle plus précisément de la RVE, il se lit dans le chiffre d'affaires des hôteliers dont 25 % sont constitués par les produits des organisateurs de voyages.

Le rôle des activités patrimoniales dans l'économie est fort connu; et ce constat légitime le choix de la RVE d'en faire un axe de développement :

L'approche la plus visible du rôle du patrimoine dans le développement économique porte sur son rôle comme source de services, de visites et de retombées en emplois et en revenus [...]. Ils [les consommateurs] sont non seulement sources d'activité, mais source nette d'activité, car ils génèrent sur ce territoire de nouvelles dépenses; on est donc en présence d'une base au sens économique du terme et d'un effet multiplicateur. Le patrimoine se voit alors revêtu d'une vertu économique (Greffé, 2004).

Le tourisme permet notamment de fixer de la main-d'œuvre et des activités, élément fondamental pour ces territoires marqués par la déprise. La situation est encore plus extrême pour les petites stations (Châteauneuf, St-Nectaire, Evaux) qui ne sont pas situées dans un environnement économique diversifié (comme le sont Royat, Vichy, Vals).

Un regain d'attractivité territorial

Au-delà des rentrées d'argent, le choix du tourisme patrimonial constitue un atout pour renforcer l'attractivité des communes, du moins de celles qui ont un fort potentiel. Son apport se lit à différentes échelles. Premièrement, grâce à la réhabilitation des monuments par exemple, les habitants peuvent prendre conscience de leurs richesses et avoir davantage confiance dans les perspectives de développement qu'elle engendre.

Deuxièmement, l'amélioration du cadre de vie peut servir de catalyseur pour attirer de nouveaux habitants (économie résidentielle) ou ancrer des entreprises. « Le patrimoine, confirmé par le tourisme, est un des plus puissants outils de l'émergence territoriale. La valorisation des territoires qui doit en résulter peut alors se traduire en argument de localisation capable d'attirer des activités économiques susceptibles de s'y implanter et de les retenir » (Lazzarotti, 2004). Entraînant la venue d'habitants temporaires, le tourisme permet également de maintenir les services publics, problématique cruciale dans le Massif Central.

L'union fait la force

La RVE est née de la volonté des communes adhérentes d'affirmer leur pouvoir d'attraction touristique en valorisant les atouts de leurs stations et surtout de fédérer leurs compétences et de structurer l'offre touristique. À travers cet opérateur, la cohésion des stations s'est renforcée et ceci est de bon augure quand on sait que le monde du thermalisme est plutôt fragmenté (Conseil National du Tourisme, 2011). Pour peser sur les décisions ministérielles qui concernent le thermalisme, les acteurs de ce secteur doivent être soudés et mener des démarches collectives.

Une réactivation du sentiment identitaire local et européen

Petit à petit, par les actions de communication qui sont entreprises, les habitants des stations commencent à connaître leur patrimoine et à se sentir porteurs d'une identité commune. Nous pouvons toutefois regretter une implication encore modeste de la part de certaines communes. Si Nérès, Vichy proposent des fêtes costumées, la Bourboule n'a pas réitéré l'expérience. C'est dommage, car « *plus les habitants revendiquent leur identité, plus ils la font aimer aux autres* » (Holm chargé de mission à la Fédération des Parcs Naturels, 2009).

Une culture thermale existe bel et bien, et pas seulement en France. C'est pour cette raison que la RVE adhère également à EHTTA (Association Européenne des Villes Thermales Historiques) labellisée en 2010 « Itinéraire culturel européen » par le Conseil de l'Europe et regroupant 25 des plus belles stations thermales européennes (dont Bath, Evian, Karlovy Vary, Baden Baden, Montecatini). « Ce réseau cherche à promouvoir et à protéger le patrimoine culturel thermal dans toute sa diversité et à développer une culture thermale à partir des soins classiques et ceux plus récents. Il a aussi pour objectif de rechercher une nouvelle stratégie pour augmenter le tourisme culturel dans les villes thermales » (www.coe.int). Au-delà de la culture thermale et grâce à ce réseau, l'idée de citoyenneté européenne se renforce aussi.

L'objectif de la RVE est « de faire du Massif Central un modèle de développement durable axé sur de nouvelles idées, de nouveaux talents, l'accueil, la modernité et la qualité » (www.villesdeaux.com). Elle est en passe de gagner son pari et revêt désormais un rôle majeur dans l'aménagement durable du territoire. Elle concilie un volet social et culturel en permettant à la population de se divertir et aux locaux de se forger une identité, un volet économique en pérennisant les emplois et un volet environnemental en luttant contre la déprise des stations.

CONCLUSION

« Il importe de considérer le rôle de la mémoire du lieu dans la mise en place d'un système nouveau : la société du lieu a la mémoire de ce qui s'est passé avant et le réactive, le réutilise, l'adapte à l'air du temps. » (Équipe MIT, 2005). Ceci, les stations thermales du XXI^e siècle l'ont bien compris. Elles aspirent aujourd'hui à renouer avec le concept de villes d'eaux et retravaillent leur positionnement entre ville de soins et ville de divertissements.

Pendant l'âge d'or du thermalisme, les stations thermales constituaient des étapes incontournables dans le « *cycle de vie nomade* » (Toulier, 2004) du gotha européen et international. L'adoption du terme « *route* » par la RVE et la reconnaissance d'EHTTA comme « *itinéraire culturel européen* » renvoient un peu à ces déplacements saisonniers. Outre le fait qu'une route ou un itinéraire relie

géographiquement différents points, une autre de leurs utilités est de mettre en réseau et en contact. Les lieux communiquent entre eux et échangent leurs expériences et leurs savoir-faire.

Dans notre exemple sont associées des villes singulières, originales de par leur histoire. Ne se considéraient-elles pas au XIX^e siècle comme des « villes de dépaysement et de féerie hors du temps et du territoire du quotidien des grandes villes » (Toulier, 2004)? Le patrimoine thermal, matériel et immatériel, en est alors le socle fédérateur et identitaire. Au-delà d'être à l'origine de retombées économiques, la mise en tourisme du patrimoine contribue à la construction d'une identité positive, loin des clichés négatifs répandus dans les années 1980–90. Comme le soulignait Le Ménestrel (1999) au sujet des Cadiens de Louisiane, « en présentant l'histoire et les traditions du groupe, le tourisme participe au renforcement de la conscience identitaire. Il développe la mémoire collective par la création de lieux de mémoire qui font valoir sa ténacité, sa résistance et son indépendance à travers les siècles ». Nous pouvons reprendre à notre compte cette citation et l'appliquer au cas des stations thermales. La RVE comme EHTTA sont en fait des « itinéraires mémoriels » (Marcotte, 2012), des « réseaux de la mémoire collective européenne » (Berti, 2012) puisqu'elles permettent le partage d'une mémoire commune entre les hauts lieux du tourisme de la Belle Epoque et la réappropriation d'un héritage collectif par les populations locales.

BIBLIOGRAPHIE

- BERTI, E. (2012) Itinéraires culturels de l'Europe : mémoire commune, mémoires croisées. Actes du colloque Routes touristiques et Itinéraires culturels, Université de Laval (Québec) : 149-155.
- CONSEIL NATIONAL DU TOURISME (2011) *La diversification des stations thermales*. Paris, Ministère de l'économie. [En ligne] <http://www.tourisme.gouv.fr/cnt/publications/rapport-stat-therm.pdf> (site consulté le 9 mai 2012).
- EQUIPE MIT (2005) *Tourismes 2, Moments de lieux*. Paris, Belin.
- FAGNONI, E. (2003) La mise en itinéraires touristiques des sites ferrifères du vieux bassin industriel. *Tēoros* 22, (2) : 22-27.
- FEREROL, ME. (2012) La difficulté des stations thermales à se repositionner sur le tourisme de luxe. Colloque Astres, 2 avril, Université de Nice.
- GRAVARI-BARBAS, M. (2010) Le tourisme, un formidable producteur d'espaces urbains. Dans L. Cailly et M. Vannier, *La France, une géographie urbaine*. Paris, Colin, chapitre 17 : 325-331.
- GREFFE, X. (2004) Les enjeux économiques du patrimoine. *Pouvoirs Locaux*, 63 : 94-98.

- HOLM, O. (2009) Valoriser le patrimoine pour et avec les habitants. *La Gazette des Communes*, 11/05/2009 : 26.
- JAMOT, C. (1996) De la cure médicale au tourisme de santé : vers une reconversion fonctionnelle des stations thermales. Dans Collectif, *2000 ans de thermalisme*, Publication de l'Institut d'Études du Massif Central : 89-100.
- JAMOT, C. (2008) Les stations thermales à l'épreuve du thermalisme social. *Bulletin d'Histoire de la Sécurité Sociale en Auvergne*, 8 : 6-17.
- LAZZAROTTI, O. (2004) Le patrimoine, une chance pour la décentralisation. *Pouvoirs Locaux*, 63 : 104-108.
- LE MENESTREL, S. (1999) *La voie des Cadiens, tourisme et identité en Louisiane*. Paris, Belin.
- MARCOTTE, P. (2012) Les itinéraires mémoriels : y penser... de toutes les façons. [En ligne] <http://www.cfqlmc.org/bulletin-memoires-vives/derniere-parution/873> (site consulté le 28 juin 2013).
- Route des villes d'eaux du Massif Central (2009) Analyse et spécificités du patrimoine thermal.
- STOCK, M. *et al.* (2003) *Le tourisme : acteurs, lieux et enjeux*. Paris, Belin.
- TOBELEM, J.M. (2004) Tourisme et Patrimoine en France : au-delà des fausses évidences. *Pouvoirs Locaux*, 63 : 109-111.
- TOULIER, B. (2004) Synthèse des journées scientifiques sur l'architecture de législation. 1^{ères} rencontres nationales sur l'architecture et le patrimoine des villes d'eaux à Vichy, ANMCT : 15-17.
- TOULIER, B. (2006) Introduction des Actes du 1^{er} symposium thermal européen sur le patrimoine thermal des villes d'eaux à Aix les Bains, ANMCT.
- TUAL, N. (2010) Le thermalisme français : chronique d'une mort annoncée ou secteur d'avenir. *Cahiers Espaces*, 106 : 70-77.
- VAN SANTEN, D. (2010) Tourisme : Les nouvelles stratégies du marketing territorial. *La Gazette des Communes*, 1/02/2010 : 20-27.

Que l'on suive une route balisée ou que l'on préfère fuir hors des sentiers battus, que l'on suive des routes aériennes ou nautiques, que l'on rêve de la Route de la soie ou du vin, c'est avec, et contre la route que le touriste réalise son périple. Les industries touristiques de tous les pays l'ont compris et ont tenté d'aplanir les écueils de ces routes pour les voyageurs, aussi bien que pour les acteurs touristiques. Ces derniers sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à travailler ensemble pour unir les richesses de leur région et en faire un produit complet, unique et signifiant pour le visiteur.

À travers ses 14 chapitres, et l'œil aguerri d'auteurs de sept pays, ce livre analyse le rôle et la perception de la « route » touristique dans des endroits et à des époques des plus diverses. La compréhension de l'apport des routes dans le développement économique et social, ainsi que dans la protection des patrimoines culturel et naturel est riche d'enseignement pour les organisations qui cherchent aujourd'hui à créer ou réinventer de nouvelles routes. C'est donc à travers le prisme de différentes disciplines (histoire, géographie, sociologie, ethnologie, marketing, littérature, psychologie), ainsi que d'outils méthodologiques novateurs que les auteurs de ce livre proposent l'étude de ces routes et de leur rôle dans le développement des régions où elles sont implantées. Adoptant des visions aussi bien théoriques que pratiques, le lecteur est invité à poursuivre un parcours sinueux et inattendu.



Géographie Référence

Collection dirigée par Guy Mercier

www.pulaval.com

ISBN 978-2-7637-2406-5



9 782763 724065



Presses de
l'Université
Laval

Géographie