

Jean-Didier Urbain

Professeur en sciences du langage appliquées aux sciences sociales
Université de Versailles-Saint-Quentin en Yvelines



Résumé : *Bien que tôt reconnu dans son ampleur sociale et économique, à travers ledit « phénomène » touristique et la précoce « industrie » du tourisme qu'il a suscités, le touriste a cependant été longtemps un « célèbre inconnu », « objet » de commerce, le touriste a été ignoré dans sa raison d'être : méconnu dans sa complexité, ses désirs, leur diversité et leurs métamorphoses. C'est donc lui qu'on évoquera, à travers ses imaginaires, ses demandes, ses modèles, ses paradoxes et ses tendances récentes.*

Mots-clés : *touriste, tourisme, voyage, mentalités.*

Abstract : *The tourist has long been considered as an « unknown figure », an « object » of commerce even though s/he is a social and economic phenomenon through the « tourism industry ». The tourist's complexity, desires, diversity and metamorphoses have therefore long been ignored. This paper proposes to look at this figure through its images, models, paradoxes and recent trends.*

Key words : *tourist, tourism, traveling, mentalities.*

En dépit de son évidence, parler du touriste ne va pas de soi. Cela tient sans doute au fait que, justement parce qu'elle est toujours aveuglante, il « est de la nature de l'évidence qu'elle passe inaperçue » (Paulhan, 1949). L'évidence rend aveugle, précisément, et invite ainsi à la négligence, à la simplification, à l'idée reçue (Urbain, 2002) ou à l'oubli, voire au mépris. Dans tous les cas, l'évidence favorise la négation de la profondeur, du sens et de la complexité des choses : des faits, des objets, des usages et des hommes. Le touriste est une des nombreuses victimes de cette attitude, qui, en ne l'interrogeant pas, consiste à réduire un aspect du réel à un allant de soi n'appelant ni attention particulière, ni question, ni commentaire, ni analyse digne de ce nom.

De fait, et bien que tôt entrevu dans son intérêt économique, avec l'émergence précoce d'une « industrie » du tourisme et de la villégiature, qui a développé le commerce du voyage d'agrément dès le 19^{ème} siècle¹, puis reconnu dans son ampleur sociale et culturelle avec l'essor des mobilités vacancières, qui a suscité ledit « phénomène touristique », au 20^{ème} siècle, notamment à partir des années cinquante et soixante², *le touriste a cependant été longtemps un « célèbre inconnu »*, pour reprendre une formule de Jean Cocteau ; et il l'est encore à bien des égards, tant son concept demeure flou.

Malgré son nombre et sa valeur marchande, qui ont fait de lui un acteur majeur de notre modernité et un *objet* d'échange modifiant les économies nationales et les relations internationales, le touriste a été négligé dans sa raison d'être et, pour tout dire, ignoré dans son *être* et sa psychologie. Certes, on ne peut nier que le touriste existe, mais on peut le méconnaître en tant que *sujet*, dans ses désirs, ses rêves, leurs formes, leur diversité et leurs métamorphoses. Comment ? En le faisant disparaître comme question sous d'autres discours qui, traitant de réalités touristiques collatérales (économiques, politiques ou logistiques), ne laissent plus guère de place à des interrogations comme : *Qui est le touriste ? Qu'est-ce qu'être un touriste ? Pourquoi l'être, le devenir ou encore ne pas vouloir l'être ?*

Sans prendre pour l'heure en considération des différences au sein desquelles le touriste peut être envisagé comme l'acteur d'une mobilité spécifique (circulaire, de tour) au regard d'autres formes, de transplantation ou de nomadisme notamment (Urbain, 1994 & 2002), et donc en s'en tenant ici à son acception générique, qui renvoie à l'idée de « celui qui voyage pour son plaisir » à des titres divers -, force est de constater que ces questions n'ont suscité que peu de réponses du point de vue anthropologique. On a beaucoup parlé de l'indigène, des cultures locales ou des sites naturels face au tourisme et, bien sûr, encore et encore, du *phénomène* et de ses impacts mais très peu, ou en mal ou pas du tout, de l'acteur, c'est-à-dire, dans l'espace et le temps, de ce *sujet* avec son imaginaire et ses évolutions... Pourquoi ?

I. L'homme « oublié »

C'est que, d'une part, le touriste a été repoussé, soit dans un schématisme fonctionnel, qui réduit son comportement à quelques conduites types³ ; soit dans la caricature, qu'inspire un mépris séculaire⁴. Dans les deux cas, le touriste : ce voyageur *en tant que tel*, a été l'objet, outre de critiques, d'un rejet d'analyse que fonde une idéologie du *negotium* (de négation de l'*otium*, de l'oisiveté), qui ici met en avant son caractère quasi résiduel au regard des forces productives et noie du coup la question de son existence dans une problématique générale des loisirs utiles et de leur légitimité ; et qui, là, souligne son inutilité, sa futilité, sa stupidité, voire sa morbidité (Hacking, 2002 : 63) et sa nocivité, non seulement au regard des sociétés réceptrices mais de la vie sociale même⁵. Si un Joffre Dumazedier insiste déjà sur le fait qu'il ne faut pas enfermer la question des loisirs dans une relation simpliste d'opposition avec le travail, de tout cela découle néanmoins (à tort ou à raison) une image globale moralement plutôt négative et une panoplie de portraits-robots du touriste et de son esprit qui n'ont

certes pas concouru à cerner son identité et le sens de son existence, de ses usages et de leurs mutations.

Mais si l'on a si peu approfondi l'exploration psychologique de ce sujet, c'est aussi, et d'autre part, qu'il a été non seulement associé au phénomène touristique (ce qui est logique) mais confondu avec lui (ce qui l'est moins) - si bien que nombre de critiques qui lui sont faites d'ordinaire devraient l'être en réalité non au *touriste* mais au *tourisme*, à son industrie, à ses promoteurs et autres responsables.

Au terme de cet amalgame des psychologies, celles des vacanciers et des professionnels, le touriste, moqué, manipulé, décrié, voire agressé, avant même d'être la cible des terroristes, a fait ainsi office de bouc émissaire. À l'aune de cette confusion et des méfaits socio-économiques et environnementaux du tourisme, on comprendra dès lors, d'une part, que la découverte intime de cet homme rêvant de voyage soit passée à la trappe ou réduite à quelques clichés ; et que, d'autre part, le touriste, au fil des progrès de sa culture du voyage, soit devenu de plus en plus autonome, en se tournant désormais davantage vers des stratégies d'auto-organisation, qu'elles soient individuelles, associatives ou relayées par des agences spécialisées aux marges des grands voyagistes - et cela au nom, paradoxalement, de ne pas vouloir être touriste. *Le touriste est un double qu'on fuit...*

Un des effets pervers de cette confusion, amalgamant cet homme à une industrie, a été sa réduction au statut de *consommateur* de mobilités, d'espaces et de lieux de nature et de culture, d'activités, de curiosités, de services et d'événements, ce que fonde cette fois une idéologie du *marketing*, qui tend toujours à banaliser, voire à normaliser ou à standardiser l'état de touriste, et à dissoudre son identité, ses désirs, leur variété et leur mouvance, en les réduisant à une question de canalisation stratégique, d'attraction publicitaire et de manipulation par *une offre réputée répondre à sa demande*.

Cette demande est de ce fait le plus souvent elle-même réduite à une liste de *motifs* convenus et supposés invariants. Ils sont censés récapituler et étalonner durablement les « horizons d'attente »⁶ de ce voyageur d'agrément autour de quelques « fondamentaux », qu'il suffirait, à des fins de promotion, de décliner et d'accommoder selon les goûts du temps : les modes et les vagues, pour l'attirer. L'on spéculait ici sur *des songes collectifs stabilisés*, à croire qu'il y a peu historiquement de mutations et de ruptures qualitatives dans les représentations de ce voyageur. Seulement voilà, quand on découvre, par exemple, que le désir de nature n'est plus un motif principal et décisif dans le désir de campagne (Urbain, 2002), que penser et que faire ? *Un imaginaire de l'espace rural et des usages pouvant s'y inscrire est ici dépassé par l'imagination innovante de ses utilisateurs* - si bien que l'on a parfois le sentiment que, par trop attaché à des valeurs caduques : des stéréotypes, le tourisme se pense à l'insu et même à rebours des désirs du premier intéressé : le touriste.

II. L'énigme du voyage

Bref, et le touriste dans cette affaire ? Et le sujet ? N'est-il qu'un exécutant commis au service du phénomène et de son industrie ? Un patient plutôt qu'un

agent, que téléguiderait lesdites « lois du marché » et ses nouveaux « produits »? Perdu dans la masse du phénomène, emporté par les flux du commerce touristique et somme toute figé en des typologies qui le portraiturent, il a été au fond comme oublié ou, à tout le moins, sinon perdu de vue comme client, du moins comme *cause* : comme loi lui-même, et comme variable ! Car *sans lui, qu'en serait-il du phénomène ?*

Étrangement, des décennies durant, à quelques exceptions près, comme celle de Dean MacCannell (1976), cette question semble n'avoir pas effleuré plus que cela la conscience des observateurs : économistes, géographes, sociologues ou ethnologues, pas au point du moins d'inverser leur perspective sur le fait en partant non plus du phénomène mais du sujet et en se posant des questions comme : *Pourquoi s'en va-t-il là ou là-bas ? Pourquoi vient-il ici plutôt qu'ailleurs ?* Si on le constate, et après ? Pourtant, « Le voyageur est encore ce qui importe le plus dans un voyage » (Suarès, 1954 : 9).

C'est vrai. C'est même une évidence ! Qu'elle ne nous aveugle pas toutefois. Mais que le voyageur meurt, et il n'y a plus de voyage. De même le touriste. L'historien Marc Boyer est sans doute l'un des premiers à avoir évoqué la possible *mort du tourisme*. Or l'on parle aujourd'hui du tourisme comme d'un filon inépuisable, sauf que son exploitation et sa pérennité sont sous condition, une condition bien particulière : *le désir de voyager* - qui est une énigme...

Contemporain des révolutions, le tourisme s'épanouit dans la civilisation industrielle, écrit Marc Boyer ; *il n'est certes pas de tous les temps : le « monde ancien » traditionnel l'ignorait. La « civilisation post-industrielle » en gestation le connaîtra-t-elle toujours ?* (Boyer, 1972 & 1982 : 237).

C'est bien pourquoi parler du touriste ne va pas de soi, parce que cela va non seulement contre une optique soupçonnant l'inversion de psychologisme, de compliquer ce qui est simple ou même de prendre au sérieux ce qui ne l'est pas, mais parce que *cela redonne au fait touristique une très humaine fragilité, liée aux songes et au mystère*.

Au mystère ? Oui, *car pourquoi voyage-t-on après tout ?* Pourquoi ce désir de partir ? De quitter ? De sortir de chez soi ? De s'écarter ? D'aller ailleurs ou de rencontrer l'inconnu ? De s'éloigner ? De partir et revenir pour repartir encore ? Voyageur nu, non astreint à la nécessité de voyager pour des raisons vitales et autres impératifs catégoriques imposant, aujourd'hui comme hier, de circuler, de s'exiler ou de migrer, le touriste, sinon sans alibis, sans mobiles absolus, repose ces questions. D'un point de vue anthropologique, c'est même là son intérêt principal.

Au surplus, le touriste a souvent peur de partir. Mais, comme Tartarin, en qui se disputent un don Quichotte et un Sancho Pança, il part quand même ! Pourquoi ? C'est une énigme : une curieuse persévérance qui mérite attention, à moins bien sûr, pour l'éclairer, de se contenter des fonctions rudimentaires habituelles (découvrir, se détendre, se divertir, par exemple) - fonctions qui n'éclairent pas grand-chose -, ou de définitions du style : « Le tourisme, c'est voyager pour le

voyage » ou « le tourisme fait du voyage le but du voyage » - ce qui revient à peu près à dire qu'on mange pour se nourrir.. Mais encore ?

« Tout le malheur des hommes, écrit Pascal, vient d'une seule chose, qui est de ne savoir pas demeurer en repos, dans une chambre »⁷. Est-ce toujours si sûr maintenant, du moins quant au voyage ? Et si le désir de voyager venait à s'éteindre, qui par la peur, qui par la lassitude, le rite ou la répétition ? Et si un nomade prenait des vacances, voyagerait-il encore ? Pour celui-là, des Hauts plateaux algériens, le paradis est fixe (Bouzar, 2001 : 237). Et celle-ci, bostonienne de vieille souche, à qui l'on demandait régulièrement pourquoi elle ne voyageait jamais, répondait invariablement : « Pourquoi voyagerais-je, je suis déjà arrivé ! »⁸.

Après tout, *ce désir, lui aussi, ne va pas de soi*. S'il a bien sûr partie liée avec l'histoire du tourisme, et si cette histoire a un début, pourquoi n'aurait-elle pas une fin, et ce désir avec elle ? Le désir de voyager pour son plaisir n'a rien de spontanée ou de pulsionnel, pas plus que le bain de mer. L'un et l'autre sont le fait d'un apprentissage culturel que leurs progressives banalisation et intégration sociales a fait oublier et, pour ainsi dire, a « naturalisé ». Comme le rappelle encore l'historien Marc Boyer, en 1936 :

Le programme du Front populaire porte sur le pouvoir d'achat et la durée de la semaine de travail, pas sur les vacances. Tout simplement parce que le tourisme, pas plus que le théâtre ou même la pratique d'un sport, ne figure dans l'horizon culturel des travailleurs français des années 1930 (18).

De fait, et contrairement au mythe et l'imagerie qui l'accompagne, l'année zéro des congés payés en France n'a pas été la déferlante qu'on croit. Et ce n'est pas par hasard si Léo Lagrange surnomma les Auberges de Jeunesse qu'il créa « L'école du tourisme »...

III. L'homme symptôme

La fin du tourisme ? Et la mort du touriste ? Sans doute n'y sommes-nous pas encore, d'autant qu'il y a de nouvelles clientèles à l'horizon, avec une forte (et « classique ») demande. Elles sont chinoises, russes et indiennes notamment. Les grandes capitales occidentales s'en lèchent déjà les babines, qui trouvent en elles de nouvelles mines à exploiter. Mais du côté de chez nous ? Du côté des pays émetteurs habituels de touristes : ceux de « première génération », qu'en est-il ? Et qu'en est-il donc du désir de voyager ?

Certes, il y a eu ce couple de Français moyens selon Pierre Daninos, « les Taupin, naguère casaniers mais atteints depuis peu de fringale touristique » (1954 : 170). Nous sommes dans les années cinquante. C'est l'heure de l'émergence du « phénomène », avec un taux de départ en vacances de 15% en 1950, qui va grimper à 40% en 1961. Puis il y a eu, modifiant la nature de cette boulimie, l'effet *Beat Generation* et les Routards. Nous sommes dans les années soixante et soixante-dix, grand tournant qualitatif du voyage, qui initie un tourisme lointain, individualiste, « rebelle » et vagabond⁹. Les années soixante-dix voient le taux

de départ des Français atteindre le seuil des 50% (en 1975 selon l'Insee) et les années quatre-vingt voient ce taux dépasser les 60% (61% en 1989).

Mais ce taux, dans les années quatre-vingt-dix, s'est stabilisé entre 62 et 65%. Sait-on même (il est vrai qu'on ne l'a guère ébruité alors) qu'il y a eu un creux étonnant entre 1994 et 2000 en nombre de voyages-séjours des Français ? En effet, durant cette période, leur nombre a décliné de près de 177 millions de voyages en 1994 (176,8) à moins de 157 (156,7) en 2000 - soit 20 millions de voyages en moins en l'espace de sept ans. Depuis, la pente s'est redressée. Mais il a fallu attendre 2004 pour atteindre à nouveau un chiffre à la hauteur de 1994 avec près de 178 millions de voyages¹⁰. Que penser alors de cette dépression ? Est-ce une première alerte, qui manifeste une perte d'appétit touristique chez les Français et annonce la fin de leur désir de voyager ?

Non réductible à la cause économique, et en dépit des apparences, ce serait plutôt tout le contraire. C'est que les mentalités changent ; les rythmes et les rites sociaux se modifient ; les règles de sociabilité et les pratiques de mobilité, la relation au voyage et les cycles de sa consommation aussi ; *et les formes et objets du désir avec*. Selon ces estimations, l'on constate en effet que c'est au niveau national que le nombre de voyages a décliné - si bien d'ailleurs que leur nombre en 2004 (158,6 millions) est encore inférieur à celui de 1994 (161,4). C'est là que l'on trouve, en 2000, les 20 millions de voyages disparus et davantage (avec 141,2), alors que de façon concomitante *les voyages vers l'étranger ont progressé au cœur même de cette dépression*, notamment vers les destinations non européennes, l'Afrique en particulier, proche (Maroc, Tunisie, Egypte) mais lointaine aussi (Afrique du Sud, Sénégal, Kenya) - destination passée de 1,5 à 3,1 millions de voyages entre 1994 et 2004, avec 2,8 déjà en 2000 et, suite au 11 septembre, un fléchissement en 2001 (2,6), 2002 (2,4) et 2003 (2,5). De 1994 à 2004, le voyage hors d'Europe est passé de 3,4 à 5,4 millions et vers l'étranger en général, de 15,4 à 19,1.

Mais, par-delà le cas Français, et si le taux d'exotisme (tendance à passer la frontière) varie bien sûr considérablement selon les pays émetteurs pour des raisons diverses (démographiques, climatiques, économiques ou autres), ce qu'il semble important de lire ici, à travers ou au-delà des chiffres, c'est *la pratique touristique comme signe du désir collectif*. De ne pas oublier d'où vient le tourisme (donc le touriste), non comme marché ou commerce mais comme comportement social ou anti-social. Il faut ici se rappeler sa source.

Il nous vient d'Angleterre. L'origine même du mot l'atteste ; et la plupart des pratiques qu'il recouvre nous viennent de cette île, qui a presque tout inventé ou réinventé en matière de mobilité de loisir : le circuit, le village-vacances, le cyclo-tourisme, l'alpinisme, le bain de mer ou la résidence secondaire. Il a également repris les modèles du voyage humaniste, sous la forme du Grand Tour, façon Montaigne, et du voyage picaresque, sous la forme du vagabondage romanesque, façon don Quichotte¹¹. Il a enfin inventé Robinson Crusoé et poussé Jules Verne à faire de Philéas Fogg un Anglais. Des bonheurs de l'île et du repli à ceux du tour du monde initiatique, via le retour aux sources et l'errance libertine, tout cela n'est pas le fait du hasard. Le touriste est né là,

avec ses désirs, ses rêves et ses folies. Cela nous rappelle que *le tourisme est une réponse faite à un état de société*. Laquelle ?

L'urbanisation. Le désir de panorama, de pourtour et d'alentours, d'exotisme, de vide, de mer, de désert et d'ailleurs naît de la ville. C'est cette concentration inédite des hommes qui a provoqué en réaction cette mobilité d'agrément qu'on appelle « tourisme ». En 1861, 50% de la société anglaise est urbanisée¹². Il faut attendre 1932 pour que la française atteigne ce seuil. Autrement dit, réponse faite à un état de société, *le tourisme participe d'un vaste syndrome social dont le touriste est un des symptômes*.

Toute société a le touriste qu'elle mérite. En retour il est un très bon analyseur pour décrypter les angoisses et les espoirs de cette société : ses peurs, ses rêves et leurs évolutions. Le tourisme est un signe de société dont le touriste est le révélateur sensible. A l'heure de la mondialisation, de l'internationalisation, du cosmopolitisme, en lui se condensent les rapports mutants de la société à l'existence : à l'ailleurs et au chez-soi ; au monde, à l'autre, aux siens, à soi et donc aussi à la vie sociale, à la vie tout court et à la mort - avec leurs causes et conséquences : les imaginaires du touriste, ses désirs, ses modèles, ses paradoxes, ses pratiques et leurs tendances...

IV. L'homme qui rêve

Alors de quoi rêve le touriste aujourd'hui ? Vaste sujet. On a pu médicaliser le touriste en faisant de lui un citoyen fugueur manifestant un malaise sociétal dont il serait l'indice pathologique, ici « piqué par la mouche du voyage » ou frappé là de « xénomanie », de « dromomanie » et autres pulsions ambulatoires (Hacking, 2002 : 22). Claustrophobe ou agoraphobe, en fuite ou en quête d'immensité ou d'oasis, entre divagations solitaires et déambulations grégaires, affecté de divers complexes et syndromes, qui, du voyage pathologique au voyage pathogène, le poussent en effet parfois au délire¹³, l'on pourrait ainsi envisager une véritable *nosologie touristique*.

Mais faisant cela, et sans pour autant saisir à travers cette typologie leur signification au moment où ils surviennent, s'imposent et dominent les pratiques du voyage - ou, au contraire, déclinent et disparaissent -, on ne ferait encore que décrire et classer, voire isoler comme des maladies, des formes : des comportements et des usages qui, par-delà leur morbidité parfois avérée, leur excentricité ou leur marginalité, influencent et participent cependant de la vie sociale et de la transformation des représentations collectives du voyage et de la relation à la société et au monde.

Les mouvements *Beat* et *Hip*, par exemple, avec les avatars européens que furent ceux des Routards et des Néo-ruraux des années soixante-dix, ne furent-ils, symptômes de société, que le fait et les formes d'une fièvre pathologique de mobilités issue de minorités générationnelles, les unes portées sur le vagabondage mystique, l'errance rebelle et le périple initiatique, les autres sur l'utopie cénobitique ou le repli communautaire et la quête d'une sociabilité alternative ? Que ces mouvements soient morts aujourd'hui ne change rien à l'affaire. *Leurs*

formes sont devenues des modèles qui, tout en s'adaptant, ont fait tache d'huile dans la société, les imaginaires et les pratiques de mobilité.

Par les chemins que ces mouvements ont empruntés : tracés ; les espaces, lieux ou destinations qu'ils ont choisis : inventés ; et les styles de vie qu'ils ont adoptés : expérimentés, ceux-là ont initié la naissance de nouvelles catégories de touristes et autres voyageurs d'agrément, plus autonomes et portés par d'autres rêves. Pas plus qu'on ne saurait nier l'importance du travail littéraire et artistique des espaces sur les destinations touristiques, on ne saurait davantage nier l'influence de ces courants marginaux sur la société, même si elle la touche après avoir traversé un certain nombre de filtres...

De fait, le sociologue allemand Hans Magnus Enzensberger considère de son côté que le touriste est une sorte de révolutionnaire frustré qui, faute de pouvoir changer le monde change de monde (Enzensberger, 1965). Cela est déjà beaucoup mieux, en ce que, ici soustraite à la réduction clinique, au morbide et à la passivité (car le voyageur pathologique est une victime qui subit son voyage), la question du touriste est reposée au profit d'une activité ou d'une réactivité en forme d'alternative stratégique, laquelle, au-delà du soupçon de pathologie, donne une toute autre dimension au sujet : à ses désirs, ses actes et à leur signification sociale. Mais l'hypothèse ne porte cependant encore que sur les causes et effets des rêves : les attitudes et les comportements qu'elles engendrent, *pas sur les rêves eux-mêmes* : les médiations.

Or c'est cela également, et même surtout, l'objet de l'anthropologie du tourisme, à savoir, au-delà du désir de changement de monde et les usages qu'il suscite, la reconstruction du contenu de ce désir : son imaginaire, les mythes, les représentations, les modèles, c'est-à-dire les médiations, qui déterminent le touriste à voyager, qui diversifient ses pratiques dans l'espace et le temps et qui le font dans son être, sa complexité, ses évolutions et ses mutations.

On n'entrera pas ici dans ce « monde intérieur » du touriste : cet autre monde dans lequel il voyage en premier lieu, à l'heure du projet, voyage virtuel qu'il tente d'opérationnaliser ensuite, avec plus ou moins de réussite et parfois beaucoup d'échec. « Aucun voyage n'est aussi beau que ceux dont on rêve... », écrivit Paul Morand (1994 : 62). Mais on notera que l'accès à ce monde suppose cependant de s'écarter de certains chemins habituels, notamment de définitions et conceptions répandues qui entretiennent le flou conceptuel dudit « touriste ». Lesquelles ?

D'abord, côté définitions, il faut s'écarter de celle, générique, qui voit dans toute personne voyageant pour son plaisir un touriste. Cela brouille les pistes. *Il est des voyageurs nommés « touristes » qui n'en sont pas* ; et il faut donc distinguer ici différents types de mobilités qui coexistent dans l'univers des voyages d'agrément et qui sont déjà autant de signes tangibles de désirs et d'imaginaires différents.

On y trouve de fait dans cet univers une première catégorie de mobilité qui est de *circulation*. Son paradigme de déplacement reste précisément le tour. Périple, elle est faite d'étapes et de circuit et relève en propre de la mobilité

touristique, qu'elle soit programmée ou aléatoire (vagabonde), itinérante ou semi-itinérante.

Ensuite, on distinguera une deuxième catégorie, bien distincte, qui est celle de la mobilité de *transplantation*. Elle consiste non plus à faire un tour ou un circuit mais à se transporter d'un point à un autre et y demeurer. Peu importe ici, à bien des égards, la durée du séjour, l'essentiel étant dans le vécu, qui n'est plus d'étape, de transit ou de passage mais d'installation. Il semble qu'il faut réhabiliter ici un terme quelque peu tombé en désuétude. Cette mobilité, faite d'un départ et d'une arrivée objet d'une sédentarisation, relève de la *villégiature* (la balnéaire étant la plus répandue aujourd'hui) et non du tourisme.

Enfin on distinguera une troisième catégorie de mobilité dont le paradigme de déplacement est la *répétition*. Qu'il s'agisse de circulation ou de transplantation, elle emprunte toujours le même parcours, si bien que le voyageur ne va plus d'un chez soi vers un (ou plusieurs) ailleurs mais d'un chez-soi vers un autre (ou d'autres) chez-soi. Cette mobilité de navette ne relève ni du tourisme ni de la villégiature mais du *nomadisme*. En matière d'agrément, mobilité d'une extrême fidélité, on pensera ici par exemple aux flux suscités par le loisir de la résidence secondaire.

Pour autant ces catégories ne sont que des polarités. Elles ne sont pas exclusives ou étanches les unes par rapport aux autres. Elles peuvent se combiner en un même voyage ou se métisser les unes, les autres. L'excursion, par exemple, peut être considérée comme une parenthèse touristique dans le cadre d'une villégiature ou d'un séjour en résidence secondaire... De même, il est des villégiateurs si fidèles à un lieu que leur vécu du séjour est proche de celui du résident secondaire. Ou encore un résident être touriste à 10km de chez soi ou même chez soi tandis qu'un « touriste » international peut être en réalité un villégiateur ou un résident au bout du monde.

Mais il reste que l'on différencie ici au sein du genre des espèces complémentaires de mobilités, signes de projets qui renvoient à des *psychologies différentes du voyage*, la suite étant une question de dosage et de proportion, variables selon les types de voyage mais aussi selon les saisons, l'âge du voyageur ou encore selon les époques. Ainsi, à travers ces variations, entre les tentations du repli et les envies de découverte, l'attrait de l'île ou du monde, Robinson ou Philéas Fogg, la société nous parlent-elles de ses tendances...

Enfin, côté conceptions, il faut notamment s'écarter de celle qui sous-estime le poids de l'imaginaire sur les conduites, soit qu'on le confonde avec une panoplie de motifs (ceux-là ne sont au mieux que la formulation très partielle des raisons de l'envie de voyager), soit qu'on l'assimile à une sorte d'alentour ou d'ajout onirique : ladite « part du rêve ». *Sauf que le rêve n'est pas une part du voyage : il est le voyage lui-même, projeté ou non dans la mobilité.*

Au fond, voyageur nu, sans autre alibi que le plaisir ou la recherche du bonheur, ledit « touriste » nous invite à reposer l'éternelle question : Qu'est-ce que voyager au juste ? Est-ce seulement déplacer son corps dans l'espace ?

Certainement pas ! C'est bien sûr toujours beaucoup plus. Voyager, c'est, comme l'écrivit encore Paul Morand, « par magie, une vie nouvelle, avec une naissance, une croissance et une mort » (Morand, 1937 : 22) - mort provisoire de surcroît, jusqu'au prochain voyage.

Expérience existentielle, c'est là « la consolation des voyages »¹⁴, qui, parmi d'autres moyens de transport (amoureux ou autres), procure à qui en use un pouvoir d'ubiquité, de dédoublement, qu'il s'agisse à cette occasion de devenir autre ou de redevenir soi. On peut aller très loin sans éprouver cela. C'est pourquoi, si voyager, c'est changer de monde, c'est d'abord changer de vie avant même de changer de lieu, qu'on espère en son voyage le dépaysement ou le repayement, vivre en un monde nouveau ou, tout au contraire, vivre idéalement ses habitudes.

Et c'est bien pourquoi il faut aussi radicalement distinguer le tourisme du « touriste ». S'il advenait un jour que le premier meurt, le second, qui déjà existait avant lui, continuera à exister après lui, de voyage en voyage, c'est-à-dire de renaissance en renaissance et sous des formes multiples.

Notes

¹ On pensera à Thomas Cook (1^{ère} excursion en Angleterre, 1841 et sur le Continent 1855 ; 1^{er} voyage organisé, en Suisse, 1864 et 1^{er} tour du monde, 1872) mais aussi au développement du chemin de fer en Europe, des croisières en Méditerranée, à la mise en loisir du littoral, à la villégiature sanitaire à la montagne et en bord de mer, ou à la création des clubs alpins ou autres. Le *Touring Club de France* est créé en 1890.

² Au nombre des travaux significatifs de cette époque, citons entre autres ceux de J. Dumazedier (voir *infra*, note iii) ; de Burnet, L. 1963. *Villégiature et Tourisme sur les côtes de France*, Hachette, Paris ; de Cribier, F. 1967. *La Grande Migration d'été des citadins de France*, éd. CNRS, Paris ; ou le n° 10 de la revue *Communications* (1967) : *Vacances et tourisme*, Le Seuil, Paris.

³ Voir à ce sujet Dumazedier, J. 1962. *Vers une civilisation du loisir ?*, Le Seuil, Paris.

⁴ Cf. J.-D. Urbain (2002 - première partie).

⁵ A ce propos, J. Dumazedier, *op. cit.* :42, écrit justement : « Quoique produit de l'Histoire, le loisir est vécu, en effet, comme une valeur extérieure à l'Histoire ». Mais il ajoute : « L'homme de loisir tend à être un ingrat à l'égard du passé et indifférent à l'égard de l'avenir. Ce n'est pas là une attitude active de citoyen, mais cette attitude se développe »...

⁶ En référence à Jauss, H.R. 1978. *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris [1972-1975].

⁷ Pascal, *Pensées*, fragment 139 [1670].

⁸ Cité par D.J. Boorstin, dans *Les découvreurs*, Paris, Seghers, 1986 :171 [1983].

⁹ Rappelons que la 1^{ère} édition du *Guide du Routard* date de 1973.

¹⁰ Source : SDT Direction du Tourisme / Sofres, Paris, ONT / Ministère délégué au Tourisme, *Mémento du Tourisme*, 2002, 2003, 2004 et 2005.

¹¹ Cf. L. Sterne, *Le voyage sentimentale* (1768) ; et H. Fielding, *Tom Jones* (1749).

¹² Voir à ce sujet Thomas, K. 1985. *Dans le Jardin de la nature*, Gallimard, Paris [1983].

¹³ Voir à ce sujet Airault, R. 2000. *Fous de l'Inde. Délires d'Occidentaux et sentiment océanique*, Payot, Paris.

¹⁴ En référence à Coatalem, J.-L. 2004. *La consolation des voyages*, Grasset, Paris.

Bibliographie

- Bouzar, W. 2001. *Saisons nomades*, L'Harmattan, Paris.
- Boyer, M. 1972/1982. *Le tourisme*, Le Seuil, Paris.
- Daninos, P. 1954. *Les carnets du Major Thompson*, Hachette, Paris.
- Enzensberger, H. M. 1965. « Une théorie du tourisme », dans *Culture ou mise en condition ?*, Julliard, Paris.
- Hacking, I. 2002. *Les fous voyageurs*, Les Empêcheurs de penser en rond, Le Seuil, Paris.
- MacCannell, D. 1976. *The Tourist. A new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York.
- Morand, P. 1937. *Apprendre à se reposer*, Flammarion, Paris.
- Morand, P. 1994. *Le Voyage*, Ed. du Rocher, Monaco [1964].
- Paulhan, J. 1949. *De la paille et du grain*, Gallimard, Paris.
- Suarès, A. 1954. *Voyage du Condottière*, Emile Paul Ed., Paris. [1910-1913].
- Urbain, J.-D. 1994. *Sur la plage*, Payot, Paris.
- Urbain, J.-D. 2002a. *Les vacances*, Le Cavalier Bleu Ed., coll. « Idées reçues », Paris.
- Urbain, J.-D. 2002b. *Paradis verts*, Payot, Paris.