



La critique du tourisme

La coordination Center Parcs : Ni ici, Ni ailleurs (la Nina) réunit des opposants et des collectifs luttant contre les projets de construction de Center Parcs à Roybon en Isère, au Rousset en Saône-et-Loire et à Poligny dans le Jura. Le 30 avril, à l'occasion de la nouvelle audience – concernant l'annulation de l'arrêté préfectoral « loi sur l'eau » pour le Center Parcs de Roybon – devant la Cour administrative d'appel de Lyon, la Nina a appelé à un rassemblement devant le tribunal administratif. Nous vous proposons ici un tract qu'elle a publié et distribué le 8 décembre 2018 durant les marches pour le climat à Grenoble et à Lyon où avait lieu également la Fête des lumières.

DE « L'USAGE DU MONDE » CHER AU VOYAGEUR,
À L'USURE DU MONDE CHÈRE AU MARCHÉ

LE TOURISME, FACE CACHÉE DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

Selon l'Organisation mondiale du tourisme en 2016, le tourisme représente, à l'échelle de la planète, plus de 1,2 milliards de touristes, 1 400 milliards de \$ de chiffre d'affaires, 10 % du PIB mondial et génère un emploi sur dix. Troisième industrie mondiale derrière la chimie ainsi que les carburants et devant l'automobile et l'agroalimentaire, le tourisme serait la « clé du développement, de la prospérité et du bien-être ». Tout baigne, sauf que... le dérèglement climatique s'invite dans ce tourbillon de chiffres et d'autosatisfaction. L'étude *The carbon footprint of global tourism* montre que le tourisme est responsable d'environ 8 % du total des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'humanité, soit 3 fois plus que les évaluations antérieures. En 2050, du fait de l'explosion du tourisme, la part des émissions dues aux transports maritime et aérien pourrait représenter 40 % des émissions. Mais la pollution touristique n'est pas faite que du kérosène des avions, du mazout des navires de croisière, des bulles tropicales et des mises en lumière des villes. Elle découle logiquement des biens et services consommés par les voyageurs : restauration, hôtellerie, achats divers... Ces émissions mondiales de déchets sont passées de 3,9 milliards de tonnes équivalent CO_2 , en 2009, à 4,5 milliards en 2013. Pour des pays comme les Seychelles, les Maldives, Maurice, ou Chypre, menacés par le dérèglement climatique, le tourisme génère 30 à 80 % des émissions nationales de CO_2 ... Ces pays participent à leur propre engloutissement au nom d'un développement aussi illusoire que fragile, toujours au bénéfice unique des touristocrates.

Ho, mon bateau, tu es le plus beau des bateaux

Le succès des croisières ne se dément pas malgré toutes les critiques et les oppositions face aux effets dévastateurs des

navires utilisés. À Marseille, Sète, Nice, Venise ou Barcelone, le mécontentement des riverains gronde contre la pollution engendrée par ces monstres, qui, à quai, rejettent l'équivalent des gaz de 10 000 à 30 000 véhicules, et en propulsion, 5 à 10 fois plus. Le dérèglement climatique génère de nouvelles opportunités pour les croisiéristes : les zones polaires seront bientôt accessibles aux voyages plus de 125 jours par an, « grâce » à la fonte des glaces.

Center Parcs : Ni ici Ni ailleurs, toujours

Les projets de Center Parcs de Roybon, du Rousset et de Poligny sont des concentrés des méfaits de l'industrie du tourisme en France et ailleurs. Un exemple : depuis 2007, la multinationale Pierre & Vacances veut construire à Roybon un village de vacances privé et clos de 1 024 bungalows à louer, avec bulle aquatique chauffée toute l'année à 29°, végétation tropicale, bains à remous, boutiques, restaurants... Le séjour y est basé sur les stéréotypes de l'exotisme (chaleur, farniente, cocotiers) même si cette pauvre rupture avec le quotidien repose sur le travail précaire, la destruction irréversible des milieux et des modes de vie locaux. Indépendamment de leur taille, ces trois projets obéissent à la même logique et sont partout portés par les élus et industriels au nom de l'emploi et du nécessaire aménagement des territoires, quels qu'en soient la nature et le prix. Nous devrions donc, pour qu'ils vendent ce « rêve », accepter la destruction de dizaines d'hectares de zones humides et de forêts dont on sait l'importance pour la ressource en eau, notamment en période de sécheresse.

Black-out sur Lyon : c'est pour quand ?

Chaque année, c'est la même musique à la Fête des lumières de Lyon. Des millions de touristes venus du monde entier

déboulent, ubérisent la ville et consomment. Ils se bousculent, font la queue pour s'extasier devant les dernières « mises en lumières », forcément « basse consommation » sponsorisées par les entreprises privées (banque, fournisseurs d'énergie) et les collectivités (la mairie est tellement écolo). Le tout dans une agglomération fliquée qui devient le support de la « marque Lyon » : OnlyLyon. Des entrepreneurs peuvent ainsi exporter dans le monde entier (Shanghai, Hong-Kong, Saint-Pétersbourg, Ho-Chi-Minh Ville, La Havane, Hanoï, Francfort, Dubaï...) les produits que sont devenus la ville, la fête et la lumière.

Au-delà de la pollution, le tourisme, c'est la marchandisation de nos vies

Les problèmes des lieux qui accueillent des touristes ne se limitent pas au dérèglement climatique. À Venise, Barcelone, Paris... le tourisme ronge toujours davantage les lieux de vie, les commerces locaux et les remplace par des terrasses de cafés, des boutiques de mode et de souvenirs. Les locations d'appartements sur Airbnb sur de très courtes périodes étant plus rentables que du logement à l'année, les pauvres se retrouvent relégués à la périphérie. Cet envahissement des centres villes historiques par le tourisme participe ainsi à leur gentrification. La plate-forme Airbnb propose maintenant des « expériences », par exemple une récolte de truffes, une dégustation de vins, un cours de cuisine, le vernissage d'une exposition. Sous prétexte de services et d'échanges elle développe une marchandisation générale de toutes les relations humaines et sociales, modifiant également nos rapports sociaux. L'industrie du tourisme nous a fait passer de « l'usage du monde » cher au voyageur, à l'usure planifiée du monde. Tout doit passer à la moulinette de la marchandisation et de l'artificialisation : milieux naturels,

territoires, modes de vie, métiers, communautés, corps et esprits...

Le tourisme : un marché du rêve, du divertissement et de l'aliénation

Le discours du tourisme est basé sur l'évasion, la liberté. Une incroyable inventivité commerciale offre ainsi l'illusion de la rupture avec le quotidien : tourisme sexuel, croisières death metal, balades à Barcelone avec des guides SDF ou à Tchernobyl en zone contaminée, tourisme alternatif, toujours responsable et durable... Mais pour s'évader de quoi au juste ? Les loisirs sont-ils vraiment émancipateurs ? Ne sont-t-ils pas plutôt une forme de canalisation, de contrôle, de fuite en avant individuelle ? Ne participent-ils pas d'une forme de compensation face à la frustration d'une vie qui nous échappe (notamment au travail) et dont nous perdons le sens ? Il ne s'agit pas uniquement de s'attaquer aux excès du tourisme de masse : les touristes et les travailleurs du tourisme ne sont, en réalité, que de simples réceptacles des décisions du marché. C'est à ce dernier qu'il faut s'en prendre, en raison des rapports sociaux qu'il crée et de la façon dont il nous (dé)socialise. Sans oublier le principe même du tourisme, et ses supports : valorisation de tout ce qui n'avait pas encore de prix, ubérisation via des plateformes collaboratives, infrastructures numériques, aéroports, autoroutes, etc.

Il nous paraît urgent de remettre en cause le socle même du tourisme : le capitalisme et son aliénation globale, générateur de la nouvelle ère géologique dans laquelle nous patageons désormais... le capitalocène.

« LE TOURISME EST LE RÉSULTAT D'UNE INGÉNIERIE SOCIALE »

INTERVIEW DE L'OFFICE DE L'ANTITOURISME

Pouvez-vous présenter votre collectif ? Comment il est né, les objectifs que vous vous donnez et les actions que vous avez menées jusqu'à maintenant ?

Notre collectif informel est né suite à une rencontre organisée à la maison forestière occupée de la Marquise, près du chantier bloqué du Center Parcs de Roybon. Durant ce week-end du 29-30 juin et 1^{er} juillet 2018, il s'agissait de questionner le tourisme au cours de différentes discussions et autour de plusieurs projections de documentaires sur le sujet. Suite à cette rencontre, certains participants ont décidé de se revoir pour continuer d'aborder la question du tourisme avec déjà l'idée de proposer à Grenoble les discussions que nous avons développées à Roybon. Très rapidement nous avons décidé de proposer notre critique du tourisme en distribuant des tracts qui remettaient en cause certaines manifestations proposées au grand public comme aux « Rencontres ciné montagne » de Grenoble, lors d'un débat sur la « Transition du tourisme : reconstruire du sens collectivement » organisé dans le cadre du « Festival international du film de montagne » à Autrans ou encore durant le « Salon international de l'écotourisme, du voyage solidaire et participatif » qui se déroulait au World Trade Center de Grenoble.

Pour que nos réflexions ne restent pas fermées à des cercles confidentiels de convaincus, nous voulons confronter nos idées à un large public et ainsi rendre accessible l'état actuel de notre pensée pour que chacun puisse se l'emparer. C'est pourquoi nous avons organisé plusieurs soirées publiques

visant à bousculer le consensus pro-touristique où nous proposons aussi quelques écrits critiques sélectionnés. Nous avons commencé en janvier en accueillant des membres du comité de rédaction de la revue *Nunatak* (1). Ils ont présenté le numéro 2 de leur revue dans lequel plusieurs articles sont consacrés au tourisme en montagne. Une seconde soirée portait sur trois axes de critique : la remise en cause du travail basée sur la critique de la valeur, la critique du tourisme comme phénomène systémique et la critique des grands projets inutiles. Le 30 avril 2019, dans la foulée de l'audience concernant le projet du Center Parcs de Roybon devant la Cour administrative d'appel, nous avons présenté notre critique au local autogéré la Luttine, à Lyon. France 3 a réalisé une brève sur cette soirée en tronquant nos propos (2). Nous souhaiterions corriger ce qui a été dit : D'abord, nous ne luttons pas seulement contre « les risques du tourisme de masse » mais contre la marchandisation en général, dont le tourisme est un élément central. Ensuite, le reportage nous désigne comme étant des « zadistes et militants écologistes », ce que nous ne revendiquons pas. Enfin, le journaliste après nous avoir mis dans ces cases, résume abusivement nos analyses. En effet, l'article s'intitule : « un débat lyonnais sur "l'impact dévastateur" du tourisme sur l'environnement », puis se conclut par : « Que l'on partage ou non leurs idées, ces militants soulèvent une question à méditer : faut-il marchandiser la nature pour la sauver ? ». En réalité cette question n'est pas la nôtre car nous connaissons déjà sa réponse : marchandiser la « nature » est une manière de la détruire, non de la sauver (3).

Nous essayons de diversifier les formats en enregistrant aussi les soirées pour les diffuser sur radio, ou encore en accompagnant nos écrits de détournements d'images de magazines (ainsi un fanzine sera bientôt publié). À partir des discussions que nous avons entre nous et des remarques régulières que nous fait le public, nous affinons notre critique des lieux communs comme « le tourisme c'est la rencontre de l'autre », ou encore « l'éco-tourisme est la solution aux problèmes du tourisme » et des faux débats stériles (actions individuelles *versus* collectives, tourisme de masse alter tourisme, etc.) Nous essayons de pousser la réflexion pour prendre du recul et éviter les pièges comme celui de la critique du touriste et non du tourisme.

Un de nos objectifs est d'établir la critique durablement à Grenoble, car c'est là où nous habitons ou travaillons. Nous faisons le choix d'intervenir dans l'agglomération où se confirme une volonté politique claire de marchandisation par le développement du tourisme au travers d'une marque territoriale notamment Alpes is(h)ere. Il s'agit, entre autre, d'inviter à questionner ce que nous produisons et consommons ainsi que la logique qui nous conduit à avoir ce comportement touristique. Nous établissons également des contacts avec d'autres territoires, individus, collectifs, afin d'archipéliser la critique du tourisme. Ici et là, on nous sollicite, nous sollicitons... Des liens concrets s'établissent pour attiser la réflexion et étayer l'action collective. L'antitourisme a de beaux jours devant lui !

Pourquoi critiquez-vous le tourisme ? On considère généralement le tourisme comme une activité de détente, un loisir, voire un moyen de rencontrer des cultures ou des régions qu'on ne connaît pas. Rien que du positif, donc !

Pourtant, pour qu'il y ait tourisme, il faut une mise en ordre touristique du monde, l'instauration d'un modèle économique et culturel qui, contrairement aux idées reçues, contribue à détruire la diversité humaine et territoriale. Tourisme et société de consommation vont de pair. Cette dénonciation ne va pas forcément de soi car jusque récemment l'industrie touristique bénéficiait d'un large consensus sur ses bienfaits. Comme si elle portait en elle une éthique rendant toute critique difficile. En réalité, le tourisme est le pur produit de la société industrielle, il doit son développement à celui des transports mécanisés – eux-mêmes par leur monstruosité créant un monde à fuir – à la production quasi illimitée d'énergie et à la construction standardisée d'hébergements concentrationnaires à des fins locatives (cloisonnant le vacancier dans une certaine manière de vivre et surtout de consommer). Il correspond donc à une société fondée sur la surproduction et l'artificialisation par la destruction de territoires entiers et un gaspillage sans précédent. Combien le repos du travailleur crée-t-il de travail ? Combien de tonnes de charbon, de centrales nucléaires, de barils de pétroles pour pouvoir se promener à la montagne, combien de mètres cubes de béton pour découvrir le désert ou la délicatesse d'une orchidée ? Combien d'enfers coûtent quelques Edens climatisés ? Combien de ministères du « temps libre » pour

apprendre à « maîtriser son temps » ? Combien de bruits pour atteindre le silence, combien d'heures de travail pour « se payer » du repos, combien d'infrastructures pour aller au désert, combien de canons à neige pour le maintien du ski ? Combien de bagnoles et de bouchons ? Combien d'agitations pour s'échouer et bronzer sur une plage ? Et surtout, pourquoi ? Combien de soumissions pour quelques semaines à vivre comme les riches à exploiter les autres dans l'oisiveté tant méprisée du rentier ? Le travailleur, lui, l'a bien mérité évidemment... Qu'il ait fabriqué des bombes, vendu des assurances vie, ou qu'il ait enseigné la novlangue en école de commerce, peu importe, il mérite de faire peau neuve et d'oublier un temps les contraintes et le contenu de son travail, l'essentiel est d'être un travailleur ou un touriste : tout est dans le statut du moment. Tourisme et travail sont les deux faces de la même pièce. Le tourisme est l'autre réalité du travail, il en compense et atténue certains effets pour mieux le servir. Le loisir est une des justifications du travail, son prolongement en une peine supplémentaire pour digérer les marchandises. Marchandises qui singent ce que le travail banni : l'émotion, la liberté de mouvement, l'amusement, la sensation de vivre, le choix. Aussi, une pléthore d'activités-marchandises standardisées sont proposées pour divertir – c'est-à-dire détourner de toute émancipation réelle – le travailleur.

De plus, les congés payés et le « temps libre » sont une parenthèse entre deux moments de travail et sont inscrits dans la logique du temps contraint par celui-ci. RTT,

vacances scolaires échelonnées, sont prises dans son étau ainsi que celui des intérêts des industriels du tourisme qui veulent d'une part favoriser les courts séjours et d'autre part répartir les flux de vacanciers. Nous dénonçons cette logique du travail et la séparation de nos activités qu'ils impliquent (production – consommation – culture). Cette logique de prolétarianisation, de destruction progressive des savoir-faire en des gestes mécaniques, où nous ne choisissons pas ce que nous produisons, ni comment. C'est donc loin de ce travail que certaines personnes s'évadent. Fuir dans la Nature, dans des parcs (sic), en montagne ou à la mer. Bien souvent cette évasion est sur-organisée par l'industrie touristique qui finalement aménage notre « temps libre ». Pour se faire, elle mobilise les territoires et leurs habitants pour valoriser tout ce qui peut l'être. Rapidement, toutes les activités se tournent vers le tourisme. Demandez aux Barcelonais qui voient leurs anciens appartements proposés sur Airbnb avec une forte hausse de loyer, les commerces de proximité et des écoles disparaître au profit de boutiques à touristes et de bars musicaux ; demandez aux Vénitiens qui voient le tourisme ronger de plus en plus leur espace de vie au détriment de celui des visiteurs (30 millions de touristes pour une ville de 54 000 habitants) ; demandez à celles et ceux qui se trouvent obligés de participer à la folklorisation d'une culture de vitrine ; demandez aux travailleurs précaires ou saisonniers du tourisme, si le tourisme ce n'est rien que du positif !

De plus, si j'ai bien compris, la définition majoritaire du tourisme, par sa « neutralité » de façade, contribue

selon vous à empêcher la critique.

En effet, selon l'*Encyclopédie Universalis* : « Le tourisme est l'expression d'une mobilité humaine et sociale fondée sur un excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps libre passé à l'extérieur de la résidence principale. Il implique au moins un découcher, c'est-à-dire une nuit passée hors du domicile, quoique d'après certaines définitions il faille au moins quatre ou cinq nuits passées hors de chez soi. Il concerne un déplacement d'agrément, s'appuie sur un ou plusieurs types de loisirs conjugués ou successifs. » Cette définition du tourisme contribue à endormir la vigilance, c'est d'ailleurs ce qui fait l'essentiel de son intérêt. Elle dilue le phénomène touristique dans l'ordinaire de l'existence, à l'image d'une nécessité existentielle glissée dans nos emplois du temps.

Visiter ses amis durant quelques jours, est-ce la même chose que séjourner à Center Parcs ? Évidemment non. Peut-on même appeler tourisme un séjour non marchand chez des parents ou des amis vivant au loin ? C'est dire si des activités d'enjeux et d'intentions différents sont susceptibles d'entrer pêle-mêle dans la définition du tourisme, transformant le terme en véritable mot-valise.

Tout mélanger, par exemple en ne distinguant pas le séjour gratuit chez des amis du séjour balnéaire marchand, gomme les aspérités du phénomène touristique et ses angles d'attaque. Il apparaît alors comme un objet neutre et bon enfant rendu imprenable par sa banalité apparente. En faire un phénomène « naturel » est en effet le meilleur moyen de justifier implicitement le tourisme et de le tenir à l'abri

d'évaluations autres que comptables et économiques.

D'accord, mais alors pouvez-vous nous dire ce qu'est selon vous le tourisme, et qui fait que ce n'est pas quelque chose d'anodin et de sympathique ?

Le tourisme, phénomène dont l'expansion est intimement liée à la société capitaliste et au travail salarié, à la généralisation des congés payés et au développement de la classe moyenne, apparaît dans ses formes contemporaines caractérisé par quelques traits que voici :

- Le tourisme est une mobilité d'agrément organisée, planifiée autour d'attractions divertissantes dûment identifiées et valorisées comme telles, tant subjectivement par les touristes qui en ressentent l'attrait, qu'objectivement par les « développeurs » (aménageurs, promoteurs, entrepreneurs, agents de développement, opérateurs, élus, etc.) qui en élaborent l'attractivité symbolique (par la communication) et la portée commerciale (par la promotion).
- Le tourisme est désormais le résultat d'une ingénierie sociale dédiée à l'aménagement de l'espace et à l'organisation d'offres commerciales adaptées. Cette ingénierie se manifeste par des dispositifs territoriaux de contrôle social, notamment concernant la gestion des flux et la valorisation d'espaces normalisés selon des critères esthétiques, économiques, sécuritaires et environnementaux, aux formes reconnaissables et aux contenus spécifiques, souvent récréatifs, parfois pédagogiques.

Le résultat de l'expansion touristique, nous l'avons aujourd'hui sous les yeux : on a basculé dans l'industrie « décomplexée » du tourisme de masse. Cette industrie a largement organisé les territoires à des fins mercantiles. Le tourisme n'a plus comme finalité la recherche de la diversité mais celle du divertissement. Il tend à transformer des régions entières en zones commerciales à ciel ouvert. Pour les territoires non dotés de capital touristique, on implante des espaces créés de toutes pièces – centre de vacances, parc à thèmes ou zones de loisirs – pour édifier des univers artificiels dédiés à accueillir les flux de vacanciers. Par conséquent, si nous convenons que le capitalisme est en train de détruire le monde, la critique du tourisme devient un élément central de l'anticapitalisme.

Vous avez l'air de proposer essentiellement une réflexion critique. Est-ce que certains moyens de lutte vous inspirent ? Si la critique du tourisme venait à s'élargir, de quels moyens d'action rêveriez-vous ?

La fin ne doit pas justifier tous les moyens, mais dans la limite de notre conscience morale – non moralisatrice – tous les moyens de lutte qui ne s'en prennent pas aveuglément aux individus peuvent être envisagés s'ils renforcent une opposition. La réflexion critique rendue publique reste avant tout un moyen de lutte. Elle permet de contredire le discours officiel et de donner du sens aux actions de terrain envisagées et peut même les conduire vers de nouveaux desseins.

Nous pensons que les réflexions critiques posent des bases pour une prise de conscience élargie, non seulement sur le sur-

tourisme, mais également sur le tourisme en général. Elles visent à le démythifier notamment en dévoilant les politiques mises en place par l'État, les régions et les départements et les sommes colossales débloquées pour les infrastructures touristiques. Ces réflexions et ces constats pourront mener, nous l'espérons, vers des actions individuelles et collectives de refus, d'oppositions notamment contre la construction d'infrastructures.

Notre réflexion critique vise également à redonner du sens aux oppositions aux projets d'aménagement du territoire et à les faire converger. En effet, beaucoup de ces projets ont été contestés ces dernières années. Mais ils ont été très rarement considérés par leurs opposants comme des projets d'infrastructures touristiques. Les projets d'aéroport de Notre-Dame-des-Landes, de Ligne Grande Vitesse Lyon-Turin, d'autoroute A45 entre Lyon et Saint-Etienne, d'Europa City à Gonesse, de Center Parcs de Roybon, de Poligny et du Rousset ont été et sont souvent contestés pour leur impact environnemental (zones humides, déforestation, artificialisation de terres agricoles fertiles, espèces protégées, etc.) et très rarement pour leur impact touristique. L'abandon du projet d'aéroport de Notre-Dame-des-Landes a été perçu comme une victoire des opposants. Nous pouvons effectivement nous réjouir que les bocages n'aient pas été détruits, mais les 9 millions de voyageurs par an prévus en 2040 à Notre-Dame-des-Landes seront accueillis dans l'ancien aéroport près de Nantes que l'on va aménager en conséquence. Contrairement à ce qui s'est

passé contre les Center Parcs qui ont réuni certains de leurs opposants dans la coordination Center Parcs : Ni ici, Ni ailleurs, les opposants à l'aéroport de Notre-Dame-des-Landes ne se sont pas manifestés contre les aménagements de l'ancien aéroport de Nantes et l'augmentation du nombre des voyageurs qui y seront enregistrés ; ou encore à Roissy où il est prévu, après la construction d'un nouveau terminal, une augmentation de 40 millions de passagers par an, notamment pour accueillir les Jeux olympiques de Paris en 2025 ; ou à Orly, qui après quelques aménagements pourra recevoir 8 millions supplémentaires de passagers par an (33 millions en 2018). Si la France est le pays qui accueille le plus de touristes dans le monde avec un objectif de 100 millions de touristes par an pour 2020, ce n'est pas un hasard mais bien parce que les infrastructures d'accueil le permettent. Et lorsque le dernier Conseil interministériel du tourisme du 17 janvier 2019 crée un groupe de travail chargé de formuler des propositions stratégiques et opérationnelles en faveur d'un tourisme durable en France, ce n'est pas pour créer une alternative au tourisme mais bien un tourisme alternatif qui s'ajoutera au tourisme de masse existant. Si on met l'accent sur le fait que 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre est dû au tourisme (dont le transport aérien représente 20 %), c'est simplement pour développer du tourisme durable; on continuera à vouloir accueillir davantage de touristes dans les aéroports... La critique du tourisme vise à dénoncer les contradictions d'un système, espérant bousculer et alimenter les oppositions existantes et à venir.

Et à l'échelle individuelle, que pouvez-vous dire à celles et ceux qui rêvent de découvrir le monde sans reproduire des comportements consuméristes ?

Chacun fait ce qu'il veut ou peut et selon son goût, mais toujours sous l'influence et les contraintes de la société. « Découvrir le monde » – si tant est que cette expression ait un sens –, sans entrer dans des rapports marchands est rendu difficile. Nous n'avons rien contre ceux qui essaient d'échapper au consumérisme, au contraire ! Mais cela nous semble insuffisant pour infléchir la course effrénée à la mise en tourisme du monde. Notre Office de l'antitourisme s'intéresse à dénoncer et s'opposer à cela et l'éthique personnelle n'est certainement pas le remède pour opérer un changement global, aussi modeste soit-il : se préserver de certains rapports ou ne pas les encourager, n'empêche en rien les promoteurs du tourisme de marchandiser toujours plus les activités et les relations humaines. Vouloir s'extraire de cela individuellement et ne pas se considérer comme un touriste n'empêchera ni les autochtones, ni les institutions, les promoteurs et autres acteurs « décisionnaires » de traiter des... touristes. Ainsi tout ne se joue pas entre individus. D'une part, notre rapport au monde est largement déterminé par diverses médiations culturelles et idéologiques centrées sur le profit, le développement économique et technique. Peut-on alors reprocher aux poissons de nager dans l'eau du bocal ? Peut-on même nager hors du bocal ? D'autre part l'industrie touristique s'adapte par tous les moyens à tous les territoires, à tous les goûts et reste à l'écoute de nouvelles niches à développer. C'est pourquoi elle envisagera

toujours d'exploiter un secteur qui ne l'est pas encore. D'autant plus que les arrière-pays se voient obligés de vivre presque exclusivement du tourisme. Un des textes de la revue *Nunatak* sur le tourisme en montagne a pour titre « Le tourisme ou la mort ». Le caractère exclusif du tourisme rend davantage les territoires dépendants de la marchandise (et par conséquent du travail produit pour le tourisme). L'exemple du périple qu'accomplissait un voyageur accompagné de son cheval – exemple tiré du *Manuel de l'antitourisme* – est très significatif : dix ans après avoir fait un premier voyage inoubliable, le voyageur voyait cette fois-ci ses demandes d'hospitalités refoulées. Durant ce second voyage, l'hospitalité s'était transformée en prestations : on lui proposait plutôt de se diriger vers le prochain gîte qui accueillait également les chevaux ; le foin et la paille compris dans le prix de la pension. Entre temps, le marché s'était adapté à cette nouvelle demande. Le management du monde par le tourisme rend ardue la possibilité de faire autrement, y compris de la part de personnes averties et vigilantes. Cet accaparement est bien illustré à travers l'exemple de Jack Kerouac ou de Nicolas Bouvier. Kerouac refusait toute institutionnalisation, il était parti en quête d'un « dérèglement de tous les sens » dont il ne devait plus revenir. De son côté lorsque Nicolas Bouvier voyage, il n'avait probablement pas l'idée qu'il allait devenir une figure emblématique du récit de voyage. Il partait à la recherche d'un avoir par les pieds, par la peau, il voulait s'immerger dans d'autres réalités. Leur voyage était considéré comme une manière de s'évader, non

au sens où l'entendent les publicitaires, plutôt à la manière de qui entend sortir de la cage des conditionnements culturels. Cette question relève toujours d'un enjeu crucial au plan philosophique, et ce type d'expérience, parce qu'il trouve son lieu dans l'intimité des consciences, n'est pas récupérable. Aussi n'a-t-il cure des lieux touristiques et des bons plans, des appels aux selfies, des modes de l'exotisme... Il n'obéit à aucun critère quantitatif, nul besoin d'aligner les kilomètres ou de multiplier les destinations. Il ne marche sur les pas d'aucune avant-garde plus ou moins éclairée. Mais que reste-t-il de ces aventures singulières dans le voyage des routards modernes ? N'oublions pas que lorsque Jack Kerouac voit les hordes de jeunes gens partant sur les routes, il s'est désolidarisé de cet engouement qu'il a suscité et qui a donné lieu à une avant-garde touristique. Aucune de ces aventures marginales n'était destinée à devenir une ligne valorisante sur un CV ni rendre un individu attractif sur le marché des relations sociales de l'existence. Une fois ce processus d'appropriation achevé, il devient difficile de sortir des conditionnements par ce même chemin. Marc Augé le constate dans son livre *L'Impossible voyage, le tourisme et ses images*. Catherine de Clippel qui l'accompagne essaie de détourner à un certain moment l'objectif d'un centre de loisirs tel que Disneyland. Il se rend compte que sa démarche est absurde car les espaces de divertissements ordonnent certains comportements. Adopter des attitudes contraires n'a pas de sens. Ce qui est vrai pour ces espaces de loisirs confinés, l'est aussi plus généralement pour ce « monde à

découvrir » soumis à l'organisation scientifique des loisirs... L'ensemble des régions du monde sont ainsi devenus des « produits », des « prêts-à-consommer » que le tourisme numérique tend à étendre indéfiniment et dans tous les endroits avec notre « mouchard à consommer » qu'est le smartphone.

En parallèle de cette marchandisation bien réelle du monde on peut questionner le désir ou le « rêve » de « découvrir le monde » en voyageant ; en effet, celui-ci ne va pas de soi. Ne relève-t-il pas d'un imaginaire touristique ? Le voyage n'est-il pas devenu un nouveau fétiche dans la quête forcenée du « bonheur » individuel ? Une forme de dégagement en lieu et place d'un engagement ? Dans une société de masse, nos aspirations ne sont-elles pas formatées par l'ingénierie du rêve préconçu et du divertissement. Sortir du voyage consumériste pour retrouver une certaine authenticité n'était-ce pas une des nouvelles formes largement plébiscitées par la propagande du « slow », de l'« authentique », du « local » ? Si l'aspiration à consommer moins est respectable, elle est une doxa qui ne doit pas uniquement accaparer l'attention sur une alternative immédiate, pratique et individuelle au détriment des questions sur l'origine des désirs qui nous animent – tous les désirs sont-ils émancipateurs quand bien même seraient-ils « locaux » et « slow » ? De plus, l'irrésolution d'une question peut laisser coi, seulement, sortir d'un prêt-à-penser – ou prêt-à-panser – peut aussi permettre à l'individu de retrouver voix au chapitre.

Prochaines rencontres avec l'Office de
l'antitourisme :

- le **22 juin** à **19h** au local autogéré-bibliothèque
L'Élégante (8 Petite Rue de Goye, 63 600 Ambert).

- le **4 juillet** à **18h30** à la maison des associations
de Grenoble (cette rencontre questionnera le
temps libre et prendra principalement la forme
d'une discussion avec le public).

(1) <https://revuenunatak.noblogs.org/>

(2) <https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/isere/center-parcs-roybon-debat-lyonnais-impact-devastateur-du-tourisme-environnement-1663103.html>

(3) Lire Antoine Costa, *La nature comme marchandise*, Le monde à l'envers, 2018.

Pour contacter l'Office de l'antitourisme :

anti-tourisme@riseup.net

Ou par courrier à l'adresse postale des éditions Le monde à l'envers qui transmettra.

LE TOURISME OU LA MORT ?

DIVAGATION DANS LE QUEYRAS



Le Queyras est formé par les huit communes d'Abriès, Aiguilles, Château-Ville-Vieille, Arvieux, Ristolas, Molines-en-Queyras, Saint-Véran et Ceillac, qui accueille désormais des dizaines de milliers de visiteurs, l'économie étant majoritairement liée au tourisme. Saint-Véran, petit village de 250 habitants, jouit d'une certaine publicité de par son aspect « authentique », en plus d'être proclamé « plus haut village d'Europe »...

L'histoire déroulée ici fait écho à celle de tant d'autres espaces montagnaux administrés en vue d'entretenir l'industrie touristique. Les rapports sociaux ont été radicalement transformés lors des deux derniers siècles, les modes de vie bouleversés, et une nouvelle économie a pris forme peu à peu. Étudier cette évolution, à travers les cas de Saint-Véran et du Queyras en général, c'est aussi introduire une analyse critique du système touristique, de ses tensions et des nouvelles formes d'exploitation qu'il engendre. L'accent sera porté sur l'époque moderne, à partir du milieu du XIX^e siècle jusqu'à l'époque actuelle, pour entrevoir les mécanismes du passage d'une civilisation agrosylvopastorale à une société de consommation des loisirs. Il ne s'agit pas de blâmer quiconque, car il est difficile de ne pas être esclave de ce qui nous fait vivre. Encore moins de vanter un mode de vie aujourd'hui disparu, dont nous aurions bien du mal à saisir les joies et les peines.

Sept mois d'hiver, cinq mois d'enfer

Le Guil, rivière qui prend sa source au pied du mont Viso, a parachevé l'érosion glaciaire de la vallée du Queyras en creusant de profondes gorges, qui ont pour longtemps rendu l'accès à ces vallées long et périlleux. Historiquement lié au Briançonnais, au Val di Susa, à Pragelato et à Casteldelfino, le Queyras jouissait d'une autonomie relative depuis la signature de la charte des Escartons, en 1343, jusqu'à la Révolution française¹. Pendant cette

période, les habitants et habitantes, dont l'organisation sociale était épargnée par la féodalité, étaient déclarés « francs et bourgeois », c'est-à-dire ayant droit de propriété et de gestion des communaux². Les Queyrassins ont développé un mode de vie quasi autarcique où l'essentiel de l'activité agricole était concentré dans les quatre ou cinq mois les plus doux. Il fallait ainsi amasser assez de foin pour passer l'hiver et nourrir le bétail pendant les mois les plus froids. L'architecture de ces imposantes maisons était étudiée à cet effet. Le rez-de-chaussée, bâti en pierre et semi-enterré dans la pente, abritait la pièce de vie commune : l'écurie, où vaches, mulets et poules cohabitaient avec les êtres humains. La fuste, partie supérieure très ventilée construite en troncs de mélèze, permettait de faire sécher le foin et de le conserver pendant l'hiver³.

L'organisation sociale mêlait l'individualisme paysan aux nécessités de survie dans ce milieu montagnard très rude, et des *corvées* étaient régulièrement organisées. Ainsi, de nombreux aspects de la vie quotidienne étaient gérés collectivement, comme l'entretien des canaux, des forêts,

2 « *Le Dauphin ratifie toutes les libertés, franchises, privilèges, bons usages et coutumes du Briançonnais, soit qu'ils aient été concédés par lui ou ses prédécesseurs, soit qu'ils aient été admis ou usités ; qu'il abandonne toutes les redevances foncières que les Briançonnais lui doivent, qu'il les exonère de tous services féodaux, de toutes sortes d'impôts... ; qu'il leur reconnait ou concède des franchises personnelles et municipales assez importantes... et qu'il ne réserve, en quelque sorte, que les droits attachés à sa personne ou à sa dignité de Dauphin, moyennant une somme capitale de 12 000 florins d'or plus une rente annuelle et perpétuelle de 4 000 ducats.* » *La république des Escartons*, infokiosques.net

3 Collectif, *L'habitat du nord des Hautes-Alpes : patrimoine architectural et mobilier*, Association pour le patrimoine de Provence-Société d'étude des Hautes-Alpes, 1999.

1 L'abolition des privilèges entraîna la fin des usages communautaires en instaurant un État central

la prévention des incendies ou encore les moulins et les fours, qui servaient à cuire le pain de seigle. Il y avait peu de cultures, essentiellement des pommes de terre ou des céréales ; des formes de solidarités devaient exister pour permettre à toutes les familles d'avoir de quoi se nourrir. L'élevage paraît donc essentiel à la survie dans ces hautes terres, pour obtenir du lait et du fromage, et de la viande, conservée dans des saloirs. Le riz issu de la contrebande venait compléter cette maigre alimentation.

Zone frontière, le Queyras était régulièrement traversé par les armées, qui se servaient dans les réserves péniblement constituées par les paysans. Les guerres de Religion impactèrent aussi la vie quotidienne. Les nombreux cols étaient empruntés par les contrebandiers ou les saisonniers, souvent italiens, qui venaient aider au foin ou à la garde des brebis moyennant gîte et couvert. De nombreux colporteurs portaient des villages pour aller vendre en ville le petit artisanat confectionné pendant les longues soirées d'hiver. Des Queyrassins ont émigré dans des villes comme Marseille ou Lyon, en Espagne, parfois même en Amérique latine. On a bien souvent l'image d'un pays replié sur lui-même, mais le Queyras a été traversé de toute part et de tout temps. Au début du XIX^e siècle, des visiteurs arrivent d'Europe du Nord. Héritiers de grandes fortunes, ils font leur *Grand Tour* en visitant différentes places. C'est là l'origine du mot « tourisme », et du phénomène⁴.

La conquête des cimes

Dès le milieu du XIX^e siècle, des aristocrates entreprennent de gravir les sommets. Anglais pour la plupart, ces premiers alpinistes sont accompagnés de chasseurs, de contrebandiers ou de bergers qui les guident dans leurs ascensions périlleuses. C'est l'époque des « grandes premières ». Les pics sont escaladés afin d'y apposer son nom ou son drapeau. Se forment alors les premiers clubs alpins, d'abord en Angleterre, puis en France et en Italie. Progressivement, cette pratique se démocratise, et tous les sommets sont conquis par ces colonisateurs d'un genre nouveau. Ils ne trouvent plus dans les Alpes de quoi assouvir leurs ambitions et choisissent l'Himalaya comme nouveau terrain de jeu. Mais leur passage laissera des écrits et des traces qui popularisent, dans les classes sociales supérieures, les régions de montagnes reculées et relativement ignorées.

Dans les décennies qui suivent, l'alpinisme se diversifie, et de nombreuses personnes sont attirées par les hauteurs, documentées par leurs prédécesseurs, dont les gravures et descriptions forment un nouvel attrait pour la montagne. Ainsi, c'est tout un imaginaire qui se transforme. Ces territoires considérés comme dangereux, rudes, peuplés de rustres paysans et jusqu'alors dénués d'intérêts se voient explorés, documentés, admirés par des personnes issues des classes aisées. Des émigrants ayant fait fortune reviennent au pays, construisent des maisons de style colonial, ainsi que les premiers Grands Hôtels, à Aiguilles et Abriès. Un syndicat d'initiative est créé en 1906, avec pour objectif d'organiser la venue des touristes. Au début du XX^e siècle, les habitants du

⁴ *Voyageurs suisses et anglais dans le Queyras (1820-1830)*, Textes de F. Neff, W.S. Gilly, W. Beattie, A. Bost réunis et commentés par Jean-Gérard Lapacherie, éd. Transhumances, 2013.

Queyras voient pour la première fois des skis, utilisés par des militaires à l'entraînement. Les Queyrassins l'adoptent comme moyen de déplacement, et la neige, autrefois vécue comme une chape empêchant le travail paysan, commence à revêtir un tout autre intérêt.

Des historiens et ethnologues documentent les savoir-faire et les modes de vie : des meubles, des outils et des vêtements sont ainsi acheminés au Musée dauphinois, dans le but de « *relier les habitants d'un pays à ceux qui l'habitent encore*⁵ ». Cette collecte amorce la muséification des modes de vie paysans.

La révolution industrielle entraîne aussi une nouvelle structuration du territoire et de son économie : la mine de cuivre de Saint-Véran, dont l'exploitation date du Néolithique, rouvre ses galeries, et des bâtiments sont construits pour les ouvriers. L'industrie textile prend de l'ampleur, notamment dans le Guillestrois, région voisine du Queyras. Une partie de la population voit ses revenus augmenter par la vente de sa force de travail, tout en poursuivant une activité paysanne. Cette période faste prendra fin avec la Première Guerre mondiale, qui amputera la région d'une partie de ses habitants.

⁵ *Parc régional du Queyras*, guide Gallimard, p.60. Une salle entière du musée est consacrée aux gens de l'Alpe ; son créateur, Hipolyte Müller, ayant collectionné une quantité impressionnante d'objets du Queyras. Il a aussi œuvré pour que le village soit reproduit lors de l'exposition universelle de Grenoble, en 1925.

Vive les vacances !

Le tourisme poursuit son développement dans la période de l'entre-deux-guerres. Les « loisirs » prennent leur essor, notamment avec l'apparition des congés payés. Cette mesure sociale entraîne des millions de prolétaires vers le littoral ou la montagne, véritable soupape de sécurité qui permet aux ouvriers de se divertir quelques jours avant de retourner courber l'échine pour enrichir leurs patrons. Le capitalisme a besoin d'un « dehors »

afin de maintenir l'exploitation dans les grands centres de production. C'est le début du tourisme de masse, et des infrastructures sont construites à cet effet. Une nouvelle industrie prend forme peu à peu, dont les applications dépendent des régions, de leur histoire et de leur disponibilité. Aussi, les vacances induisent une certaine temporalité. L'hiver et l'été sont les deux saisons choisies pour profiter du grand air, et les activités sont définies en conséquence : le ski,

la baignade ou la randonnée, selon la couleur blanche ou verte du paysage. Ce ne sont pas seulement les vacanciers qui se voient imposer ce rythme lié aux saisons : c'est le début de la pluriactivité pour les habitants des régions traversées, lesquels vont répartir leur force de travail selon la fréquentation touristique.

L'aménagement touristique du Queyras, après les balbutiements du début du xx^e siècle, revêt quelques particularités.



Les créations d'infrastructures nécessitent parfois l'accord des habitants, qui bien souvent prêtent gracieusement les alpages. Il est probable que l'usage communal des terres ait limité les possibilités d'investissement pour des personnes extérieures à la région⁶. C'est dans ce contexte que les premières stations de ski apparaissent à Abriès et à Saint-Véran, dans les années trente, impulsées par des investisseurs souhaitant développer le tourisme de luxe dans la région. Des hôtels et des chalets réservés à une riche clientèle sont construits, la « jet-set parisienne » s'y retrouve, la réputation de ces villages est consacrée. Un mélange de Suisse et de Côte d'Azur, les infrastructures de masse en moins, de paisibles séjours dans des endroits tout à fait charmants au cœur des Alpes « vraies ».

Ce développement est stoppé net par la Seconde Guerre mondiale. Frontalier avec l'Italie, le Queyras subit de plein fouet ce conflit. Des hameaux entiers sont détruits ou occupés. Après-guerre, la reconstruction commence. L'exode rural est important, réduisant à peu de chagrin la population de ces villages déjà dévastés. En 1950, l'État décrète la zone « témoin agricole ». Une nouvelle artillerie se met en place, recyclant l'industrie de la guerre. Aux mots d'ordre « il faut sauver l'agriculture de montagne », c'est un bataillon de 200 motofaucheuses qui débarquent dans les champs. Bien accueillis par la population, réalisant le travail de sept ou huit personnes, ces instruments ne peuvent vaincre la montagne. En juin 1957, une pluie fine s'abat pendant plusieurs jours et gorge la terre d'eau. Un vent chaud en altitude accélère la fonte des neiges. Ce sont

de véritables coulées de boue qui dévalent les versants, les torrents grossissent à vue d'œil. Tout le monde pense que « ça va s'arrêter demain ». Ça ne s'arrêtera pas. Des villages entiers, comme Ceillac ou Ristolas, sont submergés, des habitations détruites, des ponts arrachés, des routes complètement inutilisables ; l'agriculture ne s'en remettra pas. Cette fois-ci, ça y est, le Queyras est connu de tous, on en parle à la radio et à la télévision, et la « solidarité nationale » se met en place. La région reçoit une certaine somme et des bras ; de nouveaux tunnels sont créés pour sécuriser les routes ; les villages sont reconstruits. Les moulins quant à eux, qui produisaient la précieuse farine pour faire le pain, ont pour la plupart disparu. Cet épisode dramatique finira d'achever ce qui fondait les communautés villageoises : la survie. Les transformations sociales en seront d'autant plus rapides, et la bascule s'opère inexorablement de l'agriculture au tourisme.

Zonage des territoires

Comme de nombreuses zones rurales, le Queyras arrête sa déshérence dans les années soixante, et la désertification se stabilise. La plupart des habitants, en tout cas ceux qui restent, se tournent progressivement, et résolument, vers l'accueil des touristes. Les crues de 1957 ont accéléré ce processus, mais elles ne sont pas les seuls facteurs de cette transformation économique. Ainsi, des écuries se transforment en bar, avec parfois les vaches en arrière-plan ; ici ou là, on commence à donner des cours de ski, on poursuivant son activité paysanne pendant les périodes douces ; ailleurs, on transforme sa grange en boutique, on fait visiter, et dans les

⁶ Nadine Vivier, *Le Briançonnais rural aux XVIII^e et XIX^e siècles*, éd. L'Harmattan, 1992, p.260.

moindres rencontres se profilent des possibilités marchandes. Les pratiques ancestrales perdurent mais relèvent du folklore, une réminiscence d'un monde révolu qui remplit son rôle d'attraction auprès des touristes. Tout cela cohabite néanmoins avec des pratiques agricoles : les pâturages sont exploités par des troupeaux du coin ou en transhumance (au passage, ça entretient les pistes de ski), quelques cultures persistent dans les champs. Globalement, les familles de paysans, possédant terres et immobilier, ont de multiples possibilités de reconversion dans les affaires touristiques. Il y a aussi une certaine disponibilité au commerce de l'artisanat, une tradition tout à fait exploitable. En tout cas, l'attrait de la modernité est implacable, et c'est avec un certain volontarisme que les habitants troquent un mode de vie lié aux dispositions de la nature contre une situation économique plus confortable.

Ainsi un tourisme « doux » s'installe. Ici, pas de stations de ski de « troisième génération », symbolisant la colonisation tou-

ristique. Toutes sont à taille « humaine », l'habitat est plus ou moins conservé, et la gestion des affaires est communale. C'est aussi le début d'un repeuplement des campagnes, le fameux *retour à la terre* des années soixante-dix, mais, comparées à d'autres régions, les installations de « néos » sont peu nombreuses dans le Queyras. De manière générale, toutes ces initiatives suivent la structuration capitaliste de la société et peinent à infléchir la courbe démographique. Le dépeuplement semble être la condition de la possibilité du développement du tourisme. Une zone proprement touristique se doit d'être inhabitée, ou habitée dans le but d'alimenter cette économie spécifique.

Les organismes d'État accompagnent cette mise en valeur et développent le concept de « station-village ». En 1966, un syndicat intercommunal est créé afin de définir une cohérence aux nouvelles orientations du territoire, puis le parc régional du Queyras fait son apparition, en 1977. Cette institution, dont les fon-



Maison queyrassine

dements sont issus du nouveau concept de développement durable, est censée combiner l'aménagement touristique et le régime agropastoral. En réalité, les bergers sont bien assujettis et intégrés à l'appareil touristique. En plus d'être un dispositif de gestion, le parc régional est un label, une « marque » pour le territoire et garantit une certaine publicité. La sincérité de quelques élus ou travailleurs est vite écrasée par la bureaucratie, le rythme des saisons et les coupes budgétaires.

Les maisons saint-vérannaises ont peu à peu perdu leur usage paysan et ont été réaménagées pour en faire des logements meublés loués à la semaine. Les fustes, qui permettaient de stocker le foin, accueillent dorénavant des appartements. La plupart des habitants ont monté des « affaires » : des restaurants, des locations de skis, des magasins de sport, des hôtels, des gîtes... Si les villages gardent cet aspect rustique, c'est pour mieux se vendre. On conserve *l'apparence*. Régulièrement, des projets de construction d'hôtels, d'agrandissement des stations ou d'enneigement artificiel provoquent quelques polémiques.

La montagne se quadrille ; la terre, l'eau et les airs sont parcourus par des touristes, des sportifs, des locaux qui s'adonnent aux nouveaux loisirs que leur offre la société moderne. La montagne, les éléments qui la composent et les êtres qui l'habitent sont « mis en marchandise » ; ce sont les formes du monde (un canyon, une pente rocheuse, une rivière, la neige) qui sont mises à profit par la logique touristique, laquelle fait espérer quelque plus-value. Tout devient alors imaginable, jusqu'à déployer des moyens hors mesure afin de recréer un élément disparu, et donc inexploitable désormais, comme l'enneigement artificiel des pistes de ski.

« Queyras À la hauteur de l'essentiel »

Tout un programme ce slogan des offices du tourisme. On y retrouve les deux notions qui forgent la réputation de cette région. Une certaine altitude, ainsi qu'une promesse de retour aux choses simples.

Si le tourisme a « sauvé » ces territoires paysans d'un dépeuplement certain, il aura achevé l'agonie de ce qui en constituait les particularités. Souvent l'on oppose le tourisme « doux », comme celui du Queyras, au tourisme de masse ou industriel des stations balnéaires ou des grandes stations de ski. Cette différenciation est liée, d'une part, à l'évolution historique des régions et de leur attrait, d'autre part, au zonage économique exercé par l'administration. Un décret peut « protéger » un territoire et en sacrifier un autre. En réalité, si les exploitations liées au tourisme diffèrent, c'est parce qu'elles s'entretiennent l'une l'autre. D'un côté, les infrastructures se développent pour vendre toujours plus l'accès aux loisirs et à la montagne aux différentes classes sociales. De l'autre, il est nécessaire de conserver certains aspects et de béatifier la « nature » pour faire rêver. La « *puissance d'enchantement de l'industrie touristique repose sur sa capacité à faire oublier son caractère précisément industriel*⁷ ». Si le tourisme fait système, c'est qu'il a permis de coloniser les zones de montagnes avec l'économie de marché. Soit en s'imposant, soit de la propre volonté des habitants.

Si l'heure n'est plus à la création de grands ensembles comme dans les années soixante-dix, le tourisme se ramifie, notamment avec les apports techno-

⁷ Rodolphe Christin, *L'usure du monde, critique de la déraison touristique*, éd. L'échappée, 2014.

logiques : balades connectées et vélo avec assistance électrique rendent possibles des formes nouvelles d'exploitation. Des applications sur téléphone permettent même de reconnaître les plantes. Les métiers de « pleine nature » liés au tourisme sont perméables à la technologie numérique. De même, de nouveaux services offrent des séjours « à la demande ». Avec la location par internet, les offices de tourisme perdent la main sur les locations de meublés, qui se développent de manière « sauvage », en attendant que l'administration régularise ces nouvelles ramifications. Les sports de pleine nature induisent aussi un culte de la performance. De nombreuses personnes vont en montagne avec un objectif : graver tel sommet, réaliser tel tour, descendre telle rivière, etc. Ces séjours courts, parfois le temps d'un week-end, enrichissent les palmarès et les discussions au travail.

Ces différents aspects interrogent sur le rapport aux espaces traversés et l'attention portée aux populations, humaines ou non, qui les habitent. La temporalité réduite des séjours ne permet pas réellement de se questionner sur les milieux visités, ni d'établir des liens et des rencontres qui permettraient aux touristes et aux hôtes de sortir de leur condition. Avec la « crise écologique », de plus en plus de personnes sont en recherche de « nature » et de « sauvage ». La fréquentation des zones préservées va logiquement aller en augmentant. Cet « appel du dehors », réaction saine aux modes de vie nés de la logique du capital, nécessite d'être entendu et tend vers des expériences nécessaires à la survie psychique de la plupart d'entre nous : « *La wilderness* [la nature sauvage, NdA] nous fournit l'illusion d'une échappatoire aux tracas et aux

*difficultés du monde dans lequel notre passé nous a consignés*⁸. » Mais ce n'est certainement pas par une « consommation de nature » que nous pourrions aller mieux. Les altérités auxquelles nous avons besoin de nous frotter ne se présentent pas sur commande, on ne peut les sentir proches qu'en passant des temps longs en montagne, non quadrillés par une activité de divertissement. Comment les montagnes peuvent-elles devenir autre chose que des zones d'échappatoires pour salariés qui n'en peuvent plus de leur quotidien ?

Le stress de la fréquentation

Aujourd'hui, le tourisme structure complètement le Queyras. Les vacances à la montagne sont chères et ne sont pas accessibles à tous. Le sens de l'hospitalité est devenu un accueil commercial. Les revenus des habitants sont étroitement liés à la fréquentation touristique, et leur moral est en fonction des courbes des offices du tourisme et du remplissage des plannings de location. Aussi, les mairies sont aux mains de ceux qui disposent du foncier et de l'immobilier, soit par héritage, soit par acquisition. Rien d'étonnant alors à ce que les plans locaux d'urbanisme et les projets adoptés par les municipalités aillent dans le sens des affaires, bien souvent au détriment de celles et ceux qui habitent ces villages à l'année. Les conflits sont d'ailleurs fréquents entre gestionnaires et administrés.

Néanmoins, des associations s'attachent à faire vivre ces lieux, à redonner du sens à des pratiques collectives. Des personnes font perdurer des savoir-faire autour de la paysannerie ou de l'artisanat et encou-

⁸ William Cronon, *Nature et Récits, essais d'histoire environnementale*, éd. Dehors, 2016, p.150.

ragent les plus jeunes à s'installer ou à rester dans le Queyras. Mais la réalité est implacable, les maisons deviennent *secondaires*, les enfants préfèrent partir, celles et ceux qui restent reprennent les affaires familiales. Le rythme touristique est tel que l'essentiel de l'activité prend place en hiver et en été, l'intersaison est une saison morte. La vie quitte peu à peu ces villages. Les possibilités d'installation sont conditionnées aux revenus et les maisons à la vente avoisinent le million d'euros à Saint-Véran, village le plus cher du Queyras.

Les saisonniers, qui bien souvent ne sont pas du coin, louent des appartements à la saison ou à l'année, mais ne peuvent pas réellement s'installer sur le long terme s'ils le désirent.

Si le tourisme a répondu à la menace de désertification du début du *xx^e* siècle, il en résulte la même angoisse aujourd'hui. Est-ce que ces villages sont destinés à devenir des boutiques-musées, des lieux de résidence pour personnes aisées, des terrains de jeu traversés par des vélos électriques, des téléphériques et des voies d'escalades ? Est-ce que leurs habitants sont voués à vivre soumis aux rythmes touristiques ? Quel avenir pour le Queyras et ses habitants si la fréquentation baisse, si les affaires ne tournent plus ?

Il y a un réel attachement à cette région, à son histoire et à ses paysages, autant de la part des habitants que des touristes. S'il semble inimaginable de réintroduire réellement des pratiques paysannes dans

des milieux aussi rudes, il est opportun de rendre possible une culture commune entre hôtes et visiteurs, qui leur permette de sortir de leur condition et de se défaire des règles de la rentabilité. Aussi, sans prôner le retour à des modes de vie que peu d'entre nous ont connus, il est tentant de diversifier nos activités, de les autonomiser du système touristique et des rapports marchands. Les expériences passées nous montrent combien cela est difficile, tant tout est administré, quadrillé, géré et inté-

gré. Il est compliqué de développer des alternatives sans remettre en question et bouleverser l'exploitation liée au capitalisme, tant nos possibilités sont liées aux rapports sociaux entretenus dans la société marchande.

Néanmoins, il est possible d'imaginer des lieux d'accueil pour personnes en souffrance, tant les rebuts des logiques économiques sont nombreux et le besoin de *changer d'air*, omniprésent.

Accueillir réellement, non plus dans une optique de rentabilité, mais en développant nos pratiques d'entraide et de solidarité. Dans ce sens, le Queyras peut aussi s'ouvrir au-delà des frontières, s'offrir comme un lieu de refuge pour les populations fuyant les guerres et la misère. Explorer, non pas des traditions, mais avec des histoires particulières, des histoires de résistance, d'ouverture et d'autonomie.

Cyrille





*Precarity in Paradise: the Barcelona model*¹

Fusing gentrification, technology, tourism and anti-terrorism, the Barcelona model of urban redevelopment has sparked an upsurge of popular resistance.

Peter Gelderloos

The city of Barcelona evokes a contrasting range of images. Many know it as a hip city on the sea, famed for its paella and flamenco, and its rich street life. But anyone who follows the news will also recall the massive assemblies in occupied plazas, protests against mortgage foreclosures, and more than a couple incidents of heavy rioting, including a week of uninterrupted street fighting last May that forced City Hall to cancel the eviction of the 17-year-old squatted social center, Can Vies, a *fait accompli* since the building had already been retaken and the demolition equipment torched by rioters.

There is in fact an intimate relationship between these two distinct facets of the city. Continued economic growth in Barcelona despite the crisis that is hammering Spain, with unemployment reaching up to 26%, relies on a dynamic process of gentrification that is violently remaking the city. Far from a typical case of urban renewal, the renovation of Bar-

1 Le texte complet, publié le 28 juin 2015, se trouve dans *Roar Magazine*, <https://roarmag.org/essays/precarity-in-paradise-the-barcelona-model/>. Une traduction approximative en français a été réalisée par Bus Stop Presse, Marseille, en 2018 (disponible au CIRA et sur le site Bibliothèque anarchiste, <https://fr.theanarchistlibrary.org/library/peter-gelderloos-precarite-au-paradis>).

celona enjoys international investment and heavy central planning that blurs the traditional distinctions between industry and tourism, work and leisure, good jobs and precarious ones, strategically playing to the city's strengths and turning crisis into bonanza.

The San Francisco Model

"Marca Barcelona," the Barcelona Brand, as the city government often calls it, is innovative, but it is not *sui generis*. The original urban laboratory in which the model being deployed in Barcelona first took on a recognizable form is San Francisco. Ironically, it was probably San Francisco's status as a rough and gritty haven for street culture that made it interesting for the yuppies of Silicon Valley. Over the course of decades, counterculture was turned into cultural capital, and the city became a playground for the employees of Google, Facebook, Twitter, and other IT firms.

This playground, however, is not the typical service sector zone designed to capture the salaries distributed by an adjacent large employer, like the towns of bars and strip clubs that invariably border army bases. Perhaps the most significant element of this new economy is that the playground is first and foremost a productive model. As intelligent and ruthless as the tech sector is, does anyone really think they would ever let their employees stop working? Far from it: the days of punching the clock and going home are over.

Just as cellphones nefariously increase worker productivity by forcing all of us to be perpetually on call, IT employees are increasingly being centralized in culturally stimulating neighborhoods where they can socialize with other yuppies, display their gadgets, and brainstorm ever newer applications for the latest technologies. They are not always on the clock, but they are intended to take their work home with them. The playgrounds where they frolic, therefore, need to have the infrastructural backing to interface with the new apps that make up a large part of economic production today, and they also need the social and cultural allure that make such apps exciting, both for their designers and their consumers. These can include apps for dating, finding hip restaurants and clubs, and linking people with shared hobbies. A city that doesn't cater to a wide range of hobbies, that doesn't have good infrastructure, and that doesn't boast first rate cuisine and night life won't be able to attract the

brightest young minds necessary for growth in the tech sector, nor will it inspire them to keep producing all around the clock. Just as work and leisure are fused, cultural production, material production, and intellectual production become indistinguishable.

[...]

Barcelona's Precarity Advantage

For a couple years already, Spanish newspapers have been talking about a “technology axis” linking San Francisco, Barcelona, and Israel. This triumvirate has not yet gained international recognition. Longstanding powerhouses like London and Berlin may be seen as the frontrunners for the third jewel in the worldwide IT crown. Meanwhile, the two recognized giants don't appear to acknowledge any additional rivals. According to Jonathan Medved, CEO of Israeli venture capital firm, Our Crowd, Silicon Valley and Israel constitute “a duopoly and everyone else is eating our dust.”

Naturally, this grim prognosis won't keep cities around the world from competing for international IT investment. Barcelona's position is by no means secure, but the city elite have made a convincing bid, developing a strategy that plays to their strengths rather than blindly trying to copy the San Francisco model. The model they have deployed could very well prove influential for other cities whose fortunes are far from guaranteed, but which are waging serious campaigns for international capital.

For decades, Barcelona was a city where one could expect to see that played-out showdown between industry and tourism. On the one hand, the Catalan capital has long been Spain's undisputed manufacturing center. On the other, located on the Mediterranean, boasting a lively street culture, and famed for its cuisine, Barcelona has exercised an increasingly potent draw on the tourism market, both within Europe and internationally.

Which sector would win out? After all, industry does not fulfill the aesthetic expectations demanded of a tourist paradise, and it also tends to create stable, long-term jobs and employee expectations that are not all compatible with the hyper-precarious labor needs of tourism.

The solution has instead been to fuse tourism and industry, following the pattern laid down in the San Francisco model that make work and leisure, cultural, material, and intellectual productivity indistinguishable.

[...]

Barcelona is also shifting its conception of tourism. Tourist destinations have typically opted for a parasitic strategy, trying to woo monied working families and college students from places where the supposedly real economic production takes place. Such economies are entirely tertiary, dependent on the fortunes of economic cycles they play no part in. But instead of waiting for vacationers from Germany or the US and resigning themselves to the cyclical drought of the off season, the Barcelona elite are increasingly trying to attract tourists of a different kind: trade fairs and the delegates they bring, voluntary expatriates, yuppies and their startups, and tech geeks on work-vacation.

Barcelona has no Google, no Apple, no Facebook, and it is unlikely to ever create one. How can it hope to establish itself as an IT giant? By playing to its cultural capital and its precarity advantage. The city has what it takes to attract intellectual capital. Beaches, good food, attractive weather, an exciting night life, a wide range of outdoor hobbies, and a more engaging, exotic counterculture even than Berlin, Barcelona can bring the yuppies. But tech workers alone are not enough to create an IT powerhouse, which is why the city elite are busily building themselves a special niche, and this is where the Barcelona model differs from its California predecessor. With increasing success, Barcelona is branding itself as an ideal location for work/play, complementing rather than replacing the existing giants.

The first element are the trade fairs. Important gatherings, the trade fairs encourage networking among the global delegates of a given industry, allowing them to show off their products and make new contacts. But they are also meant to have an element of fun. No one wants to go to a trade fair in Des Moines. Barcelona is not only a city with pizzazz, it is also a site of innovation in IT and other industries. Barcelona is the number one city worldwide in the number of conference delegates it hosts (in fact 40% of visitors who overnight in the city come to town for an international event), and the third ranked city worldwide in the number of international conferences. Its most important fair is the Mobile World Congress, which is the largest cellphone and app trade fair in the world. The Congress is a source of resentment, and in past years it has been targeted by protests or even partially interrupted by riots. Though many people rely on the economic activity associated with the MWC, the jobs generated are temporary and stressful, and the thousands of dele-

gates who attend occupy the city with a grand sense of entitlement. Like any macro-event, the Congress also entails a heavy police presence and extreme security measures, imposed on adjacent neighborhoods and on its own workforce. This year the police blacklisted at least a dozen people who had already been hired to work the fair. Mostly anarchists, many of those on the blacklist did not have any criminal records, and none of them had been arrested for anything that would present a legitimate security concern for temp workers. Nonetheless, the Catalan police are in charge of security at the Fira, the large complex that hosts the major trade fairs in Barcelona, and they reserve the right to impose whatever conditions they wish.

To host a trade fair, a city needs a great deal of disposable, precarious labor. The Mobile World Congress employs over twelve thousand people every year, most of them for just over a week, often working them 14 hours a day. The only people who would work in such conditions are those who live month to month and, lacking stable employment, have to take whatever job they can get. With youth employment around 50%, Barcelona has that kind of labor pool. Additionally, trade fairs require a city with a lot of hotels and a developed service sector, with plenty of restaurants and entertainment options. In Barcelona, the restaurants are one of the major employers for young people, and the hotel guild is the local economic kingpin. Barcelona also has a high concentration of mostly immigrant sex workers, and it isn't often mentioned that many trade fair delegates come with the intention of exploiting that labor pool as well.

A second element are work-vacations. Telecommuting is especially common in the tech sector, and increasingly, telecommuting doesn't mean working from home, but from anywhere there's a good wifi connection. Incidentally, l'Ajuntament, Barcelona's City Hall, was one of the first municipalities to install citywide wireless, and the free access network will soon be extended to public transportation. Many people now come to Barcelona for a month or two to divide their time between working from a café—or better yet, the café's streetside terrace—and going to clubs or hanging out at the beach. This growth sector is fueling the proliferation of short-term apartment rentals that are filling up the many vacant flats left over from Barcelona's real estate bubble. In fact, the hotel guild has felt so threatened by this new form of mid-term residency that

they are demanding l'Ajuntament crack down on all the illegal (read: unregulated) "tourist apartments." Several new companies are filling in the void, specializing in such rentals.

[...]

Parallel to both the trade fairs and the work-vacations are the cultural festivals, which can play a role in encouraging industrial expansion and also attract productive vacationers. Barcelona has over 223 international events confirmed through 2021, and it recently won out over Berlin, Paris, and Rome to be the new seat of the Hard Rock Festival. It also boasts dozens of sporting events, music, art, and theater festivals, craft fairs, homebrewing, culinary, and wine conventions, as well as a network of 43 public markets that receive more than 60 million visitors a year (in fact the 9th International Public Markets Conference, with representative from 120 cities, was hosted this March in Barcelona).

A third and important element of the new, productive tourism are the startups. Wired UK declared the city one of "Europe's hottest startup capitals". With eight prestigious universities (including two of Spain's three best) and a highly rated business school, Barcelona hopes to cultivate local talent, and with its tourist attractions, to entice tech workers from around the world to become "voluntary expatriates," moving to the city for a few years in order to realize a creative, business-oriented project. With its low prices and governmental support, it has also been winning IT entrepreneurs away from saturated markets like Silicon Valley. Cost of living is much lower, with rents often a fifth of what one finds in San Francisco, New York, or London, so the initial costs for a startup are correspondingly lower. And if the business expands, there is a large pool of qualified personnel looking for jobs, and the new hands come cheap. According to one blog for expat entrepreneurs, "technical expertise [in Spain] can cost a quarter of what it would in Silicon Valley".

L'Ajuntament is still marketing Barcelona as a "Smart City," a city where the new information technologies are not only developed, but immediately put into practice, boasting the responsiveness, the flexibility, and the willingness to mold the urban terrain and the lives of its inhabitants to interface more compliantly with all the new communications, consumer, transport, networking, and surveillance apps. Both a marketing scheme and a technology growth sector, the Smart City showcases a number of methods for mollifying the plebs, using communications

technologies and the novelty they still command to create the illusion of citizen participation (similar to how comments sections were once supposed to revolutionize the news media). One example, mobileID, is a smartphone app that lets citizens securely access government websites, consult the census, copy tax documents, locate polling places on election day, and find where their car has been towed to, as the official Smart City website proudly explains.

[...]

A New Logic of Gentrification

Giants like Apple, Google, and Samsung will continue to shape the IT universe and the global economy for the foreseeable future. Rather than trying to compete with them, l'Ajuntament has cultivated a niche that complements them, a breeding ground for the startups that develop many of the apps and innovations that fill in the technological frontiers opened up by the likes of Google; and a meeting ground for the financiers and developers desperate for a break from the comparatively dreary climes of San Francisco, New York, and London.

Unlike those other cities, Barcelona can boast a cheap yet increasingly qualified intellectual workforce, and an even cheaper service sector willing to cater to all the gastronomic, cultural, and entertainment whims of the yuppies and trade delegates. A historical problem for capitalism has been that crucial industrial sectors have often had to be rewarded with privileges and stability that eventually constitute obstructions to their exponentially expanding exploitation. In the IT sector, however, we can observe a highly precarious form of labor (temporary contracts, few or no labor rights) that is also highly remunerated, and Barcelona is exploiting this phenomenon to the max. Taking advantage of its low cost of living on the one hand, and the saturation of more prominent centers of IT employment on the other, it can offer a locale where potentially surplus IT workers can be enticed to engage in their high value production for wages that are relatively low in their field.

And they have wed this highly paid precarious labor to the lowly paid precarious labor of the service sector. Another bonus of the Barcelona model is that it won't cause real estate prices and cost of living to rise as sharply, as has been the case with the economic expansion in San Francisco, London, and other cities. Traditional gentrification, as measured by

rising rents, would make Barcelona culturally moribund, and force either rising wages or labor shortages in the service sector, as the restaurant, hotel, and shop workers could no longer afford to live nearby. The resulting crunch would constitute a threat to the whole cycle of accumulation, with the excess generation of wealth threatening to devalue the very wealth created.

The concept of gentrification was originally developed to describe a process of displacement in which market and government mechanisms allowed a higher economic class to appropriate the neighborhood of a lower economic class, the original example being working-class London districts like Islington. In my mind, the fundamental element is one of collective loss and powerlessness. However, in the study of gentrification, rising rents—the most easily quantifiable mechanism that can impel the process—often becomes a stand-in for gentrification itself, overshadowing the strategic dimensions of state planning, and ignoring questions of neighborhood collective identity and self-organization. If the neighborhood is lost without rents rising, is it still gentrification?

That question is particularly pertinent in Barcelona, where the crisis and the popping of the real estate bubble have actually led to rents falling some years (although not necessarily relative to wages). Formerly proletarian Poble Nou has been filled with cafés for tourists on their way to the beach, and an entire chunk of the neighborhood was taken over for 22@; immigrant and working class Raval and Casc Antic are being ravaged by hipsters, brought in by cultural events, new museums, aggressive construction projects, trendy bars, and vegan restaurants; Barceloneta, once a fishing village, has been turned into an appendage of the beach, with homes being converted into short-term rentals and neighbors forced to endure the endless hordes of vacationers; Poble Sec has been declared a shopping zone for the tourists debarking from the cruise ships in the nearby port, and in the other neighborhoods empty apartments are being bought up by or rented out to vacationers from northern Europe and North America. Parks and plazas that neighbors won after hard-fought battles, resisting the out-of-control construction boom of the '80s and '90s, have been taken over by bars and restaurants, greedily extending their private terraces into public space (and paying l'Ajuntament, of course, for permits).

[...]

Despite the half-measures, many residents feel that their city has been taken over by tourism, a sentiment that fueled the outrage made manifest in the Can Vies riots last May. Though according to the media, only one squatted social center was at stake, the thousands of people who took to the streets, fought with police, and set fire to construction equipment, spoke loudly and frequently about diametrically opposed models of the city: the model designed to generate profit and ensure social control, imposed by distant investors and l'Ajuntament; and the model proposed and put into practice through direct action by the neighbors themselves, based on housing for all, autonomous social centers, self-organized parks and gardens, free, high-quality healthcare, education, and transport, non-commodified culture, and neighborhood assemblies.

The rioters had so much support, they forced l'Ajuntament to back down, cancelling the eviction of Can Vies. But since it was never about one social center, the real battle has only been postponed.

[...]



ATAB : *All Tourists Are Bastards!* Slogan réducteur ou réalité indépasseable indépendamment des tentatives de tourisme vert, différent, responsable, décroissant, de proximité, voire militant ?

Un recueil de textes pour lancer la réflexion en vue de la discussion au CIRA le 29 octobre 2019.

Groupe de lectures du CIRA

- La coordination Center Parcs : Ni ici, Ni ailleurs, « Le tourisme, face cachée du dérèglement climatique » (*De tout bois* n° 11, été 2019).**
- « Le tourisme est le résultat d'une ingénierie sociale. Interview de l'Office de l'antitourisme » (*De tout bois* n° 11, été 2019).**
- Cyrille, « Le tourisme ou la mort ? Divagation dans le Queyras » (*Nunatak*, n° 2, automne/hiver 2017-18).**
- Peter Gelderloos, « Precarity in Paradise : the Barcelona model » (*Roar Magazine*, 2015)**

CIRA
Centre international de recherches sur l'anarchisme
Avenue de Beaumont 24 | 1012 Lausanne
arrêt M2 CHUV | www.cira.ch

