

L'invention de distinction, moteur du tourisme ? Hier et aujourd'hui

Marc Boyer

Volume 14, Number 2, Summer 1995

Le tourisme : toute une histoire!

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1075103ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1075103ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Boyer, M. (1995). L'invention de distinction, moteur du tourisme ? Hier et aujourd'hui. *Téoros*, 14(2), 45–47. <https://doi.org/10.7202/1075103ar>

L'invention de distinction, moteur du tourisme? Hier et aujourd'hui

Marc Boyer*

Vers 1950-1960, quand commençai mes recherches, la réflexion épistémologique sur le loisir et le tourisme était à ses débuts. Les Français ne connurent Th. Veblen qu'après sa traduction⁽¹⁾; J. Dumazedier apportait en France les concepts neufs de *mass culture* et de *mass leisure*⁽²⁾. C'est bien plus tard que P. Bourdieu produisit *La distinction*.

Dans ces années là, je butais sur une apparente contradiction: le tourisme contemporain semblait bien l'héritier d'un comportement très élitiste, celui des Anglais «tourists», rentiers, du XIX^e et, d'autre part, il était intégré au loisir de masse; il pouvait être défini comme un «loisir impliquant migration», *outdoor recreation*. Cela conduisait à s'interroger sur les origines, le mécanisme de l'invention. Le tourisme n'est pas de tous les temps; il a une époque de naissance et un lieu d'apparition: ce XVIII^e où des jeunes Anglais riches prennent l'habitude d'effectuer *The Tour* sur le continent. Or, l'Angleterre est alors le pays de toutes les révolutions, agricole, marchande, industrielle. C'est donc bien dans ce pays pionnier qui sort l'humanité des sociétés prémachinistes que le tourisme est né. Mais c'est seulement dans la deuxième moitié du XX^e, après 1950-1960, que le tourisme devint un phénomène de masse. Avant cette date, le taux de départ en vacances était, partout, inférieur à 10 % de la population. Après, c'est-à-dire aujourd'hui, il atteint ou dépasse légèrement 60 % dans une dizaine de pays privilégiés d'Europe et d'Amérique du Nord. Ce saut en avant s'est effectué en un tiers de siècle. L'invasion de la radio puis de la télévision elle aussi se produisit en une période comparable mais pour atteindre presque 100 %. Pourquoi le tourisme n'est-il pas devenu, lui aussi, loisir de masse, comme l'annonçaient imprudemment certains politiques vers 1960-1970? C'est peut-être qu'aujourd'hui encore il y a un autre moteur dans le tourisme que la simple diffusion démocratique.

L'invention de distinction, à l'origine des diverses formes du tourisme aristocratique

Il est certain, en tout cas, que, aux origines du tourisme et pendant tous les XVIII^e et XIX^e siècles le moteur du tourisme aristocratique fut l'invention de distinction réalisée par la caste élitiste du pays le plus évolué: le Royaume-Uni. Les Anglais ont inventé les mots, les pratiques, les modes, les lieux. En commençant par *The Tour*. D'origine française pourtant, ce mot était incompris au XVIII^e sur le continent, tant il désignait une pratique typiquement britannique: le voyage éducatif que le jeune Anglais riche et bien né faisait sur le continent pour qu'à son retour, il soit consacré *gentleman... cosmopolitan*: ce dernier caractère le distinguait des aristocrates casaniers du continent. L'époque romantique devait populariser l'adjectif *tourist* qualifiant surtout des Anglais... et faire connaître ces clubs très fermés où se réunissaient les plus riches Britanniques amateurs des mêmes loisirs: *Jockey Club*, *Alpine Club*, nés en 1817, *Cyclist Touring Club*. Ces institutions de distinction furent ensuite copiées sur le continent.

Le périple des touristes anglais fut vite codifié: l'Europe qui méritait d'être visitée ne dépassait ni l'Elbe, ni les Pyrénées; elle culminait à Rome. Elle se composait de lieux de grand intérêt qu'il fallait voir et de beaucoup «d'espace contraint» qu'il fallait traverser; mais cela permettait d'agréables rencontres dans des compartiments cloisonnés. Le *sight-seeing* distingué naquit aussi; les *Guides*, en se recopiant entre eux, ont pérennisé les choix élitistes des voyageurs romantiques. La dépense était énorme; le caractère ostentatoire de ces voyages inutiles s'en trouvait renforcé⁽³⁾.

Les Anglais inventèrent les diverses formes du tourisme saisonnier⁽⁴⁾. L'été devint la saison mondaine par excellence, sous diverses formes qui se concurrençaient en distinction; l'initiative première revint à Richard Nash, auteur, au début XVIII^e, de ce que je propose d'appeler «la Révolution de Bath»: dans un décor théâtral à l'anti-

que, les riches se donnent en spectacle à eux-mêmes sous prétexte de prendre les eaux. Milieu XVIII^e, il devint plus distingué encore de prendre les bains dans l'océan, à Brighton d'abord, puis dans des stations de l'autre côté, de Scheveningen à Dieppe.

Le rapport au corps et plus encore à la Nature se trouvent révolutionnés. Le corps mérite d'être épanoui; et surtout la Nature peut être admirée dans ses formes extrêmes qui jusque là effrayaient. Alain Corbin a montré que les bords de l'océan à marée «furent longtemps "le territoire vide". À partir de 1750 et jusque dans l'époque romantique, apparaît le désir du rivage»⁽⁵⁾. Cette mutation, d'abord, fut britannique: une invention touristique dont je me plais à souligner la coïncidence avec l'autre grand changement, contemporain, la découverte des Alpes. Les monts étaient *affreux, horribles*; il deviennent *curiosités* avec les Glacières de Chamouni que découvrent les Anglais Windham et Pococke en 1742; bientôt, ils furent *sublimes*; les grands sommets promus *cathédrales de la terre* par Ruskin, appellent la conquête gratuite; les Alpes sont *terrain de jeu de l'Europe* selon le mot de Leslie Stephen⁽⁶⁾.

Invention britannique aussi que l'amour de la campagne pour elle-même, pour les joies de contemplation distinguée qu'elle procure. La *country* n'a plus seulement une utilité financière: procurer ses revenus à la gentry, elle n'est pas seulement terrain de chasse, elle commence à devenir un *Park* à l'anglaise, un espace ludique pour une sociabilité estivale de bon ton. Les continentaux imitèrent, et le goût du manoir et celui de l'*english garden* ou *romantic garden*.

Innovation plus surprenante encore et toute britannique, celle qui consiste à quitter les froids et à hiverner; les premières migrations, comparées à celles des hirondelles, se produisirent dans le dernier tiers du XVIII^e et profitèrent à Nice et Hyères: ce fut la naissance de la saison d'hiver dans le Midi. On arrivait en octobre et repartait fin avril; on vivait à part de la population indigène; on ne menait pas une vie agitée; cette «contre-saison» élitiste se fondait sur la promenade, sur la pratique de sports difficiles à pratiquer l'hiver en Angleterre, du golf au tir à l'arc et sur l'admiration — impossible ailleurs — de l'Eden: en plein hiver, la verdure, les fleurs et les fruits en commençant par le fruit d'or, l'orange à valeur mythique aux temps classiques. Le XIX^e continue, amplifie le mouvement;

d'autres sites sont découverts qui bientôt deviennent plus distingués, plus luxueux, comme Pau, vers 1815 et Cannes en 1834, Menton vers 1860, puis Corfou, Madère, l'Égypte. Il y a une réelle diffusion de la pratique, mais toujours dans les mêmes couches privilégiées. Nice recevait cent cinquante familles à la veille de la Révolution française et vingt mille hivernants à la veille de la Grande Guerre de 1914... avec toujours une clientèle exclusivement rentière, à dominante britannique.

Le changement ne pouvait se produire que par l'extension de l'horizon et par l'invention de nouvelles pratiques, plus distinguées parce que plus extravagantes. Caractéristique, l'invention des sports de glisse. Le matériel est certes nordique, norvégien surtout (les skis); le lieu, ce sont les Alpes, des stations déjà connues pour leur utilisation estivale, comme Davos, mais les inventions sont Britanniques. Arnold Lunn et quelques autres, entre 1880 et 1900, inventent un jeu nouveau: *Downhill only* est leur devise; on s'amuse à descendre des pentes sur des planches; cela s'appellera ensuite ski alpin. Pour l'instant, ce jeu amène aux lancements de nouvelles stations très distinguées, principalement en Suisse, comme St Moritz et à une concurrence bientôt victorieuse sur la Côte d'Azur.

Tous ces lancements sont suivis de consécration par la venue de ceux qui sont au sommet de la hiérarchie: les familles royales ou impériales, anglaise, russe et autres, puis par l'imitation des aristocraties les plus réputées. Une diffusion certes s'opère auprès de l'ensemble de la société rentière — près de 10 % de la population dans l'Europe du XIX^e — mais ne descend pas au-delà. Le mécanisme de l'invention de distinction fonctionne alors en «circuit fermé», mais avec des «gardiens culturels», les «gate-keepers» qui suscitent son constant renouvellement. Ce ne sont pas, certes, les rois ou princes qui inventent, mais des marginaux par rapport à la plus haute aristocratie, bien placés pour que leur choix soient adoptés. Quelques noms qui sont autant d'exemples types. Richard Nash, l'inventeur de Bath, est très introduit à la Cour, et les Wood, les constructeurs de la station, sont les architectes officiels. Le Dr Tobias Smolett, inventeur de Nice⁽⁷⁾, est fort prisé en Angleterre, comme Sterne, l'auteur de *Sentimental Travel*. Lord Brougham and Vaux a trouvé Cannes par hasard en 1834, s'en est entiché et en est devenu le fervent propagandiste; cet «has

been» avait été Chancelier d'Angleterre! Tous les Anglais qui, à des dates diverses, ont découvert des aspects attirants de la montagne et donné l'exemple d'excursions touristiques sur les sommets, étaient des plus introduits dans la Société londonienne, de Windham au XVIII^e aux fondateurs de l'Alpine Club en 1857, puis les grands alpinistes, Whymper, Tyndall, Mummery... Arnold Lunn, le créateur du British Ski Club of Davos, était fils d'évêque.

L'invention de distinction fin XIX^e début XX^e

On avance dans le XIX^e: l'invention de distinction reste le moteur du tourisme. Les stations thermales les plus distinguées et les plus courues se trouvent maintenant dans ce qu'on pourrait appeler la zone culturelle germanique laquelle en l'occurrence, est aussi l'espace géologique hercynien: Spa, Baden-Baden, Hombourg. Ems, Carlsbad et Marienbad en sont les illustrations. Déjà, dans la consécration, la part des princes et des aristocrates européens, germaniques en particulier, devient croissante.

Puis vient le temps des inventions des Nord-Américains. Ceux-ci avaient suivi d'abord le courant général; on ne sait pas assez que dans le dernier tiers du XIX^e, 20 % environ des hivernants de la Côte d'Azur sont nord-américains. Ni, d'ailleurs, que l'alpiniste collectionneur de cimes, W.A.B. Coolidge est une des grandes fortunes de New York. Inventeurs, les Américains le sont en Floride. Sur ces rivages ingrats, quelques magnats, à partir de 1900 (Gould...) équipent des stations d'hiver qui sont fondées sur de nouveaux paradises: cocotier et plage de sable, bains océaniques d'hiver dans les eaux bleues. Le tourisme tropical fut d'abord invention d'élite, mais nord-américaine.

D'autres Nord-Américains, ceux de la *last generation*, Hemingway, les Fitzgerald, le groupe de Montparnasse, ont eu un rôle déterminant dans la découverte estivale de la Méditerranée. Ils ont inventé Juan les Pins vers 1925 et l'ont fait vivre selon un modèle américain de station; mais surtout ils ont aidé au renversement des conceptions: ils ont prouvé que la Méditerranée n'était pas trop chaude l'été, les bains de mer y sont agréables comme à l'océan, les corps bronzés et les corps dénudés ont de l'agrément. Dunoyer de Ségonzac, le peintre qui avec d'autres personnages en vue

(Signac, Colette) découvre alors le port de pêche de St Tropez peint, en un album fameux, *Les côtes roties*, celles des femmes exposées au soleil et des rivages noyés de lumière.

Le changement n'est pas dans le processus mais dans les initiateurs et les contenus. L'Angleterre n'est plus la seule grande puissance; à la veille de 14, les puissances centrales d'Europe comptent; puis survient l'Amérique dont la force économique apparut éclatante, après 1919. De là viennent nombre de nouvelles inventions. Les sociétés demeurent hiérarchisées; mais la plupart des Empires se sont effondrés et dissipés les fortunes foncières des aristocraties de naissance. Un monde nouveau où se mêlent grands financiers, gens de lettres, hommes d'art, le «monde» et «le demi-monde» de Proust, tend à devenir la société. Une diffusion des modèles culturels et des pratiques de loisir et de tourisme des groupes sociaux de référence se produit par capillarité. Aller en vacances dans les lieux à la mode devient signe de distinction et d'élévation sociale. En profitent d'abord les sites les plus connus, ceux qui justement commencent à être moins à la mode, comme Nice et la Côte d'Azur; des rapports de Conseil d'administration, dans les années 1906-1910, constatent avec regret que «la côte d'Azur s'encanaille» et que leurs riches clients donnent souvent la préférence aux sports d'hiver suisses.

Mais il ne s'agit pas — du moins pour la première moitié du XX^e — d'une véritable démocratisation. Le mot serait prématuré.

L'invention de distinction, toujours moteur du tourisme à la fin du XX^e?

On mettrait mal à l'aise les contradicteurs en les sommant d'apporter la preuve que des pratiques de loisir, de sports, de tourisme, de jeux de plein air, issues des milieux populaires, traditionnels, se seraient diffusées dans le corps social; ils seraient bien en peine de donner des dates, ni fournir de repères. Il serait, au contraire, facile d'analyser le discours des novateurs sociaux en matière de culture ou de tourisme, en particulier le discours dominant du Front populaire. Il s'agit, dans la bouche des dirigeants, de donner au peuple l'accès à des valeurs de culture et de loisir que se réservait l'élite; cet accès serait facilité par des baisses de prix, par l'exemple des groupes ou clubs et par l'utilisation

systématique de l'adjectif populaire. On doit constater — et pour ma part — sans surprise que les expressions ne tardèrent pas à être rejetées. Le peuple ne voulut pas d'un tourisme qualifié de populaire, ni de cinéma ou théâtres populaires, ni même de sport populaire. Encore une preuve qu'il s'agissait toujours de se distinguer, de s'identifier aux groupes-vedettes.

Mais les inventeurs ont changé et les modes de propagation, les inventeurs ne sont plus Anglais, mais plus diversifiés, avec une part croissante de Nord-Américains. Et dans l'Amérique, la part est croissante de la Californie. La part du jeu et des sports individuels grandit dans les pratiques de tourisme. *Être fun*, voilà une orientation qui nous vient d'Amérique. Les loisirs de plein air sont moins l'occasion de montrer sa force que sa légèreté ou son habileté. La priorité revient depuis une dizaine, sinon une vingtaine d'années, aux sports de glisse, aux jeux aériens, voire acrobatiques, aux plaisirs individuels. Que l'on songe à la place prise par le *skate-board*, la planche à voile, le surf de mer et de neige, la *mountain bike*, le parapente et le vol à voile... dans l'univers des vacances! On conviendra qu'il y a toujours invention de distinction, même si elle n'a plus les mêmes origines.

Quant à la diffusion, elle est singulièrement plus rapide qu'au XIX^e. Le ruissellement dans le corps social, si typique du XIX^e, a laissé la place à une diffusion rapide par la voie des médias. Un public, de plus en plus émiétté, manquant de structures et dépourvu de repères, présente une grande malléabilité par rapport aux stimuli extérieurs. Cela va vite; il s'est écoulé, en général, dix ans, au pire vingt ans, entre l'invention californienne — *mountain bike* ou surf — et l'apparition à grande échelle de ces pratiques vacancières en Europe Occidentale. Je ne trouve pas de cas *a contrario* qui pourrait ébranler mes certitudes sur le rôle actuel de l'invention de distinction, moteur du tourisme.

- 1- L'invention demeure fondamentale. On ne peut pas prévoir quand elle se produit, ni au profit de quel type de vacances. Mais on peut parier qu'elle a peu de chances de se produire normalement en Angleterre, elle naît plutôt en Amérique et surtout en Californie.
- 2- L'État, la technostucture touristique, quoiqu'ils disent, ont peu d'influence.

Leurs interventions, d'ailleurs limitées, sont peu efficaces. Et c'est sans doute... tant mieux!

- 3- L'évolution du tourisme, en particulier, et du loisir en général, reflète une évolution générale de la société et de sa culture. Ce sont les variables lourdes (l'âge, le revenu, le type d'habitat, la catégorie socio-professionnelle) qui rendent le mieux compte du taux de participation, de la division entre public et non-public. Mais ce sont des facteurs qualitatifs peu mesurables — la mode — qui expliquent l'apparition de nouvelles tendances, des goûts nouveaux. La prolifération des signes, jusqu'à saturation, atteint aussi le tourisme. †

NOTES

- (1) Th. Veblen, *The Theory of The Leisure Class*, 1899, trad. fr. en 1965 avec une introduction de R. Aron, *Avez-vous lu Veblen?*
- (2) J. Dumazedier, *Vers une civilisation des loisirs?*, Paris, Seuil, 1962.
- (3) J'ai, d'une façon simplifiée, présenté cette invention britannique dans le numéro spécial d'*Autrement*, *Les vacances*, no 11, 1990, pp. 174-181, sous le titre *Le Tour, english Style*. Voir aussi mon Que sais-je sur *La communication touristique* (avec Ph. Viallon).
- (4) Voir *Le caractère saisonnier du phénomène touristique*, colloque de 1962, Actes à Aix, 1963, 420 pages. Voir mes rapports introductif et de synthèse.
- (5) Alain Corbin, *Le territoire du vide. L'Occident et le désir de rivage 1750-1840*, Paris, Champs, Flammarion, 1988.
- (6) On a beaucoup écrit sur la découverte des Alpes. Elle fut essentiellement britannique; C.E. Engel, spécialiste de la littérature anglaise, l'a montré. Restait à souligner la concordance des temps.
- (7) Par ses *Letters to Nice from Nice*, 1763-1765.