

Les villes et leurs visiteurs

Une approche cyclique

SASKIA COUSIN



Devant la porte de la cathédrale Saint-André à Bordeaux.

Parler de tourisme urbain est, en Europe du moins, un quasi-pléonasme. En effet, à la différence des vacances, le tourisme est une pratique culturelle essentiellement effectuée par des urbains en ville. L'hospitalité, soit l'accueil des étrangers, est au cœur de la production de la ville et de la définition de l'urbanité : c'est l'échange qui permet au clan de grandir, de faire ville et, *in fine*, société. Déclinaison particulière de l'hospitalité, l'accueil des mobilités de loisirs joue ce rôle de production urbaine dès les expositions universelles ou internationales, qui sont les hauts lieux du tourisme de masse du XIX^e siècle et modèlent l'architecture de toutes les capitales européennes.

Qui sont donc les touristes urbains ? Si elle est partagée par l'ensemble des villes et des sites qui les accueillent, cette question n'est que peu étudiée de

« Le profil sociologique des touristes n'est pas (ou plus) lié à la localisation spécifique d'une ville, mais à la position particulière de cette ville dans un cycle touristique »

manière transversale, comparative et longitudinale. Le portrait du touriste urbain se réduit le plus souvent à une série de photographies de l'origine et des pratiques des visiteurs présents dans certains endroits (aéroports, musées ou autres) au moment de l'enquête. Pourtant, au regard des connaissances disponibles, on peut poser l'hypothèse que le profil sociologique des touristes n'est pas (ou plus) lié à la localisation spécifique dans et d'une ville, mais à la position particulière de cette ville dans un cycle touristique et dans un réseau de villes relevant du même imaginaire touristique. Cette approche en termes de cycles et de réseaux implique de dépasser celle ciblée sur l'origine et le niveau de revenus des touristes, la taille des villes, leurs caractéristiques architecturales, ou les catégories des institutions culturelles et de l'industrie de l'hébergement. Pour le dire autrement, observer le tourisme urbain nécessite une triple rupture : avec les catégories instituées par l'offre ; avec une approche uniquement synchronique et localisée ; avec un touriste pensé comme un individu déconnecté de son histoire sociale et de ses imaginaires. Les touristes s'inscrivent dans une relation urbaine qui comprend celles et ceux qui les

ont précédés dans un site, un quartier ou une ville.

D'un point de vue sociologique, les touristes urbains sont, en moyenne, plus

aisés que celles et ceux qui partent en vacances sur les plages et constituent la moitié des séjours. Les typologies organisées autour de l'offre, visant à segmenter les pratiques – patrimoine, gastronomie, balades, alternatif, etc. n'ont que peu de pertinence pour comprendre les motivations : les touristes choisissent et pratiquent une ville selon des logiques de distinction ou des logiques mimétiques, ce qui n'est

pas toujours incompatible. Les types et les lieux de pratiques touristiques qui se succèdent ont été bien identifiés, mais il faut veiller à ne pas en inférer des types de touristes. À l'instar des pratiques culturelles, les visites et les destinations touristiques sont beaucoup moins cloisonnées qu'il y a quelques décennies. Ou, plus précisément : les catégories sociales aux capitaux sociaux et culturels les plus forts se distinguent par la diversité de leurs loisirs et de leurs pratiques, du plus élitiste au plus populaire ou issu de la culture contestataire – la culture Brooklyn et l'amour des friches, par exemple. Ces visiteurs, qui se veulent « alternatifs », se projettent comme une avant-garde culturelle susceptible de dessiner elle-même son parcours urbain, en se distinguant de la figure du touriste, en désignant des quartiers populaires comme objets de leurs désirs de démarcation. L'histoire du tourisme est l'histoire des stratégies d'évitement touristique de ses élites, évitement qui implique souvent l'appropriation des cultures et des lieux populaires des villes qu'elles visitent. Ainsi, à partir des années 2000, dans de nombreuses villes, ces « alternatifs » ont cherché à échapper aux hébergements et aux circuits balisés, en se tournant vers des offres liées à la culture populaire et vers des locations chez l'habitant, hors des districts touristiques.

Le tourisme est une activité essentiellement performative : un lieu, un site, un quartier peut devenir une destination parce qu'il a été décrété comme tel par ses inventeurs, comme il en est de l'art pour

les avant-gardes esthétiques. Quand les sélections des avant-gardes deviennent populaires et donc communes, que la bulle alternative se transforme en district touristique, ces avant-gardes doivent choisir : soit rester fidèle à une destination et abandonner leur statut d'avant-garde ; soit rester fidèle à leur quête avant-gardiste et changer de quartier ou de destination. Pour reprendre la classique typologie de Pierre Bourdieu, on pourrait considérer que ces avant-gardes font partie de la fraction dominée de la classe dominante (bourgeoisie intellectuelle à revenus moyens et fort capital culturel), tandis que ceux qui les suivent immédiatement relèvent plus de la fraction dominante de la classe dominée (professions intermédiaires, employés, enseignants). Les élites économiques ont leurs propres circuits et bulles internationales et les classes populaires privilégient les séjours de vacances à la mer ou à la montagne. La différenciation sociale ne se fait pas dans le choix des villes, ni même des quartiers, des marchés et des expos, mais dans la temporalité de la visite, le moment du cycle touristique de la ville où elle s'effectue. L'étude historique du tourisme en ville depuis le XIX^e siècle montre que ces cycles se répètent avec une étonnante constante. Ainsi de San Francisco, Amsterdam, Barcelone, ainsi de Nantes, et sans doute de Bordeaux.

Le cas de Barcelone est paradigmatique : la ville s'internationalise et s'urbanise grâce à l'exposition universelle de 1888, qui sera suivie d'une série d'autres expos et grands événements avec la même fonction

Darwin Ecosystème, lieu alternatif de la rive droite.



d'urbanisation. Barcelone devient dans les années 1990 un haut lieu du tourisme universitaire grâce au programme Erasmus. Les étudiants européens s'installent dans les quartiers populaires du front de mer, de la Barceloneta et du Raval, par ailleurs de plus en plus parcourus par des touristes qui cherchent à échapper aux itinéraires balisés autour de Gaudí. La bascule touristique de Barcelone a sans doute lieu en 2004 avec le « forum des cultures » qui renverse les moyens et les fins : non plus le tourisme pour la ville, mais l'urbain au service du tourisme. Ce renversement ne devient visible qu'au début des années 2010 avec l'emprise visible des bateaux de croisière qui déversent des vagues d'excursionnistes sur les ramblas. La Barceloneta est vidée – parfois par la force – de ses habitants pour laisser la place aux locations temporaires, un hôtel-panopticon 5 étoiles s'installe dans le Raval, juste en face d'un célèbre immeuble, fief des artistes et des anarchistes qui devient une « vue », le « pittoresque » de l'hôtel. Les deux quartiers populaires sont aspirés par le cyclone de la pression immobilière et des comportements déplacés des visiteurs. Les Barcelonais se disent assiégés et se replient après la place de la Catalogne ; les visiteurs en quête d'urbanité se tournent vers d'autres villes européennes, notamment Lisbonne. En 2014, alors que Barcelone est toujours présentée, notamment en France, comme un modèle de réussite touristique, les Barcelonais élisent Ana Colau, militante pour le droit au logement et contre le monopole

**« Il faut s'intéresser à la manière
dont une ville et ses quartiers sont
positionnés dans l'imaginaire commun
de découverte, de distinction
ou de reconnaissance. »**

touristique. Dix ans ont suffi pour ruiner plus d'un siècle de politique urbaine appuyée sur l'accueil des visiteurs. En 2019, malgré les tentatives de régulation de la municipalité, les armateurs annoncent l'arrivée de bateaux toujours plus gros et toujours plus nombreux en raison d'un début de régulation à Venise. Si la ville propose une offre industrielle de consommation rapide autour de quelques attractions, elle sera fréquentée par celles et ceux qui cherchent, justement, cette attraction balisée et minutée – les 2h de divertissement à terre pendant une croisière. Avec le cas de Barcelone, on perçoit bien que les touristes des années 1980, ceux des années 2000 et les touristes actuels ne sont pas les mêmes. En revanche, on peut identifier des profils,

des motivations et des pratiques communes entre les visiteurs de Barcelone des années 1990 et ceux de Lisbonne des années 2000, entre les touristes de Nantes, à l'époque du festival des Allumés et ceux de Lille 2004.

Ce cycle de tourisme se retrouve dans toutes les grandes capitales touristiques européennes, et les touristes les pratiquent les unes après les autres selon la relation urbaine proposée. Cette succession des catégories sociales dans une ville, un quartier, un site ne s'effectue qu'au sein d'un réseau de destinations connectées dans l'imaginaire touristique. Pour comprendre les pratiques et les motivations des touristes en ville, il faut donc certes s'intéresser aux profils et aux quêtes, mais aussi à la manière dont une ville, ses quartiers, parcs et sites culturels sont positionnés dans l'imaginaire commun de découverte, de distinction ou de reconnaissance. Pour autant, le tourisme est désormais un phénomène global et les avant-gardes européennes ne partagent sans doute pas les mêmes images et logiques de distinction que les avant-gardes asiatiques. Il serait ainsi intéressant de savoir si les plateformes numériques telles *Tripadvisor* ou *Weibo* participent à une normalisation des imaginaires, ou, au contraire à une dissociation. Il manque à la recherche de véritables enquêtes

longitudinales et comparatives, ou du moins comparables, pour identifier des profils de visites dans l'espace et dans le temps, et surtout, en comprendre les

transformations. Ces études, qui pourraient, en partie, s'appuyer sur l'analyse croisée des contributions numériques des visiteurs sur les plateformes dédiées, paraissent essentielles pour analyser finement les cycles touristiques, du point de vue des touristes, mais aussi des villes européennes.

Dans chaque ville, la sociologie des touristes se transforme en relation avec les images et les récits qui vont être mis en circulation par les visiteurs successifs, au sein d'un réseau d'imaginaires touristiques de la ville. Il ne s'agit pas d'une hypothèse évolutionniste, mais plutôt d'une approche cyclique, c'est-à-dire, une manière d'appréhender le monde où, comme le dit le proverbe yoruba, « le fils peut être plus âgé que le père ». —

