

# Entre passé et avenir le développement du tourisme rural

**La question du tourisme comme moyen de redéploiement des régions rurales est complexe et controversée. Toutes sortes d'images implicites et contradictoires y interviennent. Mettre à plat ces représentations, c'est se donner les moyens de comprendre ce qui intervient en amont des débats: la signification contemporaine de la ruralité, la dominance du mode de vie urbain, le tourisme comme mythologie et forme la plus achevée de la consommation, le traitement réaliste d'un enjeu économique et social.**

---

**Daniel Bodson**

Le processus d'urbanisation se poursuit. Il s'accroît même. Pourtant, bien que dans la réalité l'opposition entre ville et village, entre urbain et rural, ait ainsi tendance à s'estomper, elle demeure vive dans les esprits, toujours présente et puissante. Or, les questions que l'on peut se poser au sujet de l'avenir du tourisme rural sont étroitement associées à ces constats. Ce sont les présupposés et les images implicites sur lesquels ils reposent qui doivent être clarifiés.

## **LA SIGNIFICATION CONTEMPORAINE DE LA RURALITÉ**

La situation actuelle des villages procède de bouleversements à l'œuvre depuis de longues années à l'échelle du monde occidental. Mais qui, toutefois, ne sont le plus souvent perçus et évalués qu'au plan régional ou local. Ainsi, l'exode rural, l'obsolescence des modèles de production traditionnels, la faiblesse de l'activité économique villageoise sont la traduction locale et concrète de processus macrosociaux qui ne peuvent être compris indépendamment de la signification non seulement économique, mais aussi

culturelle dévolue à l'espace rural dans le monde contemporain. Il faut comprendre par là que ce sont les formes de la sociabilité moderne, replacées à l'intérieur de la signification symbolique de l'espace, qui sont profondément impliquées dans tous les débats au sujet du monde rural et du tourisme qu'il suscite. Et du point de vue de ceux qui se sentent concernés par l'avenir des régions rurales, toutes ces questions s'avèrent décisives. Car sous-jacentes à elles, ce qui se détermine, ce sont les conditions au travers desquelles, en mobilisant des significations nouvelles dans des schémas anciens, l'entité villageoise parviendra à se redéfinir et à positionner son statut par rapport à celui de la ville.

D'une part, ce qui s'observe, c'est que l'on continue spontanément à opposer villes et villages alors que c'est la forme urbaine de l'existence collective qui se répand. Pourtant, il s'agit d'un changement radical et général du mode de vie. Il n'engage pas qu'une modification du cadre bâti, mais bien plus: une façon d'exister, la promotion de certaines valeurs, des rapports sociaux qui se transforment, des modes de production et de consommation ainsi que des institutions qui représentent socialement un modèle culturel de la vie en commun.

D'autre part, ce qui suscite la crainte chez les ruraux depuis de nombreuses années, c'est le sentiment d'être pris de facto dans le processus d'urbanisation et, sans l'avoir choisi, de s'y retrouver dominé par une nouvelle manière de sentir, de faire et de voir. Or, si l'une des questions fonda-

mentales est bien celle de la vitalité propre des villages face à la ville, le défi pour les villageois est de parvenir à penser autrement qu'en termes de dépendance et d'opposition leur passage d'une situation non urbanisée à une autre qui l'est ou le sera. Car le village, bien que sous une modalité spatiale différente, participe désormais à la même culture que celle de la ville. Ville et village ne peuvent plus se concevoir désormais comme des modes de vie différents, mais comme des cadres différents d'un même mode de vie. C'est à partir de là que la question du développement du tourisme rural parvient à être posée dans ses termes réels.

### **L'URBANISATION COMME MODE DE VIE**

L'idée selon laquelle le tourisme est un moyen, si pas le moyen, de redéployer les régions rurales est largement partagée, même parmi ceux qui soulignent qu'il doit néanmoins y avoir une « manière de le faire », des modalités adéquates et acceptables d'agir dans ce domaine. Pourtant, la question de la vitalité des villages n'est pas simplement celle du développement de l'une ou l'autre activité économique complémentaire, fût-elle touristique, qu'ils s'adjointraient. Elle est plutôt de savoir si le tourisme peut être l'agent d'un repositionnement propre aux villages dans l'univers dominant d'aujourd'hui: celui de la ville dont les normes culturelles régissent largement le devenir de l'ensemble de la vie collective. Et s'impose à partir de là d'examiner si et à quelles conditions le tourisme peut redonner une signification culturelle,

sociale et économique au village, c'est-à-dire à une forme spatiale d'existence qui avait été initialement conçue pour un autre usage que celui des rapports sociaux urbains. Mais quel que soit le niveau auquel est menée cette réflexion, il faut bien se dire que redonner une signification culturelle et économique au village, ce n'est jamais et ne saurait être un retour au sens ancien de cette entité. Il s'agira toujours d'une opération qui vise à investir des vieux schèmes spatiaux et symboliques d'un sens nouveau.

Il faut tout d'abord s'interroger sur le pourquoi de l'affinité spontanée qui s'est établie entre la ruralité et le tourisme. Car à dire vrai, cette affinité ne s'impose pas et découle moins d'un lien logique que de la force de l'imaginaire et des représentations. Certes, par ses caractéristiques morphologiques — ses paysages, son air pur, son calme... — le monde rural apparaît comme étant « naturellement » une ressource touristique, inépuisable et immédiatement commercialisable, dont « l'authenticité culturelle » serait vendable comme telle, où le développement d'activités touristiques ne transformerait la morphologie spatiale qu'à la marge. On se dit qu'en somme, à condition d'être contenu à échelle raisonnable et d'émaner de l'initiative des habitants eux-mêmes, le tourisme rural est une modalité de développement qui non seulement peut assurer la préservation de la nature, mais même la mise en valeur de la culture spécifique au village. De cette façon, le tourisme apparaît comme l'activité qui parvient à résoudre la quadrature du cercle : assurer un développement écono-

mique et préserver — si pas promouvoir même — les valeurs et l'identité locale traditionnelle d'une culture menacée.

Tourisme et ruralité rassemblent ainsi deux imaginaires en une seule fonction : d'une part, celui du développement économique moderne enviable, mais souvent ressenti comme source d'une perte d'identité et de sens et, d'autre part, celui de l'univers villageois porteur de valeurs morales et d'authenticité identitaire profonde, mais devenu inapte à assurer une dynamique économique suffisante. Et l'on peut même se demander si avant le discours technique sur les avantages financiers du tourisme rural, celui-ci ne s'impose pas par les fonctions mythiques qu'il remplit dans la sphère de l'imagination symbolique. À la croisée des codes de la compétition et de l'harmonie, du mouvant et du stable, des biens et du sens, l'idée d'un « tourisme apprivoisé » remplit la fonction syncrétique d'une union entre les valeurs du passé et les impératifs du présent. Malgré le fait que l'on sache que le touriste et le tourisme sont des partenaires ambivalents en ce qu'ils permettent une mise en scène de l'identité en même temps qu'ils sont susceptibles de la détruire, on en arrive néanmoins ainsi à croire que le tourisme permettrait aux villages d'évoluer sans changer.

## **LES FIGURES MYTHIQUES DU TOURISME**

Comme solution à la quadrature du cercle, le tourisme auquel il est fait référence n'est donc pas n'importe lequel. Il s'agit, comme on l'a dit, d'un « tourisme appri-

voisé » et à échelle humaine, par opposition à un « tourisme sauvage » passé aux mains d'opérateurs peu soucieux de la vie locale.

Du « tourisme apprivoisé », on parle comme d'un tourisme intégré, respectueux des valeurs locales, pris en mains par les collectivités villageoises. Il est à taille humaine, se coule dans le paysage, met en valeur l'authenticité régionale. Il est fait d'activités et de découvertes qui ne laissent pas de traces. C'est un tourisme pensé sur le mode de l'hospitalité qui met en avant les qualités de l'accueil des habitants ainsi que les comportements discrets des touristes, invités respectueux des lieux. La professionnalisation de l'accueil est certes envisagée comme un risque potentiel dans la mesure où le rapport marchand et abstrait qu'elle implique l'emporte sur la relation personnelle et concrète. Mais on s'empresse de retrouver une connivence entre le tourisme et le monde rural par le biais de l'idée d'artisanat sans pollution ni modification du cadre spatial : la qualité plutôt que le profit, le produit spécifique plutôt que standard, une valorisation de l'offre et une unité d'intention depuis la production jusqu'à la vente.

Le « tourisme sauvage » constitue, à l'inverse, la forme rejetée d'une activité à grande échelle, prise en mains par des professionnels extérieurs qui imposent leurs exigences et ne se soucient que fort peu du lieu et du point de vue des villageois. C'est un tourisme de masse qui pollue, qui laisse les traces de ses pratiques essentiellement mues par le profit.

Il est destructeur parce qu'il repose sur le centralisme abstrait d'équipements visant une production et une consommation intensive.

Ces deux manières courantes qu'ont les ruraux eux-mêmes d'évoquer le tourisme sont plus des balises mythiques que des manières fidèles de décrire la réalité. Mais elles sont aussi le symptôme du monde rural fragilisé pour lequel le tourisme revêt cette ambivalence d'une figure soit monstrueuse et capable de tout détruire ou, à l'inverse, apprivoisée et capable de sauver les villages.

## **LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EN RÉGION RURALE**

Le tourisme comme moyen de redéploiement socioéconomique en milieu rural est une question qui implique que l'on se demande quel type d'objectif concret on vise. Décide-t-on que le tourisme doit rester à la marge et dans certains interstices de ce milieu ? Au niveau individuel, cela devrait permettre à certains de bénéficier d'un revenu complémentaire, mais ne demande pas d'outils d'intervention de portée générale. Ou bien, de manière plus systématique, veut-on en faire une activité ayant une certaine importance et en cela capable d'avoir des effets sur le développement à l'échelle locale ou régionale ? Dans ce cas, la cohérence du repositionnement économique et symbolique des villages exige une réflexion plus élaborée.

Dans cette dernière perspective, la question est sans doute moins de cerner les modalités sauvages ou apprivoisées du

tourisme que de se donner les moyens de gérer les transformations que le tourisme entrainera de facto quelles qu'en soient les modalités. Car le tourisme artisanal tout comme le tourisme de masse modifie le statut des villages, pour ceux qui les visitent comme pour ceux qui y habitent. Dans les deux cas, il s'agit d'un passage à l'intérieur du champ de l'économie dominante et un positionnement assumé par rapport à la culture urbaine. Et il faut se rendre à l'évidence qu'est illusoire de penser que le « tourisme apprivoisé » permettra au village de rester ce qu'il a toujours été avec son identité, sa culture et son architecture. Le tourisme change en profondeur le statut des villages. Mais en même temps ce changement de statut peut assurer la survie de ces mêmes villages.

Concrètement, le tourisme s'approprie un cadre de vie et sa morphologie en les destinant à un autre mode de vie. On pourrait dire que, pour le touriste, un mode de vie — le village avec son architecture, ses paysages et sa culture — devient un cadre de vie. Et que cette perception des choses entraîne de facto une redéfinition fondamentale du rapport au monde dont les entités villageoises étaient dépositaires. Les villages qui étaient essentiellement des lieux de production deviennent des lieux de consommation. On pourrait même dire que l'activité touristique est probablement la forme la plus achevée de la consommation, dans la mesure où, avant la matérialité des lieux, c'est un imaginaire, une certaine représentation de la vie sociale, un ensemble d'évocations qui y sont consommées. Ce ne sont pas les villages réels mais les villages rêvés qui

intéressent le touriste qui, à l'inverse de l'explorateur, ne va jamais à la découverte de l'inconnu, mais à la rencontre programmée de ses images mentales.

De ce fait, l'itinéraire du touriste n'est jamais aléatoire. Il est balisé par le marché du tourisme qui met à sa disposition un ensemble de biens qui relayent les images mentales qui l'attirent. L'offre villageoise objectivement disponible à partir de ce qui existe ne suffit donc pas. C'est la demande qui fixe et ponctue ce qu'elle a envie de voir.

### **UN CHANGEMENT DE PERSPECTIVE DU GISEMENT AU PRODUIT**

Penser le tourisme rural à partir d'une mise à disposition des ressources existantes, de la matérialité de la région et de ses caractéristiques intrinsèques n'est donc que la première étape de la reconversion touristique d'une région. Car on s'y contente d'envisager le tourisme comme s'il s'agissait d'une activité économique apparentée à l'exploitation d'une mine, d'un gisement de richesses naturelles préexistant qu'il s'agit de commercialiser. Or, ce n'est plus à partir de cette manière de raisonner et d'agir que fonctionne le marché touristique global. Il n'en reste plus à l'idée qu'il faut mettre à disposition. Il fabrique des produits touristiques qui étaient encore inimaginables il y a quelques années comme, par exemple, des paradis tropicaux sous bulle conçus de toutes pièces. On part ici du rêve qui est pour beaucoup dans les conduites du consommateur touristique. Car le tourisme est largement fait d'une consommation de signes.

Sans prétendre refaire le monde, le repositionnement du tourisme rural implique donc qu'on y parte résolument du rêve des citadins, du rêve à la ville, de la ville et pour la ville. Ce n'est qu'en s'appropriant cette manière de penser que le tourisme rural et ses initiateurs se mettront à la hauteur des enjeux du tourisme contemporain, que le monde rural parviendra à la position d'interlocuteur égal dans le concert des acteurs de la civilisation urbaine. S'approprier ce mode de raisonnement, c'est en outre pour le monde rural le moyen d'anticiper les risques d'un développement dont la maîtrise échappe au niveau local. C'est enfin se mettre en position d'accompagner le développement de projets touristiques exogènes, œuvres d'opérateurs extérieurs peu sensibles aux enjeux locaux. Défendre l'identité rurale, ce n'est pas la figer dans des archétypes qui font des villages des réserves d'Indiens. C'est opérer un syncrétisme original entre le passé et les données de la vie actuelle, qui permette aux villages de se positionner valablement dans la société contemporaine. Il faut se rendre à l'évidence que, quelles qu'en soient la forme et l'échelle, l'activité touristique modifiera le statut des villages. Mais comment retourner ce changement de statut à l'avantage des villages ?

## **POUR CONCLURE**

Lorsque l'on parle de tourisme, la discussion prend le plus souvent et rapidement la forme d'un débat idéologique sur la nature bénéfique ou insidieuse de l'activité touristique en elle-même. Pourtant, les vraies questions ne sont pas celles re-

latives à la nature bonne ou mauvaise du tourisme en soi, mais celles qui s'enquerraient des impacts positifs et négatifs du développement de cette activité. Le tourisme comme toute activité économique, agricole, industrielle ou autre, comporte son lot d'avantages et de désavantages. Des bénéfiques et des nuisances. Et pour ce qui concerne le tourisme rural, la préservation de l'environnement ne passe pas par une discussion sur les modalités d'un tourisme idéal, mais par la maîtrise des termes de références du tourisme réel. À une position passive ou hostile vis-à-vis du tourisme doit se substituer une position active, raisonnée et volontariste. À cet égard, il revient à la décision politique de déterminer ce qui, du point de vue d'une prospective en aménagement du territoire, est souhaitable, acceptable ou inacceptable. ■