



FRANCK MICHEL

ANTHROPOLOGUE, AUTEUR ET CHERCHEUR INDÉPENDANT, CO-FONDATEUR DE LA CROISÉE DES ROUTES ET RESPONSABLE DE L'ASSOCIATION DÉROUTES & DÉTOURS

« LE TOURISME LOCAL ET DE PROXIMITÉ, L'ULTIME ANTIDOTE POUR SORTIR DE CHEZ SOI ET SE FROTTER À L'ALTÉRITÉ »

Pour Franck Michel, anthropologue et auteur de nombreux ouvrages dédiés au tourisme, la crise sanitaire est l'occasion unique d'apprendre à consommer autrement les voyages et les loisirs. Comment ? En privilégiant un tourisme de proximité plus responsable, créatif et vertueux. Pour y parvenir, il exhorte les autorités et professionnels du tourisme à mesurer l'urgence de la situation et à agir en mettant en place d'autres modèles, radicalement différents, faisant l'éloge de la lenteur, de la rencontre et des mobilités douces.

Propos recueillis par CÉLINE PERRONNET

ESPACES : La crise sanitaire que nous traversons depuis plus d'un an rebat les cartes des projets de voyages des Français. Avec des déplacements contraints, le tourisme de proximité prend un essor inédit. Est-ce une bonne chose ?

FRANCK MICHEL : En effet, le monde du tourisme a connu en 2020 un bouleversement sans précédent et le traumatisme est loin d'être terminé en 2021 et sans doute bien au-delà. Dans ce contexte, le tourisme de proximité n'est plus seulement une option alternative - intéressante, sympathique ou responsable - mais un tourisme qui, de facto, s'impose puisque les autres formes « classiques » ont, soit déclaré forfait pour raison de pandémie mondiale (et d'avions cloués au sol), soit subi un long sursis « durable » dont personne ne perçoit pour l'instant la sortie du tunnel.

L'essor du tourisme de proximité est donc une bonne chose – pour le secteur en crise et pour les territoires, pour les acteurs locaux et les touristes nationaux – même s'il est finalement plus contraint que souhaité. Il reste que ce « nouveau » *tourisme de proximité* « pour tous » concerne l'ensemble de la population investie dans les mobilités vacancières (même si les inégalités demeurent fortes, et que les sites et lieux n'attirent pas toujours les mêmes clientèles). Concrètement, l'Ardeche, le Lot, l'Aveyron, ou même les Vosges ont vu, à l'été 2020, une fréquentation touristique record, et beaucoup de citadins de l'Hexagone ont misé sur un séjour nature remplaçant ainsi les habituelles clientèles nord-européennes et aussi asiatiques... Le modèle futur du tourisme de proximité est donc contraint à s'adapter, en optant notamment pour plus d'originalité et surtout de sobriété, avec des touristes français moins dépendants que la clientèle étrangère.

ESPACES : Le dépaysement sans les kilomètres est-il possible selon vous ? Et comment ?

FRANCK MICHEL : Oui, avec la mondialisation des échanges et l'uniformisation culturelle à l'échelle planétaire, le dépaysement n'est pas une affaire de distance et de trips transcontinentaux. Un couple de Parisiens du XVI^e arrondissement qui découvre, en plus du beau décor, la réalité sociale de la vallée de la Roya sera davantage dépaycé que s'il réalise un voyage de luxe et organisé au Rajasthan où il sera bien servi et

diverti entre les murs d'un haveli ou d'un palace royal. Le tourisme international n'a pas eu besoin d'attendre le confinement lié à un virus pour gérer et perpétuer l'entre-soi. Pour ma part, je le constate jusqu'à l'excès et depuis des décennies, dans le cas de Bali, où je réside une bonne moitié de l'année... quand je ne suis pas confiné en France.

Le tourisme de proximité permet justement de redécouvrir nos propres « pays » et régions, de les voir avec d'autres yeux, de goûter à leurs spécialités gastronomiques, de se passionner pour l'histoire locale, de s'initier à des activités nouvelles et créatives, de profiter avec respect de sites majestueux et d'une nature splendide que d'aucuns avaient oublié à force de courir après le Grand Canyon ou la baie d'Halong à l'autre bout du monde. Le tourisme de proximité est aussi, et surtout, l'occasion d'apprendre à « consommer » autrement le tourisme et les loisirs. Il invite à une prise de conscience écologique voire à l'envie pour certains de s'engager dans d'autres modes de vie, plus respectueux, plus vertueux, plus sobres et plus conviviaux. Le Covid-19 a également entravé les rapports sociaux et le tourisme de proximité, telle une respiration salutaire. Il permet (un peu) de redéfinir de nouvelles pistes pour repenser les liens sociaux, les rites de la rencontre, les échanges, avec plus d'écoute, de disponibilité et d'humilité. Pour toutes ces belles choses, on ne peut que se réjouir de la pandémie qui a, certes soudainement et brutalement aussi, poussé un secteur touristique beaucoup trop glouton et prédateur, à devoir entièrement revoir sa copie et se repenser et – pour prendre un terme à la mode – devoir inéluctablement se réinventer. En ce sens, et malgré les terribles dégâts strictement économiques qui s'abattent sur le domaine touristique, la crise sanitaire actuelle est pour le tourisme international – comme pour l'environnement – davantage une bénédiction qu'une catastrophe. En fait, un mal pour un bien ! A nous tous de nous montrer capables de changer de voie et de profiter de cette période pour mettre en place d'autres modèles, radicalement différents et réellement responsables. Revenir au monde d'avant, notamment dans l'univers du tourisme, serait la pire chose à faire. Mais il n'est pas sûr que les autorités, ▲

“
**REVENIR
 AU MONDE
 D'AVANT,
 NOTAMMENT
 DANS L'UNIVERS
 DU TOURISME,
 SERAIT LA PIRE
 CHOSE À FAIRE**
 ”

opérateurs et grands groupes mesurent l'urgence du virage à effectuer.

ESPACES : Cette crise sanitaire n'est-elle pas finalement une bonne occasion de repenser le voyage ?

FRANCK MICHEL : C'est exactement cela, et les acteurs traditionnels du tourisme devront faire preuve d'un immense courage – économique, politique et même social (car rien ne laisse présager qu'ils soient préparés pour cette réinvention seule à même de sauver le secteur à la dérive depuis des décennies) – pour le faire renaître « autrement ». Sans remettre drastiquement en cause les fondements même du tourisme comme industrie – à commencer par le management agressif à l'œuvre dans les formations en tourisme, et ensuite par les mirages néfastes du « développement » et les excès évidents du consumérisme, avec son lot de gaspillage et de pollution – il ne sera pas possible ni même pensable de sortir de l'impasse qui risque elle, contrairement au tourisme, d'être véritablement durable. Comme je le précise aussi dans mon dernier essai *La fin du voyage ? Faim du tourisme et fin du monde* (2021), le moment est aujourd'hui opportun – grâce à ce terrible virus – pour tenter de sortir définitivement du tourisme de masse, sans pour autant négliger une nouvelle forme de tourisme social inscrit dans l'éducation populaire (le tourisme de proximité peut y contribuer fortement), tout en veillant à lutter contre le surtourisme mortifère autant pour la nature que pour la culture. Et aussi, d'éviter l'essor de ce que j'appelle le fléau de « l'egotourisme », fruit de ladite révolution numérique appliquée à l'univers du voyage.

ESPACES : Avec cette crise, les attentes touristiques des Français ont-elles changé ?

FRANCK MICHEL : Oui, énormément, et c'est normal... mais peut-être pas encore suffisamment. Le changement n'est jamais simple à grande échelle car il réveille tous les conservatismes et autres freins. Cela dit, par la force des choses et de l'épidémie, les Français s'adaptent à la réalité du moment et donc adaptent aussi leurs vacances, leur budget et leurs envies, et souvent se découvrent de nouvelles passions. C'est dans ce renouveau que réside sans doute la solution de

voyager mieux et moins loin pour ces prochaines années. En commençant à voyager autrement – en privilégiant la lenteur, les mobilités douces, la rencontre – beaucoup de nos concitoyens prennent goût à cet esprit de liberté que convoque le voyage libéré de l'organisation millimétrée. Et ils auront envie de recommencer. C'est une excellente évolution, lente mais assez irrémédiable. Car lorsque ces nouveaux touristes découvrent les joies du voyage autrement, ils n'ont ensuite plus guère envie de repartir comme avant... Et ils partagent leurs nouvelles émotions et plaisirs avec leurs amis et proches, ce qui incitera d'autres touristes – voire des sédentaires dans l'âme – à opter, et donc à oser, partir sur ces pistes alternatives de vacances hors des sentiers battus du tourisme de masse ou consommateur. C'est un bon début pour une prise de conscience collective, pour imaginer un autre tourisme plus respectueux et plus convivial.

ESPACES : Que recherchent ces nouveaux touristes ? Plus d'authenticité, d'expériences, de connexions avec la nature ?

FRANCK MICHEL : Je dirais encore plus de sincérité, voire de simplicité, que d'authenticité (un terme galvaudé par le tourisme depuis longtemps, via la folklorisation des cultures). Oui, les rencontres et les diverses formes de retour à la nature sont essentielles dans les motivations. Mais il y a aussi la lenteur, avec une autre notion et gestion du temps, et donc une nouvelle disponibilité au monde et pour les gens. Et il ne faut pas oublier les pratiques repensées et revisitées : le succès et l'engouement pour le vélo, après celui déjà évident pour la marche, sont très importants dans cette évolution globale. Il me semble que, dans le contexte anxigène actuel, les touristes français sont à la recherche de l'essentiel et se détournent de l'urgence. Par exemple, une grande randonnée improvisée et une bonne semaine en milieu rural avec quelques visites et beaucoup de bon temps pris ensemble en famille, vont souvent primer sur un séjour au rythme effréné avec un programme important de visites sur de nombreux sites répartis dans plusieurs régions

“
DANS LE CONTEXTE ANXIOGÈNE ACTUEL, LES TOURISTES FRANÇAIS SONT À LA RECHERCHE DE L'ESSENTIEL ET SE DÉTOURNENT DE L'URGENCE
 ”



Pour diversifier l'offre, il faut inviter les touristes à séjourner par exemple dans une bergerie en Corse.

françaises. Voir moins de choses mais vivre mieux l'instant présent. Rien ne sert de courir, surtout à une époque incertaine où une pandémie et une crise globale risquent d'hypothéquer notre avenir...

ESPACES : La France a-t-elle tous les atouts pour répondre à leurs besoins ?

FRANCK MICHEL : Oui, la France a une chance incroyable : un patrimoine exceptionnel et des sites naturels, culturels, religieux, sportifs, etc.,... particulièrement attractifs, et répartis sur tout le territoire national. Il y a donc largement matière à proposer des offres réellement nouvelles, responsables, à la fois attractives et alternatives. Mais cela demande beaucoup d'efforts de la part de tous les acteurs et opérateurs. Je crois qu'une majorité de touristes-voyageurs est davantage prête à cette forme de révolution touristique intérieure que beaucoup d'acteurs plus près de leurs sous et de leurs habitudes d'avant. Une donne a beaucoup changé, par exemple les clientèles allemandes ou hollandaises d'un côté, et chinoises ou indiennes de l'autre, ne consomment et ne pratiquent pas du tout le même tourisme que ces nouveaux Français en quête de terroir et de sobriété. Les envies et les demandes ne sont pas identiques, les dépenses et les recettes non plus. Il faudra s'y faire, ou alors disparaître.

ESPACES : Le tourisme de proximité peut-il également favoriser une meilleure répartition des flux de visiteurs dans l'espace (et le temps) et être un levier majeur pour la fréquentation

des espaces moins connus ?

FRANCK MICHEL : Un tourisme de proximité bien pensé et réellement alternatif favorisera naturellement des lieux éloignés des sentiers battus du tourisme, mais il importe de diversifier les sites et les lieux, en évitant l'artificialisation et en privilégiant, dans ce cas, l'authenticité. Mais c'est aussi une évolution des mentalités qui doit primer pour espérer que les demandes des touristes puissent demain impacter directement, par pression et par intérêt, les offres qui finiront par s'adapter, ne serait-ce que pour une question de survie du secteur pour de nombreux opérateurs.

ESPACES : Comment les territoires peuvent-ils davantage mettre en avant leur patrimoine et comment les offres doivent-elles évoluer ?

FRANCK MICHEL : En adaptant précisément les offres à ces nouvelles demandes locales, plus ancrées dans le bien-manger et bon-vivre, plus écologiques et plus éthiques, bref versées dans une meilleure qualité de vie. Deux exemples entre mille : pour les hébergeurs, en mettant des vélos (électriques ou non, les deux c'est mieux) à disposition des clients plutôt que de promouvoir des transports « classiques » motorisés. Puis pour les autorités, de réfléchir, non plus seulement à remettre les trains de nuit en service, mais à relancer les petites lignes ferroviaires jusque dans les coins reculés du pays, et non pas des bus et autres voitures qui parcourent des autoroutes qui défigurent les paysages. Quant au patrimoine, il me semble que les régions et l'État font beaucoup pour le promouvoir, parfois jusqu'à l'excès. C'est bien je pense, mais il faudrait privilégier le « petit » patrimoine et l'immatériel, les arts et la culture, les savoir-faire, la cuisine, l'artisanat, etc... Pour diversifier l'offre, autrement dit découvrir à échelle humaine, une bergerie en Corse ou une coutellerie dans l'Allier vaut au moins autant que de s'extasier devant l'amas d'or à Versailles. Le regard sur le monde et notre monde local changent, les touristes le prouvent dans leurs nouvelles quêtes, y compris dans leurs désirs d'ailleurs qui sont désormais des besoins d'ici ; il faudrait maintenant que les professionnels du tourisme, souvent incapables d'anticiper, oublient leurs clichés, et surtout préparent activement leur entrée dans le monde du tourisme d'après. ▲

ESPACES : Le développement du tourisme en France doit donc, selon vous, passer par l'usage de nouvelles mobilités douces comme le vélo ou le transport fluvial ?

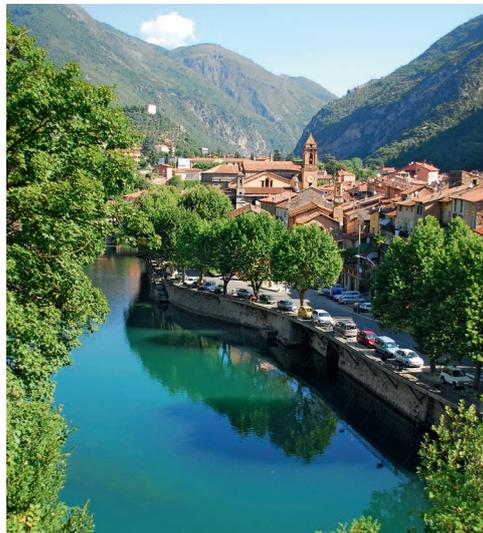
FRANCK MICHEL : C'est certain. Dans le futur, le tourisme sera lent et de proximité, à visage humain : proche des gens et des lieux visités, et même proche de chez soi. Le vélo est un exemple flagrant de cette évolution, et la crise sanitaire n'a fait que confirmer – et accélérer le processus – de son formidable engouement, comme j'ai pu le décrire dans un modeste ouvrage, *Pédale douce, ode au vélo et à la lenteur* (2018). Avec la marche, le vélo est idéal pour partir à la rencontre du monde, des lieux et des gens, et la France propose – de plus en plus, et c'est vertueux – un beau panel de pistes cyclables toujours plus loin des grands axes bruyants et pollués. Concernant le tourisme fluvial (à l'inverse de l'univers malsain du gigantisme des croisières transnationales), il est aussi à promouvoir, et colle, comme la randonnée et le vélo, parfaitement à l'air du temps présent. Modifier nos pratiques et sortir de la surconsommation, opter pour d'autres voies, y compris pour voyager, sont essentiels. Changer nos modes d'être, d'avoir et de penser, par le biais de la mobilité choisie, est l'un des défis qui devrait occuper nos contemporains durant ces prochaines années.

ESPACES : Le slow travel fait, lui aussi, de plus en plus d'adeptes. Pourquoi ?

FRANCK MICHEL : Comme les autres « *slow* » (*food* surtout), le *slow travel* a le vent en poupe et traduit la demande touristique actuelle. Le tourisme de proximité est directement lié à cette forme de voyage. Il s'agit de le promouvoir mais aussi de se méfier de son instrumentalisation à des fins strictement de marketing touristique, pour éviter qu'il ne devienne un nouvel oxymore utilisé jusqu'à la nausée par l'industrie du tourisme, à l'instar du « tourisme durable » dont l'expression a perdu beaucoup de sa superbe d'antan, à force de reniements et de *greenwashing* un peu partout dans le monde.

ESPACES : Pensez-vous qu'il y aura un avant et un après Covid-19 pour le secteur du tourisme ?

FRANCK MICHEL : Oui, plus rien ne sera comme



Le beau décor et la réalité sociale de la vallée de la Roya peut provoquer davantage de dépaysement qu'un voyage de luxe organisé au Rajasthan.

avant. Pour le meilleur, mais hélas peut-être aussi pour le pire. Par exemple, il est à craindre que les classes moyennes voyagent demain de moins en moins – avec les restrictions plus dures, les tarifs plus coûteux (aérien, hôtellerie, restauration, services, entrées des sites, transports), les visas plus complexes – et que sur les routes du monde ne se côtoieront plus que deux catégories de nomades : d'un côté les élites aisées qui voyagent comme des privilégiées, de l'autre des réfugiés qui circulent comme des parias... On n'en est pas encore là, mais on y vient. Et dans ce cas, le tourisme local et de proximité sera sans doute l'ultime antidote pour encore pouvoir sortir de chez soi et se frotter à l'altérité, même si elle sera assez relative dans l'espace. ■

30 LIVRES, 24 ANS DE REVUES, 2 MAISONS...

Anthropologue et intervenant au sein de divers organismes ou universités en France et dans le monde, Franck Michel est aussi auteur d'essais sur l'Asie, le tourisme et le voyage. Après avoir dirigé pendant une douzaine d'années la revue "Histoire & Anthropologie", il a ensuite animé, dans le cadre de La croisée des routes, la revue en ligne "L'autre voie", entre 2005 et 2017.

Se consacrant essentiellement à la recherche, à l'écriture, à l'enseignement et au voyage, il a publié une trentaine de livres et de nombreux articles. Ses principaux terrains d'investigation sont l'Indonésie, le Cambodge, le Vietnam, le Chili et le Brésil. Il vit à Strasbourg et à Bali, s'efforçant - via la pratique du voyage et la réflexion sur le métissage - de jeter des ponts entre l'Orient et l'Occident [Plus d'infos sur www.croiseedesroutes.com](http://www.croiseedesroutes.com)