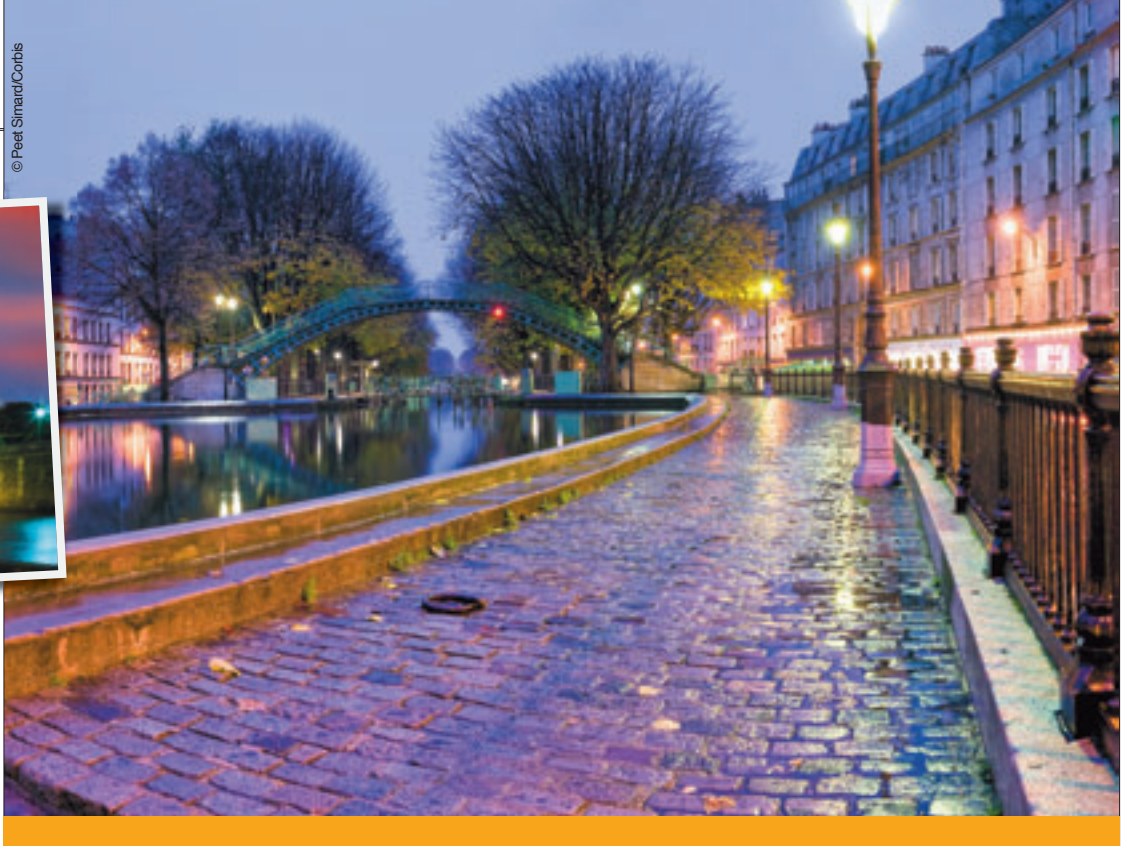


▼ L'église de Notre-Dame vue depuis les quais de la Seine.



© Jon Hicks/Corbis

© Peet Simard/Corbis



Musées, monuments, ambiances : Paris demeure l'une des capitales mondiales du tourisme. Mais de nouveaux visiteurs y viennent aussi pour d'autres raisons. Les explications de Saskia Cousin, sociologue spécialiste du tourisme.



« Paris reste une ville qui fait rêver »

Propos recueillis par Nicolas Dambre

Quand est apparu le premier touriste ?

Le terme de touriste a fait son apparition avec *Les Mémoires d'un touriste* de Stendhal, en 1838. Dès le XVII^e siècle, les jeunes aristocrates britanniques effectuaient des voyages de formation en Europe, à la découverte des ruines antiques grecques ou romaines. Au XVIII^e siècle apparaît le tourisme de villégiature, par exemple à Bath ou à Nice.

Le tourisme reste une activité de distinction aristocratique, il ne s'agit pas encore de tourisme de masse. L'apparition du chemin de fer et des expositions universelles amène le Britannique Thomas

Cook à créer la première agence de voyages au milieu du XIX^e siècle : c'est la naissance de l'industrie du tourisme.

Quand se développe le tourisme à Paris ?

Paris devient une attraction culturelle après la Révolution française, avec la création de musées, qui font (re)venir la grande bourgeoisie européenne. Puis les expositions universelles, comme celle de 1889 avec la tour Eiffel, sont les premières grandes attractions touristiques. Elles créent du désir et voient affluer des millions de visiteurs.

Les touristes visitent-ils toujours les mêmes lieux à Paris ?

Jusqu'à récemment, les lieux du patrimoine visités par les touristes étaient des lieux du pouvoir politique ou religieux, comme Notre-Dame, le Louvre ou Versailles, car ils fascinent. Mais dorénavant Disneyland est le deuxième site le plus visité après Notre-Dame. Beaucoup d'Américains visitent Paris s'il leur reste du temps après Disneyland. Au-

« L'apparition du chemin de fer et des expositions universelles amène le Britannique Thomas Cook à créer la première agence de voyages au milieu du XIX^e siècle. »



Saskia Cousin est maître de conférences en anthropologie à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Elle est l'auteur de *Sociologie du tourisme* (avec Bertrand Réau), La Découverte, 2009 et des *Miroirs du tourisme*, Descartes & Cie, 2011.

◀ Le canal Saint-Martin, près de l'écluse des Récollets et du célèbre hôtel du Nord.



Métronome, du livre au film

Après avoir caracolé pendant un an en tête des classements de vente de livres, l'ouvrage *Métronome* (2009) se décline en version illustrée et en série télévisée. Le comédien Lorant Deutsch a vendu plus d'un million et demi de livres, traduits dans de nombreuses langues. La simplicité de l'ouvrage, dans son agencement (21 siècles en autant de stations de métro) et son style, ont suscité l'adhésion du grand public. Le documentaire télévisé de quatre épisodes reprend cette histoire de la France à travers celle de Paris. Le comédien y est omniprésent, apparaissant au milieu des reconstitutions en 3D ou visitant des vestiges. Ses interventions visent à étonner le spectateur mais sont parfois

grandiloquentes, voire imprécises. Des historiens ont exprimé leurs réserves sur certaines hypothèses avancées dans l'ouvrage.

Lorant Deutsch propose ainsi une histoire de France essentiellement vue à travers les rois et les saints, et considère la Révolution française comme un mouvement de « persécuteurs » qui saccagent les symboles du pouvoir. Il parvient néanmoins à capter l'attention et à inciter téléspectateurs et lecteurs à se plonger dans d'autres livres d'histoire, ou bien à redécouvrir Paris.

Métronome, de Lorant Deutsch, éditions Michel Lafon, 2009.
Double DVD, éditions France 5, 2012.

aujourd'hui se développe un tourisme alternatif (patrimoine industriel, lieux insolites, accueil chez l'habitant...), mais il reste très marginal. Un touriste sortira des sentiers battus s'il revient à Paris.

Que recherchent les touristes étrangers à Paris ?

On ne peut établir de généralités. Leur relation à la ville dépend de leur histoire personnelle, de leur classe sociale, de la proximité ou de la distance de leur nation vis-à-vis de la France, de leurs habitudes de loisirs, du rôle que tient le tourisme dans les logiques de reconnaissance sociale, etc. Tout cela est déterminant pour comprendre les attractions qui attirent plus ou moins les étrangers, mais aussi la manière dont elles sont pratiquées, qu'il s'agisse de la visite du Louvre en groupe, ou bien en nocturne ; d'une grande brasserie devant laquelle s'alignent les cars ou du bistro déniché au fond du XVIII^e arrondissement, des grandes enseignes des Champs-Élysées ou du petit créateur du canal Saint-Martin...

Comment évolue le tourisme à Paris ?

les seuls touristes en augmentation sont ceux qui viennent du Moyen et de l'Extrême-Orient. Leur rapport à la ville est très différent : à l'inverse des Américains cultivés décrits par MacCannel, nostalgiques d'un certain art de vivre, ils ne viennent pas chercher un Paris authentique, qui leur parlerait de leur propre passé. Ils recherchent un lieu authentiquement touristique et ils sont plus centrés sur le shopping.

« Les touristes en augmentation sont ceux du Moyen et de l'Extrême-Orient. Ils ne viennent pas chercher un Paris authentique. Ils recherchent un lieu touristique. »

Paris est-elle toujours la première destination touristique mondiale ?

Cela dépend comment l'on compte : parle-t-on des arrivées dans les aéroports, avec de nombreux hommes d'affaires, ou des touristes en transit, ou considère-t-on des pratiques touristiques, motivées comme tel ? Si l'on s'en tient au nombre de nuitées vendues, Paris n'est plus la première destination touristique mondiale, avec environ 28 millions de touristes, tous hébergements confondus. Mais elle reste une ville qui fait rêver, parce que tout le monde en a entendu parler et en a une image. Celle-ci s'est constituée à travers la littérature, de Zola, Hugo et bien d'autres, ou encore par la peinture. Walter Benjamin la nomme « la capitale du XIX^e siècle », ce qu'elle est d'ailleurs restée pour beaucoup de touristes, notamment américains. Pour eux, cette image est surtout véhiculée à travers des films, comme *Midnight in Paris* de Woody Allen, vraie publicité touristique pour la capitale française.

L'autre attrait est la diversité des quartiers de Paris et de son offre : avec un peu de chance, chacun peut y trouver ce qu'il est venu y chercher : le théâtre et les musées, le shopping avenue de l'Opéra, des « petits bistros typiques »... ■

▼ L'arc de Triomphe, tout en haut de l'avenue des Champs-Élysées.



© Marco Cristofori/Robert Harding World Imagery/Corbis