

Chapitre V

L'ÂGE DU TOURISME

En parlant de l'âge du tourisme, j'entends surtout le tourisme organisé, ce tourisme de série qui est devenu l'un des aspects les plus typiques de notre siècle. C'est un fils de la vitesse et de la démocratie, qui s'intègre étroitement dans l'évolution industrielle, dont il a du reste exactement suivi les étapes : on y distingue en effet une période artisanale, une période mécanique, la période administrative enfin dans laquelle il est pleinement engagé aujourd'hui.

Le développement du tourisme suit fidèlement celui de la société, dont il est en quelque sorte fonction. Il y avait d'abord eu un tourisme d'Ancien Régime, artisanal, aristocratique, personnel. Le nouveau tourisme est organisé, presque mécanisé, collectif et surtout démocratique. Le premier ne survit qu'à titre d'exception, comme un luxe, presque comme une curiosité. C'est le second qui est devenu la règle, associé à une conception, à une doctrine du loisir, dont on a fait une fonction sociale, organisée et réglementée. Il est du reste logique qu'à l'âge de la production et de la consommation de masse corresponde un tourisme de masse.

*

Enjambant le XX^e siècle, l'Ancien Régime s'est poursuivi dans ce domaine jusqu'à la première guerre mondiale. Si nous évoquons la Suisse, l'Italie, la Côte d'Azur de l'époque, qu'était le touriste de cet âge aujourd'hui disparu ? Généralement un lord anglais, ou bien le membre de quelque aristocratie fortunée : un grand duc russe, un prince de l'Europe centrale, un roi même (quelquefois « en exil »), souvent un Sud-Américain mais plus rarement un Américain du Nord, en tout cas un personnage bien fourni de revenus et de loisirs, pouvant s'absenter longtemps de ses affaires, à supposer qu'il en eût, ne calculant ni le temps ni l'argent, disposant de l'un et de l'autre sans compter.

Quand venait-il et que demandait-il ? Il cherchait – nous avons bien changé ! – la fraîcheur l'été et la chaleur l'hiver, ce qui signifie qu'il allait l'été en Suisse et l'hiver dans la Méditerranée. Ajoutons, ce en quoi nous avons également bien changé, qu'il faisait de longues stations, s'installant pour longtemps dans le même endroit, parfois pour toute une saison : ses déplacements relevaient un peu de la migration, arrivant et repartant comme les hirondelles. Ce qu'était son hôtel, nous l'avons bien oublié depuis que l'électricité, l'auto, l'avion ont transformé révolutionnairement la face du monde. Sa chambre, fort spacieuse, s'éclairait à la lampe, se chauffait par un poêle ou une cheminée et n'avait pour ainsi dire jamais de salle de bain : il y avait des pots à eau et des seaux où l'on vidait les cuvettes ; les Anglais, ces pionniers de la propreté corporelle au XIX^e siècle, apportaient avec eux leurs tubs (il y en avait en caoutchouc, que l'on pliait dans les bagages) ; le Prince de Galles, futur Edouard VII, faisait venir du dehors une baignoire ! La clientèle ne se plaignait pas de ce confort

rudimentaire et ne s'étonnait pas de cette absence de tuyauterie, devenue indispensable aux Américains. C'était la société victorienne britannique qui donnait le ton.

On était par contre difficile pour les salons, car il y avait une vie sociale de l'hôtel. Elle s'exprimait notamment dans la table d'hôte (quand j'étais enfant, je croyais que c'était la « table d'autres »), dans le salon de conversation, dans la salle de lecture, débordante de journaux et munie de massives bibliothèques. La littérature du temps nous en a laissé des descriptions fameuses, devenues classiques. Qu'on me permette de citer l'évocation que fait Daudet du Righi-Kulm dans son *Tartarin sur les Alpes* :

Un spectacle cette salle à manger du Righi Kulm six cents couverts (il va un peu tort !) autour d'une immense table en fer à cheval, où des compotiers de riz et de pruneaux alternaient en longues files avec des plantes vertes, reflétant dans leurs sauces claire ou brune les petites flammes droites des lustres et les dorures du plafond caissonné. Comme dans toutes les tables d'hôte suisses, ces riz et ces pruneaux divisaient le dîner en deux factions rivales, et rien qu'aux regards de haine ou de convoitise jetés d'avance sur les compotiers, on devinait aisément à quel parti les convives appartenaient. Les riz se reconnaissaient à leur pâleur défaite, les pruneaux à leurs faces congestionnées.

Le salon de lecture nous paraît aujourd'hui plus lointain encore :

Le salon restait comme dernier refuge, Tartarin y entra. Coquin de sort.... La morgue, bonnes gens, la morgue du mont Saint-Bernard, où les moines exposent les malheureux ramassés sous la neige dans les attitudes diverses que la mort congelante leur a laissées, c'est cela le salon du Righi-Kulm. Toutes les dames figées, muettes, par groupes, sur des divans circulaires, ou bien isolées, tombées çà et là. Toutes les misses immobiles sous les lampes, ayant encore en main l'album, le magazine, la broderie qu'elles tenaient quand le froid les avait saisies....

L'emploi du temps et l'horaire des journées ne nous paraissent pas moins périmés. Hivernant ou estivant, le touriste arrivait en train, mais souvent aussi en voitures à chevaux, à petites journées, dans des landaus dont les cochers ressemblaient à des postillons. Le matin, après un breakfast sérieux à la mode anglaise, il faisait une petite promenade à pied pour profiter du soleil, et l'après-midi une victoria le déplaçait dans un cercle kilométrique restreint. Sans doute y avait-il, en Suisse, les ascensionnistes convaincus dont Töpffer nous a conservé la mémoire, mais le plus souvent, surtout dans le Midi, il s'agissait d'hommes mûrs, faisant peu de sport, cherchant le loisir et le repos dans un climat complémentaire de celui qu'ils avaient laissé derrière eux dans les brumes du Nord. À la fin de l'après-midi, quand le jour tombait et qu'on allumait les lampes à huile, ce client de luxe faisait son « whist » avec des partenaires rencontrés dans l'hôtel : on était entre gens de bonne compagnie, peu pressés, ayant en somme peu de vie du soir, car après le dîner, le temps d'une brève station au salon, chacun rentrait dans sa chambre.

Ce qui nous frappe par comparaison dans cette clientèle, c'est son aisance financière, sa richesse souvent fabuleuse. Ces lords, qui venaient passer l'hiver sur la Riviera, disposaient de revenus princiers. Plus princières encore, au sens légendaire du terme, étaient les ressources fantastiques des princes russes, qui venaient hiverner sur la Côte d'Azur. Ils ne se déplaçaient

qu'avec une suite de secrétaires, de courriers, de majordomes, de moujiks couchant parfois sans se déshabiller devant leur porte, et leurs fantaisies erratiques, que nous avons quelque peine à croire quand on nous les raconte aujourd'hui, étaient de véritables fantaisies de barbares : on estime qu'avant 1914 cette invasion sarmate amenait chaque année plus de 20 000 Russes sur la Riviera. La trace en subsiste, à Nice ou à Cannes, dans des palais de style Sarah Bernhardt surchargés de moulures, déployant à l'infini des escaliers monumentaux et des halls gigantesques : on comprend que les sorties de roubles nécessitées par ces dépenses aient pesé sur la balance des comptes de l'empire des Tsars ! À côté d'eux, les rois et leurs familles avaient plus de mesure : certains avaient fini par faire partie du paysage, telle la reine Victoria, restée célèbre à Grasse par sa petite voiture traînée par un âne et son splendide garde du corps écossais. Ritz a été le maître des cérémonies de cette étonnante clientèle.

Il n'y avait cependant pas que ce niveau aristocratique et princier. Dès la seconde moitié du XIX^e siècle le tourisme s'était étendu, sinon aux classes populaires, du moins aux classes moyennes. Même avant 1850, Cook avait déjà beaucoup fait pour organiser et développer le voyage. Par la suite, le progrès avait été très rapide, car quelle différence déjà entre Monsieur Perrichon et Tartarin ! J'ai quant à moi pu connaître encore la fin de cette époque héroïque, notamment la table d'hôte classique, autour de laquelle on engageait la conversation avec son voisin par l'amorce quasi rituelle : « Puis-je vous prier de me passer le sel ? » ou bien : « Beau temps aujourd'hui » (avec un commensal anglais, la meilleure formule était : « *May I trouble you for the cruet* ¹ ») Les relations se nouaient ainsi et par la suite bien des gens ont regretté l'occasion offerte de cette entrée en matière. La chambre d'alors paraissait hors de prix quand elle coûtait dix francs : les clients de mauvais caractère emportaient avec eux la bougie pour protester contre une note jugée excessive !

Le voyage à cette époque était à la fois plus difficile et plus facile qu'aujourd'hui. Les trajets étaient plus lents et il n'y avait pas d'itinéraires fulgurants : le plus riche, le plus sportif mettait une semaine comme tout le monde pour atteindre New York, quarante-huit heures pour gagner Alger. Le *sleeping-car*, d'autre part, restait considéré comme un luxe caractérisé, réservé aux princes, aux riches... et aux rastaquouères fidèles de « Notre-Dame des wagons-lits ». Sur le continent on ne disposait que du train ou de la voiture ; les combinaisons du rail et du cheval étaient compliquées ; les changements de trains, avec (les correspondances trop étroites, m'ont laissé le souvenir de repas haletants dans les buffets, de courses angoissées sur les quais de départ. Mais par contre on n'avait pas à retenir sa place, ni à se préoccuper de visas sur les passeports (on n'avait du reste pas de passeports), d'autorisations de change ou de vaccinations. On emportait simplement des francs dans sa poche, que l'on changeait automatiquement à la frontière, sans la moindre difficulté, la douane ne vous demandant jamais combien on sortait d'argent. On ne prenait généralement son billet qu'à la gare, en partant, et c'est d'assaut que l'on conquérait les fameux « coins » des wagons où l'on allait passer la nuit. En somme le rythme, la pression atmosphérique, la température sociale étaient bien ceux d'un âge périmé.

*

Le tourisme moderne correspond à une révolution, non seulement dans la façon de voyager, mais dans la composition même de la clientèle touristique. La classe sociale, riche de revenus et de loisirs que nous évoquions tout à l'heure, a disparu, ou ne survit qu'à titre

¹ L'huilier.

d'exception. Il y a toujours évidemment une clientèle nombreuse de gens aisés, riches et même très riches, mais leur conception du déplacement s'est transformée, ce qui entraîne de leur part des mœurs entièrement différentes. Il s'est enfin développé une clientèle populaire généralisée, et c'est elle aujourd'hui qui donne le ton aux vacances, aux villégiatures et aux voyages. Le tourisme en sort décidément méconnaissable, dès l'instant qu'il comporte désormais un outillage nouveau, un personnel spécialisé, des mœurs ayant subi une complète révolution. La psychologie du loisir s'est elle-même modifiée et l'on a l'impression que l'hivernant ou l'estivant d'aujourd'hui est moins un individu qu'un numéro social relevant de la psychologie de masse. Le touriste du XX^e siècle, quel que soit son niveau dans l'échelle des revenus, constitue donc par rapport au passé une espèce nouvelle, dans laquelle il convient de distinguer un tourisme aisé et un tourisme populaire, qui, à leurs frontières, réagissent l'un sur l'autre.

Prenons d'abord le tourisme des gens aisés. Si l'homme inoccupé, disposant d'un loisir prolongé, est devenu rare, il y a toujours des gens riches, très riches, follement riches même, mais ils dépensent de l'argent gagné plutôt que de l'argent encaissé sous forme de revenu régulier d'un capital. Le noble lord, le prince russe, le roi (même en exil) sont remplacés par le riche Américain en vacances, par le Sud-Américain roulant sur l'or issu pour lui du pétrole ou de l'étain, par le sultan d'Arabie ayant tiré le gros lot pétrolier. Si nous pouvions faire revivre un instant par comparaison leurs prédécesseurs dans l'hôtel de luxe, nous verrions à quel point le type social, le type physique même sont devenus différents, si différents parfois que le puriste racial pourrait y trouver à redire.

C'est ainsi qu'une psychologie nouvelle de la villégiature, si ce mot peut encore être appliqué dans son sens exact, s'est développée. On arrive encore en chemin de fer, mais plus souvent dans de somptueuses autos, fréquemment en avion, en avion privé : le cas se fait exceptionnel où le directeur de l'hôtel vient en personne attendre le visiteur de marque sur le quai de la gare, terrain désormais combien démocratique. Il ne s'agit plus comme autrefois de valétudinaires ou de personnes âgées pleines de ménagement pour leur précieuse santé, mais de gens débordant de vie et d'activité, qui viennent moins pour se reposer que pour s'amuser. Ils sont pressés : au moindre tournant ils prendront leur voiture pour aller parquer ailleurs. Il n'y a donc plus de stabilité dans les clientèles : le voyageur qui s'inscrit pour toute une saison ou même tout un mois devient exceptionnel, d'où une complication accrue dans la gestion hôtelière.

On a d'autre part renversé les saisons. Il n'est plus question de chercher la fraîcheur l'été et la chaleur l'hiver. Bien au contraire, on va dans les stations de ski poursuivre l'hiver dans ce qu'il a de plus froid, et l'été dans ce qu'il a de plus chaud sur les rivages ensoleillés des mers du Sud : on ne parle plus alors que de bains de soleil, de ski nautique, de nudisme.... Et l'on n'est jamais satisfait, les stations de montagne s'élevant de plus en plus en altitude, cependant que, par-delà notre vieille Méditerranée, on ne rêve que Bermudes, Antilles ou Honolulu. L'avion ayant supprimé la distance, on peut être le lendemain matin à Dakar ou à Colombo. À quand l'été à Khartoum et Noël au Pôle ?

Les hôtels de cette clientèle évoluée ne ressemblent plus guère à ceux que nous décrivions tout à l'heure. La chambre est devenue beaucoup plus petite, beaucoup plus simple dans son mobilier : adieu les tentures et les falbalas de naguère ! Il arrive de plus en plus, en vertu d'un système issu des États-Unis, que, le lit se dissimulant le jour dans le mur, l'appartement prend figure de *sitting-room*. Mais on est devenu extrêmement difficile pour cette tuyauterie qui correspond au *plumbing* du nouveau monde, et l'on n'admet plus guère l'absence de salle de bain : on voit même quelquefois deux salles de bain pour une même chambre, l'une pour monsieur, l'autre pour madame. Il faut signaler cependant que, dans les pays déjà chauds, la baignoire tend quelquefois à être remplacée par une douche. Du reste, dans l'appartement

stylisé parfois jusqu'à l'ascétisme on ne viendra guère que pour dormir, et si l'on s'y tient ce sera surtout dans la salle de bain. On a de même une indifférence accrue pour l'ancien « salon de conversation » et surtout pour le « salon de lecture » de la tradition romantique : on ne les fréquente guère, surtout s'ils sont fermés par des portes et l'on préfère se tenir dans des halls, ouverts de tous côtés et au travers desquels tout le monde circule. Ajoutons – la remarque est importante – qu'on ne s'habille plus guère le soir, sauf pour les galas : on aime ses aises et l'avion a habitué les gens aux équipages légers.

Naturellement la table d'hôte est morte, Ritz lui a donné le coup de grâce, et sur les paquebots la « table du commandant » a également changé de caractère, une élite soigneusement sélectionnée par le commissaire s'y succédant tour à tour. Il n'y a plus maintenant, dans la salle à manger, que de petites tables séparées, qui permettent justement de n'avoir pas avec le voisin ce contact qu'on semblait au contraire rechercher naguère, et en effet ce voisin, qui est-il, on ne le sait pas. À la place du salon délaissé c'est le bar qui semble être devenu la pièce centrale : on a l'impression que c'est là seulement, à supposer que ce ne soit pas à la piscine, qu'il y a encore quelque chose comme une vie sociale. L'apéritif, considéré comme vulgaire, n'était guère autrefois le fait des gens du monde, mais il nous est revenu des États-Unis paré d'un prestige nouveau, sous la forme du cocktail ; il se pourrait cependant que le zénith du cocktail soit dépassé : les jus de fruits lui font une concurrence croissante.

La table d'hôte traditionnelle n'aurait même plus aujourd'hui de raison d'être, dès l'instant que la clientèle, étonnamment mobile, déjeune ou dîne dehors, dans quelqu'un des innombrables restaurants ou bistrotts que l'automobile, sans la moindre difficulté, permet d'aller chercher dans un rayon de cinquante ou cent kilomètres. Ajoutons que nos touristes du XX^e siècle n'ont plus l'estomac de Louis XIV ou de Louis XVI : ils se révèlent de moins en moins capables, stomacalement si ce n'est financièrement au prix où sont les « relais » ou les « mères » ruineuses, de faire beaucoup plus qu'un repas classique par jour : de là est né, dans toutes les stations touristiques, le *snack bar*, où l'on se nourrit en vitesse et à prix raisonnable, ce qui permet ensuite de concentrer l'effort quotidien sur une manifestation vraiment sérieuse.

Dans ces conditions, et sans parler ici des hôtels autres que ceux consacrés au tourisme, le régime de la pension tend à ne plus satisfaire la clientèle : il est de moins en moins question de combinaisons s'étendant à toute une saison et même à tout un séjour ; la demi-pension n'est souvent supportée qu'impatiemment, tant le visiteur est jaloux de son indépendance. C'est du reste à peine si, en dehors de quelques heures fixes, on l'entreverra, dans une journée si décalée que son horaire finit par ressembler à celui des Espagnols et des Sud-Américains : comme on sera rentré très tard, on ne se lèvera que très tard pour aller tout de suite au bain, et après la sieste dans la chambre ou sur la plage on partira en tournée à la recherche de quelque « bonne auberge », marquée d'une, de deux ou de trois étoiles, après quoi la soirée se terminera au casino ou dans quelque boîte de nuit. À ce régime, tels repas annexes qu'on avait cru intégrés dans les mœurs occidentales, comme le *breakfast* et le *five o'clock tea*, tendent, sinon à disparaître, du moins à se réduire au minimum. Au XIX^e siècle, c'étaient les Anglais qui avaient imposé à cet égard leurs habitudes, maintenant ce seraient plutôt les Américains, les Sud-Américains, sans parler d'autres extra-Européens vraiment teintés d'exotisme.

On conçoit que, dans cette conception du tourisme, les amusements aient pris une importance qu'ils n'avaient certainement pas autrefois. Il y faut toute une organisation des sports : golf, tennis, ski nautique, yachting et, dans les grandes stations d'hiver, patinoires, pistes de *bobsleighs*, surfaces savamment aménagées pour le curling, sans parler des téléskis ou télésièges dont on ne veut plus se passer. Il y faut aussi toute une organisation des distractions du jour, du soir ou de la nuit : courses de chevaux, compétitions sportives ou mondaines, galas somptueux. À Deauville, à Biarritz, à Cannes, le casino prend une place de

tout premier ordre. Il s'agit en somme, non pas d'une vie de repos mais d'une vie de distractions fatigantes. Après tout, et c'est un trait significatif des mœurs modernes, on est venu chercher moins la fameuse relaxation des Américains que la diversion par rapport au train quotidien d'une vie de travail et, à proprement parler, l'évasion. On se reposera au retour, dans le calme du bureau retrouvé ! Dans certaines stations où la saison est courte, on a l'impression d'un tourbillon qui passe avec furie et puis disparaît, ne laissant après lui qu'un silence pathologique.

Ces conditions nouvelles du tourisme ont entraîné une transformation de l'hôtel et de sa gestion. L'établissement spécialement conçu pour la clientèle de haut luxe existe toujours et les maisons qui maintiennent la tradition de Ritz sont même assez nombreuses en Europe. On y trouve une direction de type personnel, avec une clientèle en grande partie sélectionnée et personnellement connue de la maison. C'est dans ces hôtels que se rencontrent les rares survivants de l'ancienne élite mondaine, à côté des astres montants de la richesse ou du succès : quelques rois encore, pourvus ou non d'un trône, des magnats de la finance et de l'industrie, des personnalités dont le nom signifie quelque chose, des vedettes du théâtre ou du cinéma.... C'est faire constater qu'on appartient à cette élite spéciale que de figurer sur la liste de ces hôtels.

S'il s'agit par contre du grand établissement omnibus, s'adressant à un public non plus sélectionné mais simplement riche et disposé à dépenser son argent, c'est l'hôtel de type américain qui tend de plus en plus à prévaloir en Europe : il est excellent, superbement équipé de tous les progrès techniques modernes, riche en salles de bain, en téléphones, en radios, éventuellement en télévisions, savamment organisé comme un bureau ou comme une banque. Le revers de la médaille, c'est qu'il ne réalise ces incontestables avantages qu'au prix d'une standardisation acceptée, presque agressive, sans beaucoup de préoccupation de la cuisine ou des rapports personnels (on a cependant recommandé au personnel d'appeler long comme le bras celui-ci « docteur » et celui-là « professeur », ce qui flatte toujours). Que manque-t-il donc ? Selon l'observation d'un client, c'est beau et l'on est émerveillé, mais peu confortable, c'est bien et même très bien, mais jamais fin et finalement c'est peu varié. Les fameux hôtels de la chaîne Conrad Hilton ont dès maintenant traversé l'Océan, il y en a, à Madrid, à Istanbul. On est bien loin de Ritz, dans cette conception dominée par les conditions de gestion du nouveau monde, où, le service étant hors de prix, la mécanisation maximum de l'outillage s'impose, dans des établissements ne réussissant à « payer » que par la masse. (On sait par exemple que l'ancien *Stevens* de Chicago – maintenant *Conrad Hilton Hotel* – compte les lits par milliers, possède dix entrées, d'innombrables batteries d'ascenseurs, des salons, salles de réception, restaurants, bars sans nombre.)

Il reste maintenant à savoir si la clientèle européenne, et même la clientèle américaine en Europe, se plairont dans ces hôtels, menacés de banalité dans leur perfection même. Il y a lieu de penser que le souci de la qualité dans la villégiature n'a pas disparu. Et ce serait une erreur de penser que seul l'établissement de haut luxe peut en fournir l'équivalent : dans nombre de cas, tel hôtel, plus modeste par le nombre de ses chambres mais personnellement dirigé, y réussira. Il faut cependant indiquer que les charges sociales en faveur du personnel sont devenues si lourdes que les conditions américaines risquent de s'étendre de plus en plus au vieux continent, y entraînant les mêmes conséquences.

Parallèlement à l'évolution de l'hôtel et des mœurs touristiques, on a assisté, surtout en France, à un développement extraordinaire du restaurant comportant une bonne cuisine, une cuisine de qualité, éventuellement prétentieuse, du reste surveillée et jalousement critiquée par une clientèle avertie ou se prétendant telle. Avec l'automobile un restaurant peut être atteint n'importe où, la distance ne comptant plus. Toute une géographie de la cuisine s'est ainsi établie, retrouvant d'anciennes distinctions provinciales qu'on s'attache à faire revivre

fort intelligemment, encore que non sans quelque exagération publicitaire. Le guide Michelin, dont l'autorité s'impose, décrète entre les établissements une hiérarchie respectée des voyageurs, et peu importe que l'endroit où il faut aller soit ici ou là, devant un site splendide où sur quelque route banale, ce sont des temples de la cuisine où les fidèles viennent faire leurs dévotions. Les *tea-rooms* où l'on sert de tout et même du thé, les *snack bars* innombrables viennent en annexe, servant aussi la clientèle populaire, dont il nous faut maintenant parler.

*

J'ai hâte en effet de passer au tourisme populaire, car il prend décidément la première place. On peut se demander si c'est le besoin du déplacement et des vacances qui a suscité le développement d'un outillage touristique remarquable, ou au contraire si ce n'est pas l'existence de cet outillage qui a stimulé la généralisation des voyages considérés comme un agrément ou une détente ? L'outillage moderne du tourisme, la technique perfectionnée du voyage, merveilleusement adaptés aux mœurs actuelles, ont en effet rendu possibles les grands déplacements de masse, et je m'en voudrais, du moins en ce qui concerne la France, de ne pas mentionner ici le rôle magnifique d'animateur joué par le Touring Club depuis 1890, sans oublier l'Alpine Club (1857), le Club alpin (1875), l'Automobile Club (1895), l'Office national du tourisme (1908), le Commissariat général du tourisme (1935), les nombreux syndicats d'initiative locaux.

Cependant le voyage populaire organisé n'a pu prendre cet extraordinaire développement que grâce à la généralisation du loisir garanti par la loi. Le congé payé, qui date, on s'en souvient, de l'année 1936 et du Front populaire, est l'expression symbolique de cette sensationnelle évolution des mœurs. Qu'on le veuille ou non – il a fallu paradoxalement que certains « anciens » du monde ouvrier s'y accoutument – on est invité au repos comme à coups de sirène et tout le monde, sans exception, prend aujourd'hui ses vacances, ce qui n'était nullement le cas au siècle dernier.

La masse, avec ses impératifs, pénètre donc à son tour dans ce domaine, réservé jusqu'alors à une minorité de privilégiés. Les lois de la Révolution industrielle s'imposent donc au voyage, considéré comme un produit, ce qui veut dire que pour être à bon marché le voyage doit se pratiquer collectivement et en série. C'est pourquoi dans le tourisme, en vertu d'une logique implacable, l'individualité et la fantaisie le cèdent désormais à l'organisation. Nous sommes en plein dans cet âge administratif, produit de l'âge mécanique, dont nous parlions plus haut. En effet, si la rapidité du transport s'est accrue, les difficultés administratives se sont multipliées parallèlement, de sorte qu'il est devenu plus difficile de voyager seul, en même temps que plus facile de voyager en groupes. On a besoin d'un concours technique pour se procurer des billets collectifs, pour mettre sur pied des itinéraires combinés. Les difficultés de change rendent nécessaire de s'adresser à des spécialistes, éventuellement distincts des banquiers, chaque fois qu'on traverse une frontière. Si l'on doit sortir d'Europe, les formalités de visas ou de vaccinations deviennent insurmontables sans le secours d'intermédiaires expérimentés. Au temps où les déplacements étaient difficiles pour d'autres raisons, telles que l'insécurité des routes ou l'insuffisance de l'équipement touristique, les aristocrates du voyage, et notamment les nababs extra-européens, se faisaient accompagner de « courriers », sur lesquels ils se reposaient de toute l'organisation matérielle de l'itinéraire. Ces courriers sont maintenant remplacés, et pour chacun d'entre nous, par les agences de voyages. Dès qu'il s'agit de billets circulaires, de tours organisés et accompagnés,

c'est l'agence qui se charge de tout, transports, hôtels, guides, financement : on est pris en main, embarqué, il n'y a qu'à suivre.

Le XIX^e siècle ne connaissait guère que deux moyens de transport, le chemin de fer et la voiture, mais le voyageur d'aujourd'hui dispose d'une gamme infiniment diversifiée et la distance, à vrai dire, ne compte plus. Comment se déplace-t-on ? Par le train généralement, mais de plus en plus par avion. Des croisières d'autre part sont organisées sur les mers, qui mettent à notre portée des régions naguère encore inaccessibles. Les déplacements en automobile sont devenus de plus en plus courants, d'autant plus que, pour les familles, c'est de beaucoup la solution la plus économique. La « caravane », en remorque de l'auto, est fort employée et l'on assiste alors au spectacle de la tortue emportant sa maison. Enfin un très grand nombre de voyageurs individuels, ou circulant à deux, se servent de la motocyclette, du scooter ou du vélomoteur. N'oublions pas l'autocar, qui a transformé l'excursion et mis le *sight-seeing* à la portée de tous. De toute façon la mobilité est extrême, qu'on dispose ou non d'un moyen individuel de transport, d'où la difficulté croissante de retenir longtemps la clientèle au même endroit.

Où demeurent ces touristes, dont les moyens ne sont plus comme tout à l'heure ceux du luxe ou de la grande aisance ? Certains d'entre eux dans les « caravanes » dont nous parlions tout à l'heure ; d'autres, en nombre grandissant, dans les camps organisés pour héberger les voyageurs se déplaçant en automobile : les « campeurs », espèce nouvelle, ont fait du mouvement leur règle ; ils se comportent en nomades, et il a fallu, comme pour ceux-ci, réglementer leurs déplacements, d'où la généralisation d'un camping organisé à la façon des « mortels » *américains*. La masse des touristes restent cependant attachés à la solution de l'hôtel, et de ce fait l'hôtel modeste s'est largement développé, débordant pendant le plein de la saison d'été sur les chambres louées dans les maisons privées. Un problème relativement nouveau se pose ainsi aux organisateurs du tourisme, celui de l'hôtel populaire, de prix nécessairement modeste, mais auquel on demandera un « confort moderne », dont précédemment il n'y avait guère eu à se préoccuper.

À cette clientèle, qui naturellement vient pour se distraire, il faut fournir des moyens d'amusement, et c'est encore tout un aspect du tourisme et des vacances qui se transforme, nécessitant comme partout ailleurs un outillage et une technique. Ce que nous disions de la distraction des classes aisées s'applique strictement aux classes populaires. Le sport tend à se généraliser, qu'il s'agisse de la nage, du canot ou encore des ascensions en montagne. La curiosité de connaître les sites les plus célèbres, les monuments les plus vantés, les villes les plus belles n'est nullement limitée aux classes moyennes, mais est aujourd'hui devenue générale. Mais à ce niveau la politique touristique dépasse l'initiative privée, relevant alors des autorités municipales, départementales, régionales et même nationales. Les déplacements se mesurant par centaines de mille, par millions, il s'agit de mouvements humains dont l'homme d'État ne saurait se désintéresser.

La Nature, sans que les hommes soient intervenus là par une économie dirigée, a suscité, dans ces migrations massives, une sorte d'ordre comme dans les migrations des oiseaux : il y a une pointe d'hiver et une pointe d'été. Les sports d'hiver se sont généralisés, désormais à portée des bourses modestes grâce à des organisations collectives : les départs, de ce fait, se groupent autour du Nouvel An, remplissant alors les gares d'une affluence inconnue il y a cinquante ans. Mais c'est surtout l'été que se produisent les grandes marées touristiques. Canalisées par le régime généralisé des congés payés, elles tendent à se concentrer entre le 15 juillet et le 15 août : le flot commence dès le début de juillet, mais en septembre le reflux est rapide, car on rentre de plus en plus tôt. Le mois d'août est véritablement devenu le grand mois du tourisme et des vacances. Dans les grandes stations de la Méditerranée ou de l'Océan (ou de la Manche), toutes les classes sociales se rencontrent alors au même endroit et l'on a

souvent l'impression que les uns sont venus voir les autres s'amuser. Le spectacle n'est pas exempt de quelque cacophonie. Et puis, très vite, le calme revient. Une seconde saison, apaisée, aristocratique et distinguée, commence alors, qui rappelle l'ambiance d'autrefois, et c'est comme une sorte d'été de la Saint-Martin. Mais on mesure à quelles difficultés doit faire face la gestion hôtelière, en présence de ces brusques changements de climat.

Pour ne prendre qu'un exemple du renversement qui s'est produit dans l'équilibre des saisons, l'aristocratique Cannes de Lord Brougham ne se réveillait de son sommeil estival qu'après les premières pluies de l'automne, vers le début d'octobre : les gens alors respiraient et le personnel hôtelier, revenu de Suisse, remettait les hôtels en état pour la clientèle de l'hiver. Il fallait en ces temps-là, si l'on voulait ménager son crédit mondain, être vu au moins une fois sur la Côte avant Pâques, notamment au moment du Carnaval. Mais ensuite, dès le mois de mai, pensions et hôtels se fermaient et la Riviera s'endormait dans la torpeur de l'été, n'appartenant plus, pour plusieurs mois, qu'aux joueurs de boules et aux paresseux habitués des cafés, dégustant une absinthe ou même simplement un tilleul sous l'ombre fraîche des platanes. Tout cela est maintenant inversé et c'est en décembre ou en janvier qu'il faut venir chercher le calme et le silence sur une Croisette désertée, cependant que Nice, toujours vivante mais d'une autre vie, est devenue surtout une grande capitale régionale, dont la prospérité, paradoxalement, ne dépend plus que partiellement du tourisme. Ce sont les Américains qui semblent avoir été les initiateurs de la saison méditerranéenne de l'été, à moins qu'ils n'en aient été simplement que l'amorçage. Pendant la première guerre mondiale, à partir de 1917 ou 1918, l'armée américaine avait installé, pour les blessés en convalescence ainsi que pour certains permissionnaires, des hôpitaux et des maisons de repos dans les Alpes-Maritimes. Après l'armistice, et surtout après 1920, les anciens combattants, qui s'étaient plu sur ces rivages ensoleillés, voulurent les revoir, non plus l'hiver mais l'été, pendant leurs vacances. Une migration estivale commença ainsi à se dessiner, entraînant par la suite une clientèle, non seulement américaine mais française et européenne. Dès 1922 le mouvement était amorcé, et dès 1925 ou 1926 la mode était lancée, avec un succès qui ne s'est pas démenti depuis. Dès 1912, le propriétaire de l'hôtel du Cap d'Antibes, M. Sella, avait construit une piscine d'eau de mer : c'était une inspiration géniale, car comment pouvait-il prévoir le renversement touristique des saisons ?

*

Nous avons en somme, dans le tourisme moderne, distingué une période aristocratique et une période démocratique, l'une romantique, l'autre en voie rapide d'industrialisation. Au tourisme de qualité d'autrefois se substitue un tourisme de quantité, égalitaire et répondant aux exigences de la rationalisation mécanique : c'est le reflet fidèle de l'évolution même de notre civilisation. Dans ce développement, qui couvre maintenant près de deux siècles depuis le Rousseau du lac de Bienne, je rencontre deux personnalités dominantes, que je m'en voudrais de ne pas évoquer, celle de Ritz pour l'âge aristocratique, de Cook pour l'âge démocratique. L'œuvre de Cook est plus durable. Ritz, ce météore, suscite la nostalgie d'un monde féerique disparu : pourrait-il revivre, sous des formes nouvelles adaptées aux conditions du siècle, c'est une grave question, que je pose, plus qu'elle ne se pose.

César Ritz est le magicien qui a conçu, organisé, dirigé l'hôtel de luxe de cet ancien régime touristique qui s'est maintenu jusqu'en 1914. Pendant le dernier tiers du XIX^e siècle et jusqu'au début du XX^e, on peut dire qu'il a été l'animateur de la vie élégante, dont il fut en quelque sorte le maître des cérémonies : action de sa part toute personnelle, car partout où il est il attire à sa suite rois, princes, magnats et leaders mondains. Né en 1850, il tombe malade

en 1902 et cesse toute vie active, mais entre 1870, surtout entre 1880 et le début du siècle nouveau, on peut dire qu'il est associé à tout ce qui se fait d'important dans le haut tourisme, dans tout ce qui touche au loisir organisé de ce qu'on appelait alors « le gratin » : ni le voyage, ni la villégiature, ni l'hôtel de luxe ne sont plus après lui ce qu'ils étaient auparavant.

Étonnante carrière ! Ritz était le treizième enfant d'une famille de montagnards, vivant à Niederwald dans le Valais, sur la route de Brigues au col de la Furka. Dans son enfance il a gardé les bestiaux, mais très vite l'Exposition universelle de 1867 l'attire à Paris. Le voici garçon à tout faire à l'hôtel de la Fidélité, puis dans un bar, puis dans un restaurant à prix fixe. À la veille de la guerre franco-allemande il entre chez Voisin, où, sous la direction de Bellanger qui en est le patron, il apprend à servir et à connaître la grande clientèle internationale : le Prince de Galles, le comte Nigra, Sarah Bernhardt, les vedettes du théâtre et du demi-monde, car les femmes du monde ne vont pas au restaurant. Chez Voisin il a appris, et il le fait avec une extraordinaire maîtrise, à orienter le choix du client vers les vins de la cave qu'il recommande, Bellanger lui-même en est émerveillé. Un peu plus tard, en 1872, quand la paix est revenue, c'est au Splendide qu'il découvre les problèmes de l'hôtel de luxe : « Quoi, pas d'eau glacée, pas de salle de bain ? » dit devant lui un Américain, et la remarque germera dans l'esprit fertile de ce maître d'hôtel-né. Cette éducation, dont il profite au maximum, il la continue à Vienne au restaurant des Trois-Frères-Provençaux, au Grand Hôtel de Nice où il dirige le restaurant. En 1874 il est maître d'hôtel au Righi-Kulm, et c'est là que sa chance lui fait rencontrer le fameux animateur hôtelier suisse, le colonel Pfyffer d'Altishofen, le fondateur du Grand Hôtel National de Lucerne, de réputation européenne.

C'est une circonstance tout exceptionnelle qui attira l'attention du colonel sur ce maître d'hôtel encore totalement inconnu.

Voici le récit qu'en a fait Mme Ritz dans le livre consacré par elle à son mari ² :

On est en septembre, la température descend à moins huit degrés, et, catastrophe, l'appareil de chauffage éclate. Or on attend un groupe de quarante Américains, voyageant luxueusement, pour le déjeuner ! Ritz alors commande de mettre de suite quarante briques à chauffer au four, fait transporter une des tables de la table d'hôte dans le salon rouge, plus petit. Il fait apporter quatre potiches de cuivre du hall et les place autour de la table dans le salon. Quand les voyageurs arrivent, on les reçoit dans le salon rouge où la table est dressée : les quatre potiches ont été remplies de charbon de bois qui brûle et réchauffe gaiement l'atmosphère. Chaque hôte trouve sous sa table, à ses pieds, une brique chaude enveloppée de laine. Le déjeuner commence par un consommé bouillant et se termine par des crêpes flambées. Réchauffés et alimentés, les voyageurs partent ravis, sans s'être aperçus du froid.

Pfyffer entendit parler de ce haut fait hôtelier et voulut en connaître le héros. C'était pour Ritz le pied à l'étrier. Le colonel ne tarde pas à l'appeler à la direction du National et c'est le déclenchement d'une fulgurante carrière où, non plus seulement comme maître d'hôtel ou directeur mais désormais comme organisateur, créateur, animateur des plus grands établissements de luxe de l'époque, il rénove l'industrie hôtelière tout entière. Son action s'exerce sur le National de Lucerne, les Roches-Noires de Trouville, le Grand Hôtel de Monte-Carlo, le Minerva de Baden-Baden, le Frankfurter-Hof, les Thermes de Salsomaggiore, la Villa-Hygeia de Palerme, l'August-Victoria de Wiesbaden, les Îles-Britanniques de Menton.... Mais c'est l'Angleterre qui devait, dans sa carrière, tenir peut-être la place la

² M. L. RITZ, *César Ritz*, Éditions Tallandier.

plus importante et la plus féconde. Le Savoy de Londres était à l'avant-garde du progrès hôtelier, comme l'Angleterre était encore, en cette fin du XIX^e siècle, à la tête du progrès industriel et commercial : c'était elle qui donnait le ton dans le tourisme. Il y avait au Savoy soixante salles de bain, fait exceptionnel en Europe, ainsi que toutes sortes de dispositions nouvelles, notamment des ascenseurs, qualifiés d'*ascending-rooms*.... Invité par le propriétaire à diriger le restaurant, Ritz devient directeur de l'hôtel en 1889, où il reste jusqu'en 1898. Sur l'initiative de Ritz, ce sont des capitaux anglais qui instituent le Carlton de Londres, et le Ritz de Paris, couronnement de cette carrière extraordinaire, car, sous l'égide de ce magicien, des Ritz se construisent en tous pays, à Madrid, au Caire, à Johannesburg.... Un hôtel Ritz est synonyme d'établissement de haut luxe, où l'on peut s'inscrire les yeux fermés : la marque est devenue indiscutée.

Pareille œuvre témoigne d'une exceptionnelle personnalité, d'un sens étonnant de l'imagination hôtelière et touristique, d'une séduction personnelle incomparable. Ritz renouvelle la conception de l'hôtel, qui se ressent encore après un demi-siècle de son passage et de ses initiatives. Préoccupé tout d'abord de l'importance de la cuisine, de la qualité des vins en quoi il est expert, il établit comme principe que les maisons dont il s'occupe doivent avoir une table particulièrement raffinée. Son association avec le grand cuisinier Escoffier est restée fameuse. Sous son influence, l'ancienne salle à manger compassée et ennuyeuse ne se reconnaît plus : la table d'hôte est condamnée, au bénéfice des petites tables individuelles. Le personnel des serveurs se différencie selon une hiérarchie comportant des uniformes gradués, depuis l'aide le plus modeste, jusqu'au maître d'hôtel. Cette tenue, instituée par Ritz et Escoffier, subsiste encore aujourd'hui, à ceci près que le maître d'hôtel n'est plus en habit, mais en veston noir et pantalon rayé. Ritz exerce son action jusque sur l'heure des repas et leur place dans la vie mondaine ; c'est lui qui fait du five o'clock une institution, qui, le premier, organise à Londres, à Paris, dans les capitales européennes, des dîners élégants dans les hôtels, obtenant, ce qui est un tour de force, que les femmes du monde considèrent comme admis d'y figurer. Sévère sur la tenue, ennemi du laisser-aller, il organise pour les grands de ce monde des fêtes dont le récit nous paraît aujourd'hui relever des Mille et une Nuits. Les rois, les princes, les magnats lui commandent des dîners spéciaux, pour lesquels il se fait donner carte blanche et qui laissent les invités émerveillés. Il semble que, pendant vingt-cinq ans, il préside à une fête perpétuelle, évoquant cette « douceur de vivre » d'Ancien Régime dont avait parlé Talleyrand.

Son action n'est pas moindre sur la rénovation de la chambre d'hôtel et sur son mobilier. Il avait à vrai dire eu un précurseur, dans une large mesure un inspirateur, dans la personne du créateur du Savoy de Londres, Richard d'Oyly Carte : c'est lui qui avait, dans cet hôtel d'avant-garde, multiplié les salles de bain, et c'est lui aussi qui avait éclairé électriquement le Savoy-Theater (on appelait ce théâtre *The Electricity*). Ritz héritait de la tradition des lourdes draperies aux fenêtres, des peluches, des franges, des pompons, des glands poussiéreux, et aussi des tables de toilette pourvues de cuvettes et de pots à eau. C'est sous son influence que se généralise la salle de bain moderne attenante à chaque chambre, c'est lui qui supprime les tentures et fait peindre les murs des appartements, qui soigne avec amour le mobilier (notamment quand il construit le Ritz de la place Vendôme), qui inaugure l'éclairage indirect.

On peut dire en somme que Ritz a été le metteur en œuvre des distractions et des villégiatures de toute une époque, l'époque décrite par Paul Bourget, par Abel Hermant, par Marcel Proust. Raconter sa vie, c'est évoquer les figures mondaines qui ont marqué cet ancien régime, dont 1914 a brusquement amené la fin. Voici le « Prince de Galles », le futur Edouard VII, un de ses clients les plus fidèles, voici Lady de Grey, l'animatrice de la société londonienne au zénith de la gloire britannique, la tsarine, tragiquement disparue, Boni de Castellane, cet étonnant prince de la fantaisie et du luxe, d'innombrables princes allemands

maintenant oubliés, des grands ducs russes disparus depuis dans la révolution, Melba, Sarah Bernhardt, et puis la cohorte des magnats financiers, notamment le groupe des mines d'or ou de diamant de l'Afrique australe, Cecil Rhodes, Sir Alfred Beit, Barnato.... Ces ombres se sont maintenant évanouies, mais l'œuvre de Ritz subsiste dans l'histoire : elle est un peu comme le reflet d'un passé légendaire, et l'on se demande si un autre Ritz serait même possible aujourd'hui.

*

Si j'ai parlé d'abord de Ritz bien qu'il soit postérieur à Cook, c'est parce que l'influence de l'initiateur des voyages collectifs survit à celle du génial hôtelier. Le tourisme démocratique du XX^e siècle existe déjà virtuellement dans l'œuvre réalisée au XIX^e par la firme fameuse de Cook and Son. Distinguons en effet Thomas Cook (1808-1892) et son fils, collaborateur et successeur, John Mason Cook (1844-1898). Leur œuvre peut se résumer tout entière dans l'épithète du père : *He made travel easier*, il a rendu le voyage plus facile³.

Ritz était par excellence un homme du métier dans l'hôtellerie, mais la carrière initiale de Cook ne l'avait en rien préparé à l'étonnante action touristique qui fut la sienne. Ses convictions mêmes le portaient dans un sens différent, car, ébéniste par profession à Leicester, c'est pour l'apostolat de la tempérance qu'il se passionnait : *total abstainer, teetotaler* convaincu, il était en même temps ennemi juré du tabac : toute l'idéologie puritaine, libérale et missionnaire de l'âge victorien s'exprimait dans ce baptiste fervent à l'âme d'évangéliste. C'est en organisant des meetings de tempérance qu'il est amené à concevoir le voyage collectif. Le 5 juin 1841, alors qu'il est toujours ébéniste, il a l'idée de réaliser le premier train d'excursion collective, de Leicester à Loughborough, pour transporter un groupe important de militants à une manifestation de tempérance : le déplacement comporte le trajet aller et retour par chemin de fer, ainsi que le ravitaillement des participants ; de concert avec le Midland Railway, alors à ses débuts, un train spécial a été constitué avec émission de billets collectifs spéciaux pour la circonstance. C'est le premier *personally conducted tour*, et tout, par la suite, sera sorti de là. On raconte bien que, dès avant cette date historique, une excursion collective de même nature avait eu lieu pour assister à une exécution capitale dans les Midlands, mais on peut dire néanmoins que tout l'honneur de l'innovation revient à l'étonnant ébéniste, *cabinet maker and wood turner*, éditeur du *Monthly Temperance Magazine*, de la revue *The Antismoker*, et porteur du *blue ribbon* des abstinents.

Le meeting de Loughborough a obtenu un tel succès que de tous côtés on demande à Cook d'organiser, selon la même méthode, d'autres meetings de tempérance. Avant cette date historique il n'avait été qu'une seule fois en chemin de fer et, le soir de ce triomphe, il ne se doutait certainement pas de l'immense carrière qui venait de s'ouvrir devant lui et, de façon plus générale, devant cette activité nouvelle qu'on n'avait pas encore qualifiée de tourisme. Toujours est-il que, dès 1842, le plus clair de son temps se passe à mettre sur pied des manifestations de tempérance et des excursions d'enfants des écoles du dimanche, avec transport collectif sous sa direction. C'est alors qu'il s'établit comme *excursion agent* à Leicester, cependant que sa femme ouvre un hôtel de tempérance.

Le succès est complet et l'expansion de l'entreprise répond tellement aux besoins nouveaux de l'époque qu'il apparaît en quelque sorte naturel. Il s'agit d'abord d'excursions collectives par chemin de fer dans un rayon relativement limité, Liverpool, puis Glasgow,

³ Cf. JOHN PUDNEY : *The Thomas Cook story*, London, Michael Joseph.

Gloucester, Bristol... et bientôt le système s'étend à toute l'Angleterre. En 1851, Cook organise la visite de l'Exposition universelle de Londres et il a l'idée du premier voyage ouvrier d'étude dans la capitale. Il a dès lors atteint l'horizon national et il est logique que l'affaire maintenant déborde sur le continent. En 1855 il met sur pied une visite à l'Exposition universelle de Paris, toujours sous le signe de l'antialcoolisme mais aussi, en bon idéaliste, pour contribuer à la paix universelle et au rapprochement des peuples. Entre-temps il a fondé une revue, *The Excursionist*, dont la publication se poursuivra jusqu'à la seconde guerre mondiale. En 1857 il organise le premier voyage circulaire sur le continent, en Belgique, Allemagne et France, qu'il conduit personnellement avec un interprète, car, en bon anglais, il ne sait pas un mot de français. Puis il attaque la Suisse, l'Italie, tandis que déjà il songe aux États-Unis, à l'Égypte et à ces « pays orientaux de la Bible (*eastern lands of the Bible*) » dont on devine le prestige pour ce baptiste de conviction. Il a d'abord tout fait avec son fils, véritablement né dans le tourisme, et un seul employé, mais il faut bien que l'administration de l'affaire se développe : en 1864 il transfère son siège de Leicester à Londres, d'abord à Fleet Street, ensuite dans le building devenu fameux de Ludgate Circus.

Désormais l'horizon de Cook s'étend pratiquement à toute la planète. En 1865 il a pris contact avec les États-Unis, concluant des ententes avec l'American Express et les compagnies de chemins de fer américains. En 1867, à l'Exposition universelle de Paris, 20 000 visiteurs relèvent de son organisation. Puis, dès 1868, c'est l'Égypte et la Palestine avec les bateaux sur le Nil, et puis l'Inde, en somme le monde entier. Cook est plein d'imagination, prêt à organiser n'importe quel type de voyage. En 1871, après l'armistice et la Commune, tout de suite il envoie dans Paris, encore fumant de ses incendies, des touristes britanniques avides de visiter la capitale après ses épreuves. En 1882, c'est lui qui se charge de préparer et de conduire le voyage du Prince de Galles en Orient, tandis qu'il accepte en 1884, et c'est un développement inattendu de l'administration touristique, la responsabilité du ravitaillement de l'expédition qui part pour Khartoum au secours de Gordon. La firme Cook and Son s'est fait une spécialité des voyages royaux : tour du monde des deux fils d'Édouard VII (dont le futur George V), déplacements dans le Midi de la reine Victoria, du « Prince de Galles » qui est devenu le duc de Windsor ; tout récemment encore la princesse Margaret s'adressait à l'organisation fameuse pour un voyage en Italie. C'est encore celle-ci qui, au jubilé de la reine Victoria en 1887, prend en main les princes indiens : « l'un d'eux lui demande un *conducted tour* pour 200 serviteurs, 50 *family attendants*, 20 chefs, 10 éléphants, 33 tigres, mille malles.... La visite de Guillaume II en Palestine se fait sous son égide : 120 Allemands, 100 pachas et leur suite, 25 journalistes. John Mason, qui « accompagne » ce cortège officiel, y tombe en quelque sorte sur le champ de bataille : la suite du Kaiser consomme abondamment vins et alcools ; en bon fils de son père, lui ne boit que de l'eau, attrape la typhoïde et en meurt. Il faut avouer que Dieu met ses serviteurs à terrible épreuve.

Dans cette immense entreprise, le vieux Cook a été l'initiateur, le créateur, c'est son fils John Mason qui a mis sur pied l'organisation mondiale que chacun connaît, mais dès le début tous les traits essentiels de la conception sont là. Cook, il faut bien le noter, n'est en rien semblable à Ritz. Ce n'est pas un hôtelier, ce n'est pas non plus un transporteur, c'est un organisateur de voyages, un intermédiaire entre les compagnies de chemins de fer ou de navigation, les hôteliers et les restaurateurs. Il a compris tout de suite, par un coup de génie, le rôle du rail comme force sociale, comme expression de la démocratie. Nous devons, dit-il, avoir le chemin de fer pour les millions (*Railways for the million*) et il se rencontre dans ce raisonnement avec les pionniers ferroviaires, qui se rendent compte qu'il est plus profitable de transporter le maximum de passagers à prix réduits qu'un petit nombre à tarifs élevés. Mais il a compris aussi, et même dans un temps où les complications administratives du voyage étaient réduites au minimum, que le voyageur, naturellement paresseux, demande qu'on se

charge de tout à sa place. Dès ses premières réalisations le voyage collectif a ainsi pris figure, en dépit des moyens réduits de l'époque. Voici par exemple les conditions de *Mr. Cook's excursion* de Lough à Leicester le 5 juillet 1841 : Un shilling pour le trajet aller et retour en chemin de fer ; neuf voitures ouvertes pour 570 passagers et un orchestre ; à l'arrivée à la gare on s'organise en cortège pour traverser la ville en musique ; thé et sandwiches ont été prévus pour mille personnes ; jeux, discours, musique ; retour à dix heures et demie du soir... et la foule, au terme de l'excursion, acclame les « pionniers » du tourisme. La méthode employée est simple. Aux compagnies de chemin de fer ou de navigation Cook dit : « je vous achète globalement un ensemble de billets et c'est ensuite à moi de m'entendre avec les touristes. » Toute une série de combinaisons s'ouvre alors, dont le développement conduit au billet circulaire, pratique maintenant devenue générale. Mais, une fois cet accord conclu avec le transporteur, Cook se tourne vers les hôteliers auxquels il envoie ses clients, sans se charger quant à lui de les loger : il se porte du reste garant du paiement dès l'instant que les tarifs ont été fixés, les clients payant en coupons-Cook que très vite la plupart des hôtels acceptent d'honorer. Les voyageurs Cook ne sont cependant pas ensuite abandonnés à eux-mêmes, au point que les critiques ne tardent pas à prendre en pitié « ces malheureuses créatures, groupées en escouades de quarante unités, qui jamais ne se séparent, toujours suivant leur guide, qui, tantôt devant, tantôt derrière, les encercle comme un chien de berger, en effet un véritable troupeau ». Un pamphlétaire imagine un chœur exprimant la plainte des touristes – « Nous voulons prier dans nos églises, aller dans nos théâtres, dîner dans nos restaurants, hélas on ne nous le permet pas ! » Ces reproches sont devenus classiques, mais on oublie trop que, de la sorte, les voyages devenaient faciles et, ajoutons-le, accessibles de plus en plus aux bourses modestes. Par ailleurs Cook, toujours précurseur, s'était, dès les temps héroïques de son affaire, occupé de publier de petits guides indiquant les monuments, les curiosités, les sites qu'il fallait ne pas manquer. Ainsi la technique du voyage collectif trouvait tout de suite, sinon sa perfection, du moins ses traits essentiels.

Mais quelle différence entre Cook et Ritz ! Cook n'aime pas la bonne cuisine ou du moins il s'en désintéresse totalement. S'il laisse boire du vin à ses clients c'est tout au plus à titre de tolérance. « Le malheur des hôtels français, écrit-il, est de donner du vin avec le repas. » Si tels voyageurs sont assez immoraux pour demander de l'alcool, ce n'est pas lui qui le leur fournira : ce sera l'affaire des maîtres d'hôtel et lui il voudra bien fermer les yeux. Sa sévérité est à peine moindre pour le tabac : la visite à l'Exposition de Londres en 1862 est conçue selon les principes de la plus stricte tempérance, mais une salle est prévue, non sans une implicite réprobation, « pour ceux qui s'imaginent ne pas pouvoir survivre sans émettre un peu de fumée ». Il reste toujours moralisant, plein de méfiance pour le péché continental ambiant : si les Anglais « auront beaucoup à apprendre à Paris, ils y apprendront aussi à regretter le dimanche anglais et l'apprécieront ainsi davantage ». Mais ce XIX^e siècle puritain est peut-être plus près de nous que l'aristocratique fête Ritzienne, par cette prévision du tourisme organisé qui marque notre temps.

César Ritz serait sans doute plus dépaysé dans le monde d'aujourd'hui que John Mason ou même que le vieux Thomas Cook avec son accent de Leicester, mort en 1892 à quelques kilomètres de l'endroit même où il était né, sans jamais avoir appris les langues étrangères. Ritz était de son temps et aura passé avec lui, tandis que les deux Victoriens agissaient en précurseurs, ayant prévu et préparé la vie collectivement organisée et dirigée de l'âge administratif.

L'affaire Cook, associée maintenant à la Compagnie internationale des wagons-lits, était restée la propriété de la famille jusqu'à la fin de la décade 1920-1930, et elle s'était développée naturellement en entreprise mondiale, comptant les clients par millions, les employés par dizaine de mille, les agences par centaines dans plus de soixante pays. Le siècle

central issu d'un modeste ébéniste aidé de son fils en était venu à comporter, sans avoir eu à sortir de son génie initial, un *Eastern Princes Department*, un *Pilgrimage Department*, un *Air Travel Department*, sans parler de services monétaires que plus d'une banque pouvait envier.

*

L'âge héroïque du tourisme est maintenant dépassé. Quels que soient les noms de leaders éminents que l'on soit tenté de mentionner dans la création ou la gestion des foyers touristiques à la mode, c'est surtout d'organisation qu'il faut parler désormais. L'étape à laquelle nous sommes parvenus à cet égard est celle de l'efficacité et le tourisme s'est constitué en profession : une profession magnifiquement constituée, avec ses agences nationales et internationales, son personnel spécialisé, sa littérature de guides dans la tradition perfectionnée des « Baedeker » des « Joanne » et des « Michelin », sa publicité, ses réseaux bancaires, et au sommet sa politique, dont ne se désintéressent pas les véritables hommes d'État.

La généralisation des voyages, des déplacements de vacances, des excursions collectives, des croisières n'a pas seulement changé les mœurs, elle a modifié les conditions des échanges. On peut dire que le tourisme est devenu, parmi les « exportations invisibles », l'une des plus importantes, car le touriste étranger apporte avec lui comme une manne ou plutôt, à la façon des alluvions du Nil, un appoint extraordinaire de richesse.

Ainsi, le voyage, le tourisme, l'hôtel sont engagés en plein dans cet âge industriel dont il faut bien qu'ils subissent les lois. À première vue il semble que ce soit un courant à sens unique, inexorable, mais il n'est pas sûr qu'il en soit tout à fait ainsi. Il y a lieu de penser que le souci de la *qualité* dans la villégiature – et je ne parle pas seulement ici des milliardaires – n'a pas disparu, car il y aura toujours sans doute des gens au goût raffiné, sachant distinguer, comme dans *L'Invitation au Voyage*, ce qui est « ordre et beauté ». Leur fournir ce qu'ils souhaitent n'est pas uniquement affaire d'argent, mais d'éducation. L'hôtel de type américain représente un indiscutable progrès et sans doute fera-t-il école, comme ont fait école les méthodes industrielles des États-Unis. Mais il faut, et c'est l'intérêt même de la plus haute civilisation, qu'une belle tradition hôtelière européenne ne disparaisse pas.