

LEVY, BERTRAND, 2007, LE MODÈLE DE LA VILLE TOURISTIQUE DU MIDI SELON HERMANN HESSE (1925). UNE LEÇON DE LA LITTÉRATURE A LA GÉOGRAPHIE, *ANALELE STIINTIFICE ALE UNIVERSITATII ALEXANDRU ION CUZA, IASI* », T. 58, S. II, 155-160.

LE MODELE DE LA VILLE TOURISTIQUE DU MIDI SELON HERMANN HESSE (1925). UNE LECON DE LA LITTERATURE A LA GEOGRAPHIE

Bertrand Lévy, Département de Géographie et Institut Européen de l'Université de Genève

Abstract : In 1925, the German-born writer Hermann Hesse, living then in Tessin, the Italian-speaking part of Switzerland, wrote a visionary text entitled *The Tourist City in the South*. This text is considered as a primer in the encounter of humanistic geography and literature. In focusing on both structure and lived experience in a tourist city, the writer anticipates the debate in contemporary tourism geography : how to build a model for a such a tourist city and what type of criticism may arise from such a social construction ?

Key-words : literature, geography, tourist city, lived space, anticipation

Géographie, littérature et tourisme

La littérature offre plus d'un point de vue de rencontre avec la géographie. Toutes deux décrivent des paysages par des mots, toutes deux offrent au regard du lecteur une reconstitution du vécu dans l'espace, et toutes deux sont porteuses, dans ces circonstances-là, du sens de l'espace et de l'existence. De nombreuses études ont déjà paru qui encouragent l'usage de la littérature par les géographes pour différentes raisons (Tuan, 1978 ; Pocock, 1981 ; Lévy, 2007). Dans le contexte du tourisme, l'écrivain (et l'artiste en général) est souvent un faiseur de mode ; il façonne le goût de ses contemporains et de ses lecteurs ; il incite à découvrir de nouveaux lieux touristiques, parfois malgré lui. Historiquement, les poètes romantiques anglais tels Wordsworth et Shelley sont à l'origine de la vogue pour la région du Lake District (Angleterre) (Newby, 1981), Jean-Jacques Rousseau et sa *Nouvelle Héloïse* ont fait connaître le lac Léman à l'Europe, entre autres exemples. Par rapport à la paralittérature des guides ou de la promotion touristique, la littérature se révèle plus libre, moins soumise aux pouvoirs économiques, et sera ainsi à même d'exprimer des critiques et d'être visionnaire en regard du phénomène touristique. Dans le contexte contemporain, il est de plus en plus fait appel à la littérature pour seconder le phénomène touristique, produire du « tourisme intelligent » ; de nombreuses collections de guides et d'itinéraires littéraires (comme « Le Goût des villes » édité au Mercure de France ou les itinéraires littéraires comme « Torino Letteraria », conçu par la Ville de Turin et Turismo Torino) éclosent en Europe. Ils sont là pour montrer que la littérature répond aussi à une demande touristique, tant culturelle que sociale. Les géographes, aux côtés des historiens et des chercheurs en littérature, sont souvent impliqués dans cette démarche qui approfondit la nature du lieu, et le fait connaître aux touristes comme aux autochtones.

Hermann Hesse (1877-1962) est lui-même connu pour avoir été très critique par rapport au tourisme en général, comme le furent la majorité des écrivains de son époque. Les chercheurs

du groupe MIT (2002) notent à juste titre que les écrivains ont eu un « effet de masse » critiquer les touristes, considérant qu'eux-mêmes faisaient partie d'une élite voyageuse plutôt que touristique. N. Giudici (2000 : 389) a montré que Hermann Hesse lui-même, à travers les récits de voyage et les descriptions de paysages qu'il envoyait à de grands journaux germaniques, a été l'un des promoteurs du tourisme d'hiver et du ski dans les Alpes. Le texte que nous analysons ici, « Die Fremdenstadt im Süden » (La ville touristique du Midi) est d'abord paru dans le *Berliner Tagblatt* du 31 mai 1925, donc s'adressant à une population du Nord friande du Sud, en pleine période de printemps. Le texte a fait l'objet de nombreuses rééditions tant en allemand qu'en langues étrangères, Hermann Hesse demeurant l'auteur de langue allemande le lu dans le monde.

Le modèle de la ville touristique du Midi

Le texte de Hesse montre une anticipation géographique remarquable concernant les goûts de l'« homo touristicus » moderne en matière de paysage urbain idéal. Remarquons qu'une année plus tard, en 1926, Stefan Zweig (2000) signe son célèbre « Voyageurs, ou voyagés ? » qui distingue le voyageur actif du voyageur passif. Hesse commente, mi-amusé et mi-ironique, les pratiques touristiques modernes. Il enregistre les impressions et les faits, lui-même se plaçant au centre d'un décor de carton-pâte ou d'opérette qui modèle l'aspect de la « ville étrangère du Sud ». Celle-ci ne porte pas de nom propre, mais il pourrait s'agir d'un Ascona ou d'un Lugano de l'époque ; Hesse vivait alors à Montagnola, situé au-dessus de Lugano, dans le Tessin, la partie italophone de la Suisse. En abstrayant ce modèle de villes côtières, Hesse le hisse au rang de symbole universel qui pourrait recouvrir pêle-mêle Nice, Rimini, Palma de Majorque, Rio de Janeiro ou Honolulu, avec toutefois une tonalité européenne, et une coloration italienne.

« Ce genre de ville est l'une des plus plaisantes et des plus lucratives entreprises de l'esprit moderne. Sa naissance et son organisation reposent sur une synthèse géniale que pouvaient seuls concevoir de très profondes connaissances de la psychologie particulière aux habitants des grandes villes, à moins qu'on ne veuille définir cette synthèse comme une émanation directe de l'âme de la grande ville, comme la réalisation de son rêve ; car cette création matérialise, à un degré de perfection idéale, tous les désirs de vacances et de nature dont est remplie l'âme de l'habitant moyen d'une grande ville » (Hesse, 1988 :211).

Cet endroit rêvé, à la fois lieu plaisant pour les touristes et entreprise lucrative pour les agents touristiques, devra à la fois être aux antipodes des caractéristiques de la grande ville (du Nord), et à la fois contenir des éléments rassurants pour le touriste, les fameux « amortisseurs de dépaysement » dont parle Marc Augé (1992). Comme l'homme aspire généralement à ce qu'il n'a pas, la ville touristique du Midi devra être de dimension réduite (puisque le touriste vient de la grande ville), ou alors, si elle est de grande dimension, être chaleureuse, conviviale, et « authentique ». De surcroît, le citadin, dans l'optique post-romantique de Hesse, apprécie la vie idyllique, le calme et la beauté de la nature, une nature non pas sauvage mais domestiquée, « fabriquée » pour l'usage du citadin.

Les premiers caractères de cette ville sont donc à la fois un lieu plaisant, un lieu rêvé de l'habitant des grandes villes, si l'on se place sous le point de vue du touriste, et une entreprise lucrative, si l'on se place du côté des agents touristiques. Le lieu plaisant suppose un site géographique ouvert sur le paysage environnant. On peut imaginer par exemple un site en amphithéâtre dominant une mer ou un lac, ou un site plus plat mais possédant une vue intéressante. Ensuite, ce site est transformé en entreprise économique, ce qui suppose la mise en valeur du lieu, par la construction d'hôtels en bordure du rivage, de promenades ou de circuits organisés, par voie d'eau ou de terre, de visites de monuments et de villages de

pêcheurs, par exemple. Enfin, le besoin de nature et d' « authenticité » rappelle ici tous les caractères du Midi, puisque le touriste provient du Nord. Voilà comment l'écrivain décrit la coïncidence de la demande et de l'offre touristiques :

« Le citadin aisé entend disposer, pour le printemps et l'automne, d'un Midi qui corresponde à l'image qu'il s'en fait et aux besoins qu'il en éprouve, un Midi véritable, avec palmiers et citronniers, lacs bleus, petites villes pittoresques ; cela, on pouvait facilement se le procurer. Cependant, le citadin demandait en outre une vie de société, il exigeait de l'hygiène et de la propreté, il entendait vivre dans une atmosphère citadine avec de la musique, de la technique, de l'élégance ; il comptait sur une nature totalement soumise à l'homme et transformée par ses soins, une nature qui certes devait lui dispenser ses charmes et ses illusions, mais qui devait en même temps se montrer docile et ne rien exiger de lui (...) » (Hesse, 1988 :212).

Cette ville-paysage, concrétisation d'une image rêvée et d'une représentation sociale, est hautement sophistiquée sur le plan de la civilisation et de la technique ; rien n'empêche en théorie ses concepteurs de la produire à plusieurs dizaines d'exemplaires. Voilà comment elle se dessine sur le plan géographique : il se profile d'abord la ligne doucement incurvée des quais au-delà de laquelle s'étend un lac aux eaux bleues, morceau de nature préservée et endiguée. Le long de la rive sont amarrées de petites embarcations élégantes et garnies de coussins impeccables, des hommes en pseudo-costume de marin les louent. Ils ont les bras nus, sont bien bronzés, parlent le bon italien, mais sont cependant capables de vous répondre dans toutes les langues ; « leurs yeux brillent comme ceux des gens du Midi, ils fument de longs cigares très minces et produisent un effet pittoresque » (Hesse, 1988 :213). Là où la science sociale évoquerait la folklorisation et la valetisation de l'autochtone, (Knafo, 1992), Hesse évoque en termes colorés le personnel touristique, et il ne perd jamais de vue le combat pour la survie économique d'une gente méridionale souvent contrainte à émigrer avant l'avènement du tourisme.

L'urbanisme de la ville touristique est marqué par le « lungomare », avec son avenue à deux voies : « celle qui regarde la lac, ombragée par des arbres soigneusement taillés, est réservée aux piétons ; l'autre est une artère à grand trafic, aveuglante et torride, pleine d'omnibus, d'hôtels, d'autos, de tramways et de voitures à chevaux » (Hesse, 1988 :213). « La ville touristique est bâtie en bordure de cette avenue. Il lui manque une dimension par rapport aux autres villes : elle s'étend uniquement dans le sens de la longueur et de la hauteur, mais pas en profondeur » (Hesse, 1988 :213) Combien de villes touristiques ne répondent-elles pas à cette description de la ville-façade étirée le long de son bord de mer ou de lac ? Des hôtels Carlton, Excelsior, Continental ou Beau-Rivage sertissent cette orgueilleuse ceinture de bord de mer ou de lac. Côté cour, la vieille-ville respire la fameuse authenticité prisée par le touriste curieux. Elle possède un étroit marché imprégné d'odeurs fortes où l'on vend du poisson, des légumes et de la volaille, des enfants jouent pieds nus au football avec des boîtes de conserve, des mères aux cheveux flottants hurlent le nom de leur progéniture aux beaux noms classiques (Hesse, 1988 :213). L'écrivain nous restitue l'ambiance de ces quartiers frétilant de vie :

« Là on respire l'odeur du salami, du vin, des cabinets, du tabac et des petits métiers manuels. Là, des hommes en manches de chemise, pleins de jovialité, se tiennent devant la porte ouverte de leur boutique, des cordonniers travaillent directement sur la rue, tapant le cuir ; là tout est authentique, d'origine et vivement bariolé, on pourrait à tout moment sur cette scène voir commencer le premier acte d'un opéra » (Hesse, 1988 :214).

Dans cette ville ancienne et authentique, qui sert de coulisses à la façade du front de mer ou de lac, le touriste passe une ou deux heures, poursuit notre guide. Un troisième cercle géographique s'étend plus loin, la campagne avec ses bourgades, où le touriste s'aventure très rarement.

Conclusion

L'évolution de cette « Ville touristique du Midi », certes dupliquée à des multiples exemplaires sur la planète mais qui chez Hesse possède une tonalité régionale italienne liée à son expérience vécue, s'est faite dans le sens d'un rapprochement du style de vie des populations autochtones et touristiques. Nous parlons ici d'un tourisme qui va de centre à centre, dans un contexte géographique de pays développé. Toutefois, ce phénomène d'égalisation des niveaux socio-économiques locaux et touristiques, ainsi que la standardisation des pratiques touristiques n'est pas encore à l'œuvre dans le Tessin des années 1920. C'est pourquoi le centre-ville historique de la « Ville touristique du Midi » est dépeint un peu à l'image d'une ville d'un pays en voie de développement actuel. A l'heure actuelle, les centres-villes historiques du Tessin sont désormais gentrifiés, mais il demeure tout de même quelques traces jalousement conservées de cette atmosphère typique du Midi à laquelle tant l'autochtone que le touriste sont attachés. L'autre grand changement consiste dans la couverture de plus en plus complète, sur le plan spatial et temporel, du territoire. Le touriste d'aujourd'hui reste plus qu'une heure ou deux dans les centres historiques et il s'aventure plus souvent dans la campagne et les endroits éloignés, grâce aux routes désormais carrossables.

Là où la littérature est précieuse pour le géographe, c'est dans l'évocation de l'espace vécu des touristes faite par le descripteur, dans le processus de découverte et d'exploration de l'espace. En cela, la littérature, traitant ici d'un espace touristique, est apte à compléter des études de sciences sociales et économiques, qui parleraient de ce phénomène avec un langage certes plus objectif, mais moins ressenti sur le plan humain.

Bibliographie

Augé, Marc (1992), *Non-Lieux : introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil.

Cazes, Georges ; Potier, Françoise (1997), *Le tourisme urbain*, Paris, PUF, Que-sais-je ? no 3191.

Nicolas Giudici (2000), *La philosophie du Mont Blanc. De l'alpinisme à l'économie immatérielle*, Paris, Grasset.

Hesse, Hermann (1988), « Une ville touristique du Midi », in *Souvenirs d'un Européen*, trad. de l'allemand par Ed. Beaujon, Paris, Calmann-Lévy, pp. 208-215. (éd. orig. « Die Fremdenstadt im Süden », *Berliner Tagblatt*, 31.05.1925, rééd. In *Die Kunst des Müsiggangs*, Frankfurt, Suhrkamp, 1973, pp. 218-222.

Knafou, Rémy (1992), « L'invention du tourisme », in A. Bailly et al., *Encyclopédie de Géographie*, Paris, Economica, pp. 851-864.

Lévy, Bertrand et al. (2002), *Le tourisme à Genève. Une géographie humaine*, Genève, Metropolis.

Lévy, Bertrand (2006), « Géographie et littérature. Une synthèse historique », *Le Globe*, t. 146, pp. 25-52.

MIT (Groupe) (2002), *Tourisme. Lieux communs*, Paris, Belin.

Newby, Peter (1981), "Literature and the Fashioning Tourist Taste", in D.C.D. Pocock (ed.), *Humanistic Geography and Literature, Essays on the Experience of Place*, London, Croom Helm, pp. 130-141.

Pocock, D.C.D. (ed.) (1981), *Humanistic Geography and Literature*, Essays on the Experience of Place, London, Croom Helm.

Raffestin, Claude (1986), " Nature et culture du lieu touristique ", *Méditerranée*, 3, pp. 11-17.

Rieucou, Jean (2006), « La promenade maritime, de la station aristocratique à la ville de l'âge post touristique. L'urbanité d'un espace public aux limites de l'oekoumène », in Rieucou, J, Lageiste, J, (dir.), *L'empreinte du tourisme*, Paris, L'Harmattan, pp. 121-176.

Tuan, Yi-Fu (1978), "Literature and Geography : Implications for Geographical Research", in D. Ley, M.W. Samuels (eds), *Humanistic Geography*, London, Croom Helm, pp. 194-206.

Zweig, Stefan (2000), « Voyageurs, ou voyagés ? », *Voyages*, Paris, Belfond, pp. 135-140, trad. de l'allemand par H. Denis-Jeanroy (1e éd. 1926).