Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 41 (2004)
Heft: 1610

Artikel: Tourisme social : une légende métropolitaine
Autor: Faes, Carole
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1019228

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 07.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Une légende métropolitaine

Les pauvres comme les riches vivent là où ils trouvent un logement plus ou moins proche de leurs souhaits souvent à la mesure de leurs ressources. Le niveau des prestations sociales paraît en revanche sans influence sur le choix du domicile.

Avec les vacances d'été, *Le tourisme social*, titre du dernier numéro des «Cahiers» publiés par l'Ecole d'études sociales et pédagogiques (EESP) de Lausanne intrigue. Ce terme ne sert pas à désigner les séjours où les vacanciers travaillent bénévolement pour une ONG. Le «tourisme social» renvoie à l'idée que les bénéficiaires d'aides émigreraient vers les lieux socialement plus avantageux. Ils s'établiraient dans le canton et la commune qui offrent le niveau de prestation sociale le plus intéressant au vu de leur situation.

La recherche menée sous la direction de Jean-Pierre Tabin, professeur à l'EESP, tord le cou à cette légende en démontrant que l'opacité des dispositifs, les différences importantes entre les cantons et le manque d'information disponible rendent périlleuse toute comparaison un tant soit peu conséquente. Le choix du lieu de résidence est, pour les indigents comme pour le reste de la population, prioritairement lié à la disponibilité d'un logement qui réponde à leurs aspirations. Le deuxième critère serait la fiscalité. Le «tourisme fiscal» qui vise à attirer des contribuables aisés est le pendant du «tourisme social».

Le calcul critiqué chez le pauvre «profiteur» est applaudi chez le riche, ce qui ne prouve pas que les uns et les autres se comportent selon les principes de la rationalité économique, car l'être humain est aussi émotif et sensible. C'est pourquoi les villes jouent aussi la carte du «tourisme culturel». Il suffit de jeter un coup d'œil sur les fêtes, festivals et autres animations en tout genre qui nous attendent cet été, pour se convaincre de leur importance et de leur succès. Dépaysement à domicile ou court séjour à l'occasion d'un événement particulier, les villes veulent plaire et amuser gratuitement. Partir, revenir, visiter, profiter mais ne pas s'impliquer, le tourisme (culturel, fiscal ou tout court) est l'antithèse de l'intégration. L'objectif unique est l'augmentation de l'attractivité du territoire… et donc de sa richesse. Or personne ne sait vraiment ce qui est «attractif» dans telle ou telle politique fiscale. En revanche une certitude existe: les politiques sociales ne le sont pas… Reste la culture. D'elle, et des événements festifs en particulier, on attend tout. Qu'ils rendent le territoire attractif et qu'ils favorisent l'intégration. Le partage d'un moment fort où «être parmi les autres»est vécu positivement (et non pas dangereusement) semble être la quintessence de notre temps. Etre touriste dans sa propre ville et s'y intégrer par la même occasion, que rêver de plus? *cf*

Jean-Pierre Tabin et al., *Le tourisme social: mythe et réalité, l'exemple de la Suisse latine*, EESP, n° 37, Antipodes, 2004.

Sport

L'Europe des supporters

Les petites nations l'emportent dans le sport européen: la Grèce à la surprise générale dans l'Euro de football, le Suisse Federer à Wimbledon, Cancellara, un autre de nos compatriotes dans le Tour de France, et puis, toujours dans la grande boucle, ces cyclistes aux noms imprononçables: Kirsipuu l'Estonien ou Hushovd le Norvégien. Bien sûr, toutes les fins de semaine ne sont pas ainsi et il n'y a aucune leçon particulière à en tirer.

Cet été, au Portugal, des milliers de supporters de chaque nation, tous identiques, portaient le maillot de leur équipe et s'étaient peints le visage aux couleurs de leur drapeau. Il semble que cette mode s'est répandue dans les appartements. Pour regarder son équipe favorite à la télévision, il convient là aussi d'en porter les couleurs. Par ailleurs, une seule tenue universelle se porte chez tous les amateurs du ballon rond par-dessu les frontières: le tricot jaune et vert des Brésiliens. Si vous ne l'aimez pas, deux hypothèses sont possibles, ou bien vous ne comprenez rien au football ou bien vous êtes argentin.

Comme lors de chaque grande compétition, ces spectacles divertissants font l'objet de commentaires sociologiques plus ou moins savants dans la grande presse. Certains soulignent la régression nationaliste que représente le fait de se transformer en drapeau ambulant, d'autres insistent sur le retour à un patriotisme identitaire face à la construction de l'Europe et au rétrécissement du monde. On peut aussi se livrer à des analyses empruntant à l'anthropologie et insister sur le retour de la pensée magique. On porte le maillot de l'équipe pour essayer de lui insuffler de la force et lui faire sentir un soutien à distance.

Ces analyses ne sont pas forcément fausses, mais au fond elles n'ont pas beaucoup d'importance. Le monde du sport qui s'exprime ces jours, c'est avant tout le plaisir d'être entre soi, dans un espace européen plutôt fraternel, où l'on admire les petits sans (trop) se moquer des grands. Pour un Américain ou un Asiatique, croiser des bipèdes vêtus d'orange de la tête aux pieds ou avec des casques de Viking jaunes et bleus représente sans doute un spectacle indéchiffrable. C'est qu'il nous est destiné à nous Européens, il est à usage interne. Dans l'affirmation joyeuse de ses petites patries, c'est notre continent qui s'exprime et qui montre subtilement son unité dans les références partagées. *jg*