

LE TOURISME:

UN MARCHÉ DU RÊVE, DU DIVERTISSEMENT ET DE L'ALIÉNATION

Le discours du tourisme est basé sur l'évasion, la liberté. Une incroyable inventivité commerciale offre ainsi l'illusion de la rupture avec le quotidien : tourisme sexuel, croisières death metal, balades à Barcelone avec des guides SDF ou à Tchernobyl en zone contaminée, tourisme alternatif, toujours responsable et durable...

Mais pour s'évader de quoi au juste ? Les loisirs sont-ils vraiment émancipateurs ? Ne sont-ils pas plutôt une forme de canalisation, de contrôle, de fuite en avant individuelle ? Ne participent-ils pas d'une forme de compensation face à la frustration d'une vie qui nous échappe (notamment au travail) et dont nous perdons le sens ?

Il ne s'agit pas uniquement de s'attaquer aux excès du tourisme de masse: les touristes et les travailleurs du tourisme ne sont, en réalité, que de simples réceptacles des décisions du marché. C'est à ce dernier qu'il faut s'en prendre, en raison des rapports sociaux qu'il crée et de la façon dont il nous (dé)socialise. Sans oublier le principe même du tourisme, et ses supports : valorisation de tout ce qui n'avait pas encore de prix, ubérisation via des plateformes collaboratives, infrastructures numériques, aéroports, autoroutes, etc.

IL NOUS PARAÎT URGENT DE REMETTRE EN CAUSE
LE SOCLE MÊME DU TOURISME :
LE CAPITALISME (ET SON ALIÉNATION GLOBALE)
GÉNÉRATEUR DE LA NOUVELLE ÈRE GÉOLOGIQUE
DANS LAQUELLE NOUS PATAUGEONS DÉSORMAIS...
LE CAPITALOCÈNE.

DE « L'USAGE DU MONDE »
CHER AU VOYAGEUR,

À L'USURE DU MONDE
CHER AU MARCHÉ.

NINA

COORDINATION CENTER PARCS Ni ICI Ni AILLEURS

Contact :
cp-nina@riseup.net

CENTER PARCS

Ni ICI
Ni AILLEURS



COORDINATION CENTER PARCS Ni ICI Ni AILLEURS

NINA

DÉCEMBRE 2018

LE TOURISME, FACE CACHÉE DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme en 2016, le tourisme représente, à l'échelle de la planète, plus de 1,2 milliards de touristes, 1400 milliards de \$ de chiffre d'affaires, 10 % du PIB mondial et génère un emploi sur dix. Troisième industrie mondiale derrière la chimie ainsi que les carburants et devant l'automobile et l'agro-alimentaire, le tourisme serait la « clé du développement, de la prospérité et du bien-être ». Tout baigne, sauf que... le dérèglement climatique s'invite dans ce tourbillon de chiffres et d'auto-satisfaction. L'étude « The carbon footprint of global tourism » montre que le tourisme est responsable d'environ 8 % du total des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'humanité, soit 3 fois plus que les évaluations antérieures.

En 2050, du fait de l'explosion du tourisme, la part des émissions dues aux transports maritime et aérien pourrait représenter 40% des émissions.

Mais la pollution touristique n'est pas faite que du kérosène des avions, du mazout des navires de croisière, des bulles tropicales et des mises en lumière des villes. Elle découle logiquement des biens et services consommés par les voyageurs : restauration, hôtellerie, achats divers... Ces émissions mondiales de déchets sont passées de 3,9 milliards de tonnes équivalent CO₂, en 2009, à 4,5 milliards en 2013.

Pour des pays comme les Seychelles, les Maldives, Maurice, ou Chypre, menacés par le dérèglement climatique, le tourisme génère 30 à 80 % des émissions nationales de CO₂... Ces pays participent à leur propre engouffrement au nom d'un développement aussi illusoire que fragile, toujours au bénéfice unique des touristocrates.

HO, MON BATEAU, TU ES LE PLUS BEAU DES BATEAUX

Le succès des croisières ne se dément pas malgré toutes les critiques et les oppositions face aux effets dévastateurs des navires utilisés. À Marseille, Sète, Nice, Venise ou Barcelone, le mécontentement des riverains gronde contre la pollution engendrée par ces monstres, qui, à quai, rejettent l'équivalent des gaz de 10.000 à 30.000 véhicules, et en propulsion, 5 à 10 fois plus.

Le dérèglement climatique génère de nouvelles opportunités pour les croisiéristes : les zones polaires seront bientôt accessibles aux voyages plus de 125 jours par an, « grâce » à la fonte des glaces.

CENTER PARCS : NI ICI NI AILLEURS, TOUJOURS

Les projets de Center Parcs de Roybon, du Rousset et de Poligny sont des concentrés des méfaits de l'industrie du tourisme en France et ailleurs.

Un exemple: depuis 2007, la multinationale « Pierre & Vacances » veut construire à Roybon un village de vacances privé et clos de 1024 bungalows à louer, avec bulle aquatique chauffée toute l'année à 29°, végétation tropicale, bains à remous, boutiques,

restaurants... Le séjour y est basé sur les stéréotypes de l'exotisme (chaleur, farniente, cocotiers) même si cette pauvre rupture avec le quotidien repose sur le travail précaire, la destruction irréversible des milieux et des modes de vie locaux .

Indépendamment de leur taille, ces trois projets obéissent à la même logique et sont partout portés par les élus et industriels au nom de l'emploi et du nécessaire aménagement des territoires, quels qu'en soient la nature et le prix.

Nous devrions donc, pour qu'ils vendent ce « rêve », accepter la destruction de dizaines d'hectares de zones humides et de forêts dont on sait l'importance pour la ressource en eau, notamment en période de sécheresse.

BLACK OUT SUR LYON : C'EST POUR QUAND ?

Chaque année, c'est la même musique à la fête des lumières de Lyon. Des millions de touristes venus du monde entier, déboulent, ubérisent la ville et consomment,. Ils se bousculent, font la queue pour s'extasier devant les dernières « mises en lumières », forcément « basse consommation » sponsorisées par les entreprises privées (banque, fournisseurs d'énergie) et les collectivités (la mairie est tellement écolo). Le tout dans une agglomération fliquée qui devient le support de la « marque Lyon » : OnlyLyon. Des entrepreneurs peuvent ainsi exporter dans le monde entier (Shanghai, Hong-Kong, Saint-Pétersbourg, Ho-Chi-Minh Ville, La Havane, Hanoï, Francfort, Dubaï...) les produits que sont devenus la ville, la fête et la lumière.

AU DELÀ DE LA POLLUTION, LE TOURISME, C'EST LA MARCHANDISATION DE NOS VIES

Les problèmes des lieux qui accueillent des touristes ne se limitent pas au dérèglement climatique. À Venise, Barcelone, Paris... le tourisme ronge toujours davantage les lieux de vie, les commerces locaux et les remplace par des terrasses de cafés, des boutiques de mode et de souvenirs. Les locations d'appartements sur Airbnb sur de très courtes périodes étant plus rentables que du logement à l'année, les pauvres se retrouvent relégués à la périphérie. Cet envahissement des centres-villes historiques par le tourisme participe ainsi à leur gentrification.

La plate-forme Airbnb propose maintenant des « expériences », par exemple une récolte de truffes, une dégustation de vins, un cours de cuisine, le vernissage d'une exposition. Sous prétexte de services et d'échanges elle développe une marchandisation générale de toutes les relations humaines et sociales, modifiant également nos rapports sociaux. L'industrie du tourisme nous a fait passer de « l'usage du monde » cher au voyageur, à l'usure planifiée du monde. Tout doit passer à la moulinette de la marchandisation et de l'artificialisation : milieux naturels, territoires, modes de vie, métiers, communautés, corps et esprits...