

COTENTIN-REY, Ghislaine, « Le résumé, le compte rendu, la synthèse », Paris, Clé international, 1995, p. 142-145.

Document 1

Marie-Claire, mars 1993

Les Comores, gourmandise tropicale

Voici, testée par Marie Claire, une des plus savoureuses recettes de vacances exotiques.

Choisissez un hôtel de qualité supérieure aux tarifs raisonnables. Ne le prenez pas trop gros, dans les cent cinquante chambres environ. Découpez-le en, bâtiments d'un étage. Enveloppez dans un gazon bien dru, piquez ici et là des cocotiers, des frangipaniers, des buissons de jasmin et de lauriers-roses qui lui céderont leur parfum. Disposez en arc, à trente mètres de deux longues plages. Deux pour que bronzeurs et bronzeuses se dispersent, évitant toute affluence. Ajoutez un directeur américain pour l'efficacité, un chef français pour la succulence. Saupoudrez avec trois cent soixante serveurs zélés assurant le confort d'environ deux cent cinquante clients. Disposez le tout sur une île encore inviolée par le tourisme, où la gentillesse des habitants est spontanée et le sourire naturel. C'est tout.

Document 2

Alain Kimmel, *Le Français dans le monde*, n° 235

Quelles vacances ?

Interrogés sur les facteurs qui motivent le choix de leur destination de vacances, les Français citent en premier (28 %) l'éloignement (le dépaysement, l'exotisme), puis (25 %) l'intérêt du voyage (humain, culturel...), la beauté des lieux (20 %) et le climat (14 %). Quant aux raisons qui les incitent à partir, la découverte d'autres lieux et d'autres gens arrive loin en tête (72 %) devant la nécessité de "se refaire une santé et de penser à autre chose" (23 %), ou l'obligation de se consacrer à des proches (5 %).

Pour choisir leur lieu de vacances, ils font d'abord confiance au "bouche à oreille" (69 %), à la lecture d'un journal ou d'un magazine (51 %), à la vision d'un film ou d'une émission télévisée (42 %), aux brochures des agences et organismes de voyages et de séjours (36 %), à la publicité (affichage, télévision, radio).

Lorsqu'ils ont décidé de partir, 55 % ont recours aux services d'une agence de voyages (18 % souvent, 37 % parfois), taux sensiblement inférieurs à ceux enregistrés en Allemagne et surtout en Grande-Bretagne. Dans ce cas, les services requis sont principalement la réservation ou l'achat de billets de train ou d'avion, bien plus que l'information ou la demande de conseils (33 %).

Les Français continuent majoritairement de partir en vacances aux mois de juillet et d'août, mais affirment (à 55 %) que leur mois idéal serait juin ou septembre. L'idée d'"étalement des vacances", toujours souhaité, jamais réalisé, progresse donc dans les esprits, sinon dans les mœurs. Le type d'hébergement préféré reste, pour plus de 50 %, l'accueil chez des parents ou des amis et la résidence secondaire. Viennent ensuite la location, l'hôtel, le camping et le camping-car, tandis que les séjours en gîtes ruraux connaissent une faveur croissante.

Si les voyages à l'étranger sont prisés par environ 20 % des vacanciers, la destination France est l'objet d'un véritable engouement. "Sans aucun doute une nouvelle tendance", note encore J.-M. Landau. Les Français redécouvrent la France, ses régions, ses terroirs et... ses habitants. Au cœur des provinces, ils font du tourisme à thème (tennis, équitation, voile, golf, poterie, tissage, informatique, travaux à la ferme...), ayant pour bon nombre d'entre eux définitivement décidé de ne plus "bronzer idiots" sur les plages surpeuplées de la Côte d'Azur.

Document 3

G. Mermet

Francoscopie, 1989

Statistiques : source INSEE

Destination France

Les catalogues et les affiches ont beau faire rêver les Français de paradis éloignés sur fond de soleil et de paysages exotiques, ceux qui passent du rêve à la réalité restent peu nombreux. La plupart des vacanciers restent en effet fidèles à l'Hexagone, qu'ils visitent ou revisitent dans ses moindres recoins.

On retrouve en matière de vacances comme en d'autres domaines une tendance à conserver ses habitudes.

Un été 87

Évolution du taux de départ en vacances d'été et de la durée des séjours :

	1965	1970	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
- Taux de départ (%)	41,0	44,6	53,3	54,3	54,5	55,2	53,9	53,8	54,1	54,2
- Proportion de séjours à l'étranger (%)	-	-	16,5	17,1	16,2	14,9	16,9	16,7	18,5	18,0
- Durée moyenne de séjour (jours)	27,2	27,3	24,9	24,8	24,6	24,7	24,7	24,7	24,0	23,5

Taux de départ selon la catégorie socioprofessionnelle en été 1987 (%)

- Exploitants et salariés agricoles 22,9
- Patrons de l'industrie et du commerce 51,3
- Cadres supérieurs et professions libérales..... 82,7
- Cadres moyens 76,4
- Employés 62,9
- Ouvriers 51,8
- Personnel de service 37,7
- Autres actifs 63,1
- Retraités..... 38,4

Ensemble de la population..... 54,2

Comment ? (%)

• Automobile.....	76,8
• Train.....	10,4
• Avion.....	7,2
• Car	3,0
• Bateau et autres	2,6
Total.....	100,0

Quand (%)

• Mai	6,4
• Juin	8,9
• Juillet	37,0
• Août.....	40,3
• Septembre	7,4
Total.....	100,0

Document 4

Catherine Bergeron, *Le Point* n°776, 03/08/1987

Tourisme de masse : les nouveaux barbares

“Vingt millions de touristes qui transitent quelques heures, quelques jours, chaque année, dans le seul département des Pyrénées-Orientales, avant de se rendre en Espagne. Un million trois cent mille vacanciers en juillet-août, dont les trois quarts séjournent le long de quatre-vingts kilomètres de côte. Certes, cela laisse des traces dans l'économie d'un département, mais, hélas, aussi sur ses sites naturels", reconnaît un élu de Perpignan.

“On les appelle les nouveaux Barbares, les hordes dorées. On les compare à des nuées de sauterelles. Le procès n'est pas celui de [individu qui voyage. Le problème principal du tourisme moderne est celui de sa massification”, constate l'universitaire suisse Jost Krippendorf, spécialiste des études sur les loisirs, dont le dernier ouvrage vient de sortir. Ressource économique non négligeable, gisement d'or bleu, vert ou blanc (selon l'endroit) plus ou moins systématiquement exploité, l'affluence touristique peut constituer un véritable fléau. Que la plupart des communes, sous la pression de leurs électeurs, continuent malgré tout d'encourager.

“Le tourisme devient d'autant plus une calamité, ajoute le commandant Cousteau, que les vacanciers recherchent sans cesse de nouveaux sites vierges. Pour atteindre telle calanque perdue de l'île de Majorque, précise-t-il, certains d'entre eux n'hésitent pas à s'y faire déposer en hélicoptère !” Pollution des sites les plus reculés, des monuments et autres hauts lieux ; pollutions écologiques de toutes sortes ; voire pollution des traditions. Chaque saison, la marée touristique, après son reflux, abandonne derrière elle de plus en plus d'épaves... [...]