

Laurent Tissot

# De la route aux livres : le tourisme automobile ou rendre tous les lieux accessibles

Très tôt, le voyage automobile devient un prétexte pour des escapades culturelles. L'avènement du tourisme automobile génère de nouveaux compagnons de route, parmi lesquels les *Guides verts* Michelin et la collection des *Guides d'art et d'histoire de la Suisse*.

Simone de Beauvoir trouva dans la voiture, son permis de conduire en poche, un formidable moyen de découverte. « Grâce à l'auto, nous n'étions plus astreints à aucun horaire, tous les lieux nous étaient accessibles », écrit-elle. Et d'énumérer ce qu'elle voit, en compagnie de Jean-Paul Sartre, au début des années cinquante en Italie : « Mantoue et les fresques de Mantegna, les peintures de Ferrare, Ravenna, Urbino et ses Ucello, la place d'Ascoli, les églises des Pouilles, les troglodytes de Matera, les trulli d'Alberobello, les beautés baroques de Lecce et en Sicile celles de Noto. Nous allâmes enfin à Agrigente ; nous revîmes Ségeste, Syracuse. »<sup>1</sup> Simone de Beauvoir n'a apparemment pas visité la Suisse en auto, mais en train. Elle aurait très bien pu aligner les merveilles à voir grâce à sa Simca Aronde : Genève et la Vieille Ville, Lausanne et ses collines, Zermatt et son Cervin, Grindelwald et ses glaciers, Lucerne et son pont médiéval, Saint-Gall et son Abbaye ou encore les chutes du Rhin. Ce qu'auraient pu pratiquer Beauvoir et Sartre, de nombreux autres moins célèbres l'expérimentent véritablement, à leur manière.

Si l'automobile a besoin de routes, le tourisme qu'elle promeut s'accompagne de dispositifs – cartes, guides de voyages, manuels – qui permettent aux touristes de se retrouver dans un territoire inconnu. À cet égard, la création des clubs d'automobilistes s'avère cruciale dans l'affirmation de ce tourisme, notamment avec la mise en œuvre d'une signalisation adaptée, l'indication des garages, la promotion

des restaurants, des hôtels et des campings, celle de camps de vacances et d'itinéraires conseillés. En encourageant l'usage récréatif de l'automobile, ils offrent aussi à leurs membres les sites à voir. Le *Guide Officiel de l'Automobile-Club de Suisse* ou encore le *Guide de l'automobiliste et du motocycliste* édité par le Touring-Club suisse participent à cet engouement dès l'entre-deux-guerres. Ces premiers guides s'adressent toutefois à des clientèles aisées qui peuvent jouir sans précipitation de généreux temps libres. Lancés en 1935, les *Guides d'art et d'histoire de la Suisse* participent au même élan. La collection s'adresse dès ses débuts à des abonnés, préférentiellement recrutés au sein des professions libérales.

C'est certainement l'entreprise de pneus Michelin qui donne une impulsion décisive à une reconnaissance culturelle aux dimensions multiples. Ses célèbres guides assurent à leurs lecteurs les outils indispensables à la maîtrise d'un trajet tout entier consacré au plaisir : toutes les attractions jugées « à voir » ou « à ne pas manquer » (les monuments, les sites naturels, les musées, les curiosités architecturales, etc.) sont soigneusement répertoriées et, selon les cas, classées et étoilées. On peut sans conteste affirmer que le *Guide vert* de Michelin s'affirme comme la Bible de l'automobiliste-touriste dès les années 1950. Il actionne véritablement les éléments proprement populaires du tourisme automobile et rend possible une approche culturelle accessible au plus grand nombre. La pédagogie est placée au premier plan : pédagogie par le langage, pédagogie

par l'image et le schéma, pédagogie par la cartographie, pédagogie par l'explication simple mais exacte, pédagogie par la description. Le respect à l'égard du touriste est de mise, quel que soit son niveau de formation et d'éducation. Mais sachant que les nouveaux automobilistes, issus des classes moyennes de l'après-guerre, sont certainement moins à l'aise financièrement et aussi moins cultivés que la génération précédente, tout est fait pour que l'accès à la connaissance soit possible : du bâtiment, du phénomène géologique, de l'œuvre d'art... Pas de longs discours, ni de termes savants, mais des schémas simples et faciles à comprendre. Au lieu de l'exténuante description du tympan de telle ou telle église romane, le guide privilégie le dessin qui situe avec une extrême précision les éléments sculpturaux.

Poussées à l'extrême, ces exigences pédagogiques ont un effet réducteur. Déjà perceptible dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, une tendance de fond se renforce puissamment : la prédominance de l'utilitaire, de la donnée brute et matérielle s'opère au travers d'une démarche mettant en évidence ce qui fait le monument et non pas ce qu'il représente ou signifie. La vision esthétique, symbolique, allégorique et parfois historique est chassée au détriment de la matérialité brute de la chose à voir. La présence de celle-ci suffit parce qu'elle est attestée par le guide. C'est dire que les émotions sont absentes de ces pérégrinations, la sécheresse des présentations prévaut. La finalité s'identifie aux moyens, d'où la prépondérance des informations techniques, matérielles et chiffrées. Le plaisir s'assouvit dans



Reflets d'évasions automobiles en Suisse au tournant des années 1950-1970.  
Photos Archiv Emil Frey Classics, Safenwil/SHAS

leur vérification au contact des réalités disséminées dans l'espace. La construction de ce savoir reste donc élémentaire et partielle, tout entière fondée sur une pédagogie de base donnant accès à une supposée compréhension du monde. Dans le domaine patrimonial, en confiant dès les années 1950 la rédaction des *Guides d'art et d'histoire de la Suisse* à d'éminents spécialistes, c'est une logique qualitative qui prime. L'histoire patrimoniale est distillée au plus grand nombre à l'aune des connaissances acquises par les chercheurs de renom. Le choix du pédagogue semble l'emporter sur la forme sommaire des premiers fascicules, dont l'aridité documentaire se détache des efforts graphiques consentis par Michelin.

Mais les impacts ne sont pas à négliger. Le patrimoine devient une notion vivante, reconnue et assumée: la lecture d'un monument, celle d'une œuvre d'art ou d'un paysage sont rendues possibles, même à travers l'illusion de l'acquisition d'une connaissance savante. Il n'en reste pas moins que sous ce vernis percent des valeurs qui restent ancrées dans leur dimension régionale, nationale, traditionnelle ou même conservatrice... Le guide touristique automobile n'est pas un outil révolutionnaire. Mais où il le devient, c'est dans la possibilité pour beaucoup d'accéder, grâce à l'automobile, à la découverte d'un monde

qui, aux yeux de leurs parents, restait impensable ou unimaginable. Comme le dit encore Simone de Beauvoir, «l'auto nous ménageait aussi des étonnements»<sup>2</sup>. ●

## Notes

1 Simone de Beauvoir, *La Force des choses*, Paris, Gallimard, 1964, p. 303.

2 *Ibid.*

## L'auteur

Professeur émérite d'histoire économique à la Faculté des Lettres de l'Université de Neuchâtel (2006-2018), Laurent Tissot est un spécialiste de l'histoire des loisirs et des transports. Il a notamment signé *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX<sup>e</sup> siècle* (2000) et *Le tourisme comme facteur de transformations économiques, techniques et sociales* (2014) avec les historiens Marc Gigase et Cédric Humair. Contact: laurent.tissot@unine.ch

## Zusammenfassung

### Mit Büchern unterwegs: wie der Automobilismus Kulturgüter zugänglich machte

Sehr früh schon in der Entwicklung des Automobils wurde es für kulturelle Ausflüge und Reisen benutzt. Simone de Beauvoir beispielsweise beschrieb die Vorteile des Reisens im Auto im Rahmen der Schilderungen ihrer Italienreise. Im Zuge des

aufstrebenden Automobilismus entstanden neue Reisegefährten wie die grünen Michelin-Führer, welche die Entdeckung von Baudenkmälern zum pädagogisch wertvollen Erlebnis machten. Auch in der Schweiz passeten sich die Publikationen der neuen Entwicklung an. Denken wir nur an die Karten des Touring Clubs oder die Schweizerischen Kunstführer SKF der GSK.

## Riassunto

### Viaggiare con un libro in mano: come il turismo automobilistico ha reso accessibili i beni culturali

Fin dagli albori della sua storia l'automobile è stata utilizzata per gite e viaggi culturali. Simone de Beauvoir, ad esempio, descriveva i vantaggi delle trasferte in automobile nei resoconti del suo viaggio in Italia. L'evoluzione del turismo automobilistico ha portato alla nascita di nuovi compagni di viaggio, quali le guide Michelin verdi che hanno trasformato la scoperta di siti e monumenti di richiamo in preziose esperienze didattiche. Anche in Svizzera le pubblicazioni si sono evolute in conformità ai nuovi sviluppi: basti pensare alle mappe del Touring Club o alle Guide d'arte della Svizzera edite dalla SSAS.