

Traditions modernisées : les avis des voyageurs sur le tourisme et les touristes au Maroc

DOROTTYA MIHALYI
UNIVERSITE DE SZEGED

A partir de la décolonisation, nous pouvons constater en Afrique du Nord une certaine lutte entre tradition et modernité. D'une part, les éléments traditionnels sont des facteurs d'unité des pays du Maghreb, et d'autre part, ils paraissent empêcher le progrès. Ainsi, la modernité est souvent considérée comme la seule garantie du développement et de la survie. Pour promouvoir l'économie après l'indépendance, il fallait que les États jadis suivant les principes islamiques acceptent et introduisent des idées et des méthodes occidentales. Cela a entraîné, entre autres, l'apparition du tourisme de masse dans le pays.

La période coloniale et la « mission civilisatrice » marquent les pensées, l'enseignement et même le système politique. La coexistence du traditionnel et du moderne peut être observée dans plusieurs domaines : grâce au développement de l'industrie, des sciences et de la technique, les structures économiques et sociales changent rapidement¹. Après la décolonisation, une structure mixte, portant des traits à la fois traditionnels et modernes reste sur place². Les contradictions résident dans des faits sociaux, économiques et culturels qui caractérisent aussi l'organisation du tourisme marocain³ et qui encadrent différentes manifestations de la tradition et de la modernité. Tout d'abord, le tourisme de masse en tant que telle, dans le sens le plus actuel, est un phénomène moderne. Le tourisme est censé à assurer une grande partie du revenu public⁴, mais, avec l'apparition du luxe, du gaspillage et de l'exploitation de l'autre, il heurte sur plusieurs points les lois islamiques et les traditions locales. Pour attirer un plus grand nombre de visiteurs étrangers, les organisateurs du tourisme mettent en avant la tradition⁵ ; mais c'est une tradition falsifiée car modifiée au gré des visiteurs occidentaux. Du point de vue économique, il est donc important de conser-

¹ Rostoványi, *Az iszlám a 21. század küszöbén*, 241.

² Rostoványi, *Az iszlám a 21. század küszöbén*, 261.

³ Notre choix est motivé par la politique du tourisme très active et singulière du Maroc.

⁴ Nous devons noter que, même si l'importance du tourisme est soulignée par la plupart des ouvrages critiques, nous trouvons des exemples qui ne le mentionnent même pas comme source de revenu. Cf. Jean-Claude Santucci, *Le Maroc actuel : Une modernisation au miroir de la tradition*, Paris : CNRS, 1992.

⁵ A l'intérieur du tourisme, il s'est créé tout un secteur, qu'on peut nommer *tourisme culturel*, qui vise la familiarisation avec la culture. L'objectif de cette branche de l'industrie du tourisme réside dans le rapprochement de la culture autochtone et des attentes des « clients » qui peut mener dans certains cas à la réinterprétation de la tradition et à la transformation de la culture en simple produit d'achat. Cf. Chris Rojek et John Urry (éd.), *Touring cultures. Transformations of Travel and Theory*, London : Routledge, 1997 et New York : Routledge, 1997.

ver et d'entretenir les traditions. Mais sur quel point cette tradition est-elle originelle⁶ ? Autour de cette nature contradictoire du tourisme moderne se forment plusieurs groupes d'opinions. Les autochtones pauvres sont contre le luxe offert aux touristes ; les voyageurs sont contre le touriste qui accepte tout ce qu'on lui donne, sans réfléchir et sans prendre en considération les dégâts qu'ils posent par leur présence. Cependant, l'État encourage toute mesure d'entreprise pour attirer le plus grand nombre de touristes. Ce croisement des intérêts apparaît non seulement dans des ouvrages critiques mais aussi dans des sources « subjectives ». De ce fait, pour étudier les questions relevées au sujet du tourisme au Maroc, nous allons nous baser essentiellement sur les récits de voyage écrits sur le Maroc indépendant⁷. Nous faisons cela pour intégrer un point de vue différent que celui des auteurs des ouvrages critiques et pour dessiner une image plus complexe sur l'organisation du tourisme⁸. Pour comprendre le tableau offert par les voyageurs, la présentation de l'organisation et du fonctionnement du système du tourisme marocain semble nécessaire.

Comme il a été explicité dans notre introduction, le Maroc a choisi le touriste occidental⁹ comme une des principales sources de revenu¹⁰. Pourtant, le tourisme marocain n'est pas une nouveauté postérieure à l'indépendance. Il s'est créé déjà à l'époque du protectorat, lorsque le pays était une destination touristique importante, surtout pour le repos des officiers français¹¹. Pour pouvoir établir une politique du tourisme apte à garantir le succès et pour attirer l'homme de l'Occident dans le pays, on a mis en place au Maroc un *Comité central du Tourisme* (CCT), dont le devoir est d'arranger toutes les questions autour du tourisme et de désigner et réaliser les développements nécessaires à ce que le Maroc puisse devenir une destination touristique répondant aux exigences européennes. Ainsi, le CCT a été chargé d'une part de la construction et de la rénovation du réseau routier et de l'infrastructure, d'autre part de la protection du patrimoine culturel. Le comité a changé de nom plus tard, mais il gardait ses objectifs.

⁶ Cf. Stephan Wearing, Deborah Stevenson et Tamara Young, *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*, London : Sage, 2010.

⁷ Les ouvrages consultés sont les suivants : Jacques Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, Paris : Presse de la Cité, 1964. ; Renaud de Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs. (Maroc au début du XXI^e siècle). Les guerriers laboureurs de l'Atlas*, Paris : Broché, 2007. ; Isabelle Demeyere, *Quatre saisons chez les Berbères*, La Tour d'Aigues : L'Aube, 2012.

⁸ En regardant les dates de publication des récits, nous pouvons constater qu'il y a une grande différence entre le premier (paru en 1964) et le dernier (paru en 2012). Cependant, les caractéristiques, les objectifs de la politique du tourisme se dessinent clairement déjà dans la description la plus jeune et ils restent présents dans tous les récits de voyage. Même si le nombre de touristes aux années 1960 était beaucoup plus réticent, leur présence était déjà remarquable. Le premier voyageur ne pouvait pas être conscient des résultats de la politique du tourisme, mais il a formulé des constats et des prédictions concernant le futur, qui seront d'ailleurs justifiés par les voyageurs qui le suivent. Ainsi, le corpus choisi nous renseigne non seulement sur les éléments constants mais aussi sur la progression de la politique du tourisme.

⁹ Sous la notion « touriste occidental » nous comprenons tout touriste venant d'un pays non-africain, avant tout du continent européen ou américain.

¹⁰ Gourija, « Tourisme et développement durable ».

¹¹ Gourija, « Tourisme et développement durable ».

En 1955, un an avant l'indépendance, le Maroc possédait 256 hôtels qui hébergeaient presque 8000 clients¹². En 2015, un peu plus de 10 millions de touristes sont arrivés dans le pays, ce qui est un chiffre considérable¹³. Cependant, pour l'atteindre, il fallait assurer des conditions appropriées, qui n'étaient pas accessibles au lendemain de l'indépendance et qui ne pouvaient se réaliser qu'au dépens des habitants déjà appauvris¹⁴. Sur ce point, nous pouvons relever la première contradiction du système : une partie de la population profite bien des possibilités du tourisme et acquiert une richesse remarquable, tandis que l'autre, la plus grande partie, devient encore plus pauvre¹⁵. Pour les touristes, on fait construire des hôtels de luxe et on leur propose de l'eau d'une quantité illimitée, tandis que les habitants locaux en manquent. Les conditions de vie des autochtones restent derrière celles des Occidentaux, et ils se trouvent souvent dans le besoin (malgré le fait que le Maroc figure parmi les pays les plus riches en Afrique). Ce contraste reste pourtant caché devant le touriste. Contrairement au touriste « aveugle », le voyageur, qui cherche les vraies traditions, désapprouve le développement de la politique du tourisme qui nuit aux autochtones.

Pour pouvoir introduire tous les changements mentionnés et transformer l'offre touristique en marchandise, il fallait réajuster le système économique et réinterpréter des lois islamiques¹⁶. Tout d'abord, il fallait commencer par l'invention d'une explication moins stricte de la loi islamique. Ensuite, il était nécessaire de réinterpréter les principes économiques car l'économie islamique se base sur des composantes socio-philosophiques et morales : pour l'Islam, il existe des valeurs plus importantes que les biens matériels¹⁷, et le devoir de l'homme est de s'assurer le bien-être mondain et de l'abondance après-mort¹⁸. Au centre de la théorie économique arabo-islamique il se trouve l'homme qui se soumet sans contradiction à la volonté divine¹⁹. Pour l'Islam, il existe trois catégories de besoin : le besoin fondamental, celui qui améliore la condition de vie et le besoin de luxe. Les deux premiers principes sont acceptés, même soutenus par l'Etat, mais le dernier est catégoriquement refusé²⁰. Cependant, le luxe est indispensable pour fasciner le touriste occidental. Ainsi, nous nous trouvons en face d'un point de vue à la fois favorable et défavorable à la richesse et au luxe. Pour développer le secteur touristique, il fallait d'abord trouver un compromis entre la tradition islamique et l'économie de marché européenne. Ensuite, il fallait commencer la construction de l'infrastructure nécessaire (construire ou renouveler les réseaux routiers, bâtir des hôtels, des lieux de restauration, des parcs et autres endroits nécessaires pour le fonctionnement du tourisme) et préparer les habitants à l'arrivée d'une grande masse de touristes.

Nous pouvons voir que l'existence de la politique du tourisme au Maroc est avant tout soutenue par des arguments économiques. Le principe est très simple : le touriste paye, en

¹² Geotourisme, « Maroc ».

¹³ Geotourisme, « Maroc ».

¹⁴ Sur les inégalités du développement de l'économie voir : Santucci, *Le Maroc actuel*.

¹⁵ Le clivage entre riches et pauvres est le résultat de l'importance croissante des ressources matérielles. Plus en détail voir : Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*. 259-164.

¹⁶ Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*, 33.

¹⁷ Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*, 213.

¹⁸ Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*, 213.

¹⁹ Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*, 215.

²⁰ Rostoványi, *Az iszlám állam a 21. század küszöbén*, 215.

échange les habitants locaux l'initient aux « traditions ». Cela veut dire qu'il peut participer aux événements locaux (par exemple apprendre la danse traditionnelle et danser avec les autochtones tout au long de la nuit) et regarder des spectacles originaux. Tout cela pose une question : comment peut-on nommer un événement « traditionnel », s'il a été inventé directement pour les touristes qui seront toujours des observateurs et des étrangers²¹ ? Comment résoudre la contradiction entre le caractère local de la tradition et sa copie disons capitaliste ? En plus, l'essentiel d'une tradition réside dans la pratique régulière. Le touriste, par contre, ne veut l'expérimenter qu'une seule fois dans la vie²². La tradition devient un produit commercial, pareil à une bouteille de coca. Nous devons aussi ajouter que la tradition se modernise sans cesse et que c'est l'argent qui la modifie. Cela s'explique par le fait qu'il faut donner au touriste riche tout ce qu'il souhaite, il faut « mesurer la tradition à sa taille ». Si la tradition modernisée lui plaît, il va payer encore plus. Le tourisme heurte sur plusieurs domaines les cadres traditionnels, mais, comme nous l'avons déjà mentionné, cela est, dans une certaine mesure, l'objectif explicite de l'Etat puisqu'il est impossible de développer l'économie en se basant uniquement sur les principes traditionnels²³.

Il existe plusieurs manières pour fasciner le touriste. La plus impressionnante est l'apparition des hôtels de luxe à cinq étoiles qui sont en opposition totale avec la nature du régime marocain. A cela s'ajoute la construction de l'infrastructure des loisirs, ainsi plages, piscines, terrains de golf et casinos. L'une des plus grandes contradictions réside, à notre avis, à la consommation des boissons alcoolisées, car le touriste occidental aime prendre un verre pour accompagner son repas ou pour mieux vivre les soirées calmes. Cependant, il est interdit aux musulmans de consommer de l'alcool. (L'un des voyageurs en trouve une explication simple en disant que le degré de l'alcool et le degré du soleil ensemble est trop²⁴.) Cela n'empêche pas les restaurants et les petits magasins d'en vendre, avant tout pour gagner les faveurs des touristes. Nous pouvons remarquer l'apparition d'autres biens de consommation occidentale aussi, comme la coca ou des cacahouètes²⁵, qui symbolisent pour les autochtones le luxe occidental. Celui qui peut se permettre de boire du coca est une personne hautement placée en hiérarchie. Évidemment, le touriste peut se servir des biens de consommation européens en une quantité illimitée et presque partout dans le pays, comme le montre l'exemple suivant : « A l'extrémité du défilé, une discrète buvette récompense les touristes courageux et distribue coca-cola, biscuits et cacahouètes. »²⁶

Pareillement à l'alcool, les spectacles offerts par des femmes dépassent les limites établies par l'Islam car selon la norme, la femme ne peut se présenter qu'à côté de son mari. Par conséquent, elle ne peut pas se permettre de danser devant le public. Cependant, la danse reste l'un des plus importants arts de séduire l'homme occidental, et la tradition revendique qu'elle soit présentée par des femmes. Pour résoudre le problème, dans certains cas l'organisateur du *show* embauche des hommes vêtus en femme, pour garantir l'originalité et

²¹ Royak et Urry, *Touring cultures. Transformation of Travel and Theory*.

²² Duthie, *Tradition or Tourism ? How to spot the difference ?*

²³ Mimoun, *Du tourisme et de la géopolitique au Maghreb. Le cas du Maroc*.

²⁴ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 91.

²⁵ Sans doute d'autres types de biens de consommation occidentale apparaissent au Maroc, mais ces deux sont les plus souvent cités par les voyageurs.

²⁶ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 198.

l'enthousiasme du public. Le secret ne se dévoile que rarement, et les règles de l'Islam ne sont pas violées²⁷.

Cette volonté de construire un monde qui mélange les éléments traditionnels et étrangers originaires de l'Occident moderne apparaît dans les ouvrages critiques sous le nom « d'Effet-Disney » ou « Disneyfication »²⁸ car cet ensemble de la tradition et du moderne formé aux faveurs des « clients » qui payent pour pouvoir s'amuser ressemble aux parcs Disney. On impose aux touristes une tradition enrichie par des éléments qui n'ont jamais fait partie de la culture autochtone. Ainsi, le touriste trouve plus facilement sa place dans un monde inconnu et étrange. Il s'y accommode plus vite et, ainsi, il est plus facile de le fasciner. Dans un milieu à la fois familier et captivant, il dépense plus d'argent, et il garde des souvenirs plus favorables.

L'insertion des éléments culturels n'est pas le seul domaine où le Maroc « imite » les usages occidentaux. Des efforts (qu'on peut juger comme positifs) apparaissent au niveau de la protection de la nature. Prenant conscience des effets nuisibles du gaspillage et de la pollution de l'environnement, le pays a introduit le programme du « tourisme durable »²⁹ qui devrait être réalisé jusqu'à 2020. Dans le cadre de celui-ci, le Maroc vise à diminuer les atteintes à l'environnement et privilégier les solutions écologiques. L'objectif est de garder à la fois les valeurs naturelles et culturelles, et le tourisme comme première source de revenus. Les efforts se réalisent dans plusieurs domaines, avant tout dans la protection des espaces verts et la construction des réservoirs d'eau³⁰. Cette dernière est très importante car l'eau manque partout dans le pays, et le tourisme aggrave encore la situation. Les chiffres montrent qu'un touriste moyen consomme trois fois plus d'eau qu'un habitant local³¹. Dans un pays où l'eau pose beaucoup de problèmes, la construction des réservoirs d'eau est un acte louable et encouragé. La sensibilisation à l'environnement et la protection de l'environnement sont des ambitions novatrices qui portent sur elles l'influence occidentale et qui reflètent la volonté de modernisation.

Comment le combat entre traditionnel et moderne se manifeste-t-il dans les récits de voyage ? Le voyageur a une opinion défavorable sur le touriste. Cela n'est pas un nouveau phénomène, mais pour en comprendre les causes, il est nécessaire d'éclaircir les différences essentielles entre touriste et voyageur³². Le voyageur a comme objectif de connaître le pays

²⁷ Cf. Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 17.

²⁸ Rojek et Urry, *Touring cultures*. ; Duthie, « Tradition or Tourism? How to spot de difference ».

²⁹ La durabilité est au cœur de la stratégie de développement touristique durable. Source en ligne : [<http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/tourisme-durable/tourisme-durable-strategie>] et Film institutionnel – Tourisme durable au Maroc. Source en ligne sur Youtube : [https://www.youtube.com/watch?v=CaKXZ_NYIHE] (Consultés le 16/04/2019)

³⁰ Le réservoir d'eau de Marrakech, qui rassemble l'eau utilisée, la raffine et la réintègre aux circuits, sert l'exemple pour tout le pays entier.

³¹ Les statistiques n'incluent pas l'eau utilisée pour maintenir les parcs, les terrains de golf, les piscines et les autres endroits touristiques. Voir : Geotourisme, « Maroc ».

³² La différence entre touriste et voyageur est un sujet qui revient souvent dans les œuvres traitant le sujet des voyages. Pour cette raison, nous n'allons pas fournir une description complexe. Cependant, comme la partie suivante de notre étude se base sur la contradiction entre les deux catégories ci-mentionnées, nous ne pouvons pas éviter d'y consacrer une courte explication. Pour plus d'information voir entre autres : Odile Gannier, *La littérature de voyage*, Paris : Ellipses, 2001. Les

le plus profondément possible. Cela veut dire qu'il cherche à entrer en contact avec les habitants et à parcourir les endroits délaissés voire intacts par le tourisme. Il ne se contente jamais de ce qu'il voit, il veut savoir encore plus. Contrairement au voyageur, le touriste préfère se reposer et se laisser impressionner. Il croit tout connaître mais il ne parcourt qu'une très petite partie du pays, aménagée directement à ses faveurs et à sa fascination. Il n'entre pas en contact avec les habitants, il se contente de parler avec ses compagnons. D'après les récits de voyage sur le Maghreb indépendant, les organisateurs du tourisme font tout pour satisfaire le client, et ils offrent exactement ce que celui-ci désire, dans une quantité qu'il peut encore facilement digérer. Le touriste, ému par les efforts et l'attention de ses hôtes, accepte tout d'une manière positive et reconnaissante. Cela veut dire qu'il ne dépasse pas les cadres fixés par l'agence du voyage : il découvre les souks (et y dépense de l'argent), fait des tours dans le « désert » sur dos de chameau, et goûte aux spécialités. Le voyageur voit tous les efforts des hôtes entrepris pour simplifier les traditions. A ses yeux, la tradition ne signifie plus les coutumes originelles mais une sorte de marchandise qui sert à gagner de l'argent. Le conflit entre touriste et voyageur tient de cette nature différente d'observer et d'évaluer les choses vues. Le voyageur méprise le touriste, et il le dit dans son récit. Dans les descriptions écrites sur le Maroc au tournant du millénaire, le désaccord entre touriste et voyageur occupe une place importante.

S'il est important de rappeler les différences entre touriste et voyageur, il l'est aussi de décrire brièvement le contexte des voyages et des séjours touristiques. Nous avons déjà dit que l'apparition du tourisme de masse est liée à l'ère postcoloniale³³. Il faut aussi ajouter que pour l'analyse du contenu, nous nous basons seulement sur les récits de voyage français. Ce fait nuance encore le contexte. Car ainsi, outre que le tourisme soit une garantie de revenus, les voyages vers le Maghreb indépendant, qu'ils soient individuels ou touristiques, portent en eux, dans beaucoup de cas, une valeur morale. Cela veut dire que beaucoup de voyageurs sont liés d'une façon « historique » à l'un des trois pays. Cela réside dans le fait que soit le voyageur/touriste lui-même, soit la famille de celui-ci y vivait pendant un certain temps. Ainsi, certains considèrent le pays comme pays d'origine. Jusqu'ici, nous nous sommes concentrés sur des facteurs financiers et des mesures prises par le Maroc pour séduire de plus en plus de « clients ». Outre les avantages économiques marocains, il faut prendre en considération les raisons qui poussent les Français vers le Maroc : la proximité géographique³⁴, les convenances liées à la langue, ainsi que les liens privilégiés entre la France et les anciennes colonies³⁵ (Le fait que les Français vont vers le Maghreb doit aussi

principaux traits caractéristiques du touriste sont présentés entre autres par Jean Cassou, « Du voyage au tourisme », *Communications* 10 (1967) : 25-34. doi : 10.3406/comm.1967.1141.

³³ Nous avons déjà signalé que le Maroc était une destination touristique privilégiée déjà à l'époque coloniale mais il s'agissait d'un tourisme élitiste, tandis qu'après la décolonisation, le tourisme est devenu une activité de masse qui touchait et touche même aujourd'hui les classes moyennes. Voir : Le Houérou, « L'héritage colonial sur les circulations contemporaines entre l'Europe et le Maghreb. »

³⁴ Lorsqu'on parle de la proximité géographique, il faut noter que le trajet entre les deux pays est devenu de plus en plus rapide. Ainsi, le temps du voyage ne pose aucun obstacle devant le voyageur ou le touriste.

³⁵ Le Houérou, « L'héritage colonial sur les circulations contemporaines entre l'Europe et le Maghreb. »

à une certaine mémoire, à une volonté de revivre le passé³⁶.) Les motivations qui amènent les voyageurs vers le Maroc sont diverses. Pour en citer quelques-unes, sans vouloir dresser une liste complète, nous pourrions dire qu'il y figure le désir d'évasion et la recherche de la tranquillité, d'une épreuve, d'une tentative de vivre à l'intérieur d'une tribu ou le pèlerinage (« séjour de thème spirituel »³⁷). Malgré la variété des motifs, les constats les plus importants des récits de voyage consultés coïncident : peu importe la vraie raison du départ au Maroc, le touriste apparaît dans les récits de voyage comme un instrument d'enrichissement et ennemi des voyageurs. Ceux-ci attirent l'attention sur le fait que le nombre des touristes est si grand qu'il est impossible de ne pas les croiser et que le tourisme développe et détruit à la fois le pays. Cela peut être observé sous différents aspects.

Tout d'abord, pour assurer un logement confortable qui convient aux attentes occidentales, on construit des hôtels de luxe qui ne correspondent pas au paysage intact, et qui font disparaître les espaces verts. Cela provoque la réprobation :

Dans un coin, trois sacs de ciments m'inquiètent. Le patron m'avoue qu'il va construire, accolé aux parois de la falaise, un petit hôtel... Ainsi dans ce cadre sauvage et grandiose va fleurir le béton ! Horreur...³⁸

Les bâtiments directement construits à la faveur du touriste rendent le voyageur mécontent :

- Viens ! Répond-il sans hésiter. C'est la nouvelle mosquée, c'est la plus belle chose de la ville. Ravi d'avoir si vite trouvé un guide intelligent, je l'emmène en auto. Quelques minutes plus tard, après avoir longé de vieux remparts de pierre ocre coiffés de bougainvillées mauves, nous nous arrêtons devant un chantier de construction.
- C'est là !

Ignoble chose... Mon œil n'embrasse qu'un veste quadrilatère, de béton entouré d'échafaudages. Rien n'est terminé. Et, même terminée, cette imitation d'ancien ne vaudra pas le déplacement. Ma déception est grande.³⁹

Mais les bâtiments ne sont pas les seuls objets qui signalent la présence des touristes : les voitures dans le désert sont sujets du même avis négatif :

La bourgade ne semble pas avoir totalement perdue cette fonction d'icône touristique, si l'on en juge par le convoi de 4x4 affrétés par FRAM⁴⁰ qui passe en trombe au milieu des ânes effrayés, en soulevant un énorme vague de poussière⁴¹.

³⁶ Même si le « retour » est un genre de voyages qui caractérise avant tout l'Algérie, nous jugeons utile d'en faire mention. Plus en détail voir : Le Houérou, « L'héritage colonial sur les circulations contemporaines entre l'Europe et le Maghreb. »

³⁷ Cauvin Verner, *Au désert*, 63.

³⁸ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 198.

³⁹ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 24.

⁴⁰ Fer, Route, Air, Mer : Agence de voyage fondé en 1949. Originellement, il s'occupe de l'organisation des pèlerinages, plus tard il achète des véhicules et offre des voyages pour un prix considérable vers des pays exotiques.

Dans certains cas, la nature empêche l'établissement d'un centre touristique, même si le lieu paraît idéal pour séduire les gens. Les opérateurs touristiques sont prêts à dépenser beaucoup d'argent en espérant qu'à l'aide des conditions luxueuses, les touristes vont arriver en masse. Cependant, tout site n'est pas bon pour être transformé en un paradis touristique. Le voyageur reconnaît cela et en fait des reproches :

La chaleur est telle qu'arrivé à Mogador à midi, je n'ai qu'un désir, piquer une tête dans la mer. La plage est tentante, le sable brûlant. [...] Face à la mer, l'hôtel réserve à ses clients de passage des cabines particulières : il suffit de traverser la route. Je cours au bord de l'eau, avide de fraîcheur... Hélas ! le bain est glacé... Impossible de rester dans l'eau plus de trois minutes... [...]

Le ministère du Tourisme fait de grands efforts pour lancer Mogador comme plage internationale. Il est vrai que la baie est vaste [...] le sable fin, les hôtels confortables, le climat tempéré [...]

Mais l'eau est toujours glacée. Aucun remède à cela⁴².

Non seulement la construction des nouveaux bâtiments, mais aussi le placement sous protection peut causer du mal. L'exemple du *ksar*⁴³ d'Aït-Ben-Haddou montre que la volonté de préserver un site traditionnel peut provoquer la destruction de tout un village comme lieu d'habitat des autochtones. Dès que le territoire a été admis sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, les touristes ont apparu en grande masse, ce qui a chassé les habitants⁴⁴. Dans un récit de voyage, nous pouvons lire concernant cet événement que « L'inscription du site par l'UNESCO a engendré un monstre. [...] Dépossédée de son âme, d'Aït-Ben-Haddou n'est plus qu'une marchandise touristique. »⁴⁵

Pour l'argent, le touriste peut aussi s'acheter des expériences uniques, comme par exemple, faire un petit tour dans le désert sur le dos d'un chameau (qui est d'ailleurs souvent amaigri et tenu dans de mauvaises conditions). Pour le voyageur, le spectacle est à la fois drôle et triste :

Quelques kilomètres plus loin, deux cars sont arrêtés au bord de la route. Ils sont vides. A cent mètres de là, dans un champ, on retrouve les touristes, de dos, formant une masse compacte d'où émergent, au centre, trois chameaux. Pour cent francs, le chamelier fait accroupir sa bête, empoigne un amateur par le bras et installe sur la bosse. Quand l'animal se lève, le touriste bascule en avant, puis en arrière à la joie générale. Un petit tour, on s'arrête et c'est la descente, plus drôle encore⁴⁶.

Comme nous l'avons déjà dit, au Maroc on offre des spectacles pour les touristes, évidemment s'ils achètent leur billet d'entrée. Ces spectacles sont, comme tout autre produit vendu pour les touristes, artificiels et elles servent à donner l'illusion d'être initié à un

⁴¹ De Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs*, 22.

⁴² Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 122.

⁴³ Type d'habitat traditionnel.

⁴⁴ De Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs*, 34.

⁴⁵ De Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs*, 35.

⁴⁶ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 21.

secret. Même si le touriste pense être intégré dans la tradition, il restera toujours étranger. Les voyageurs décrivent la modernisation de la tradition d'un ton triste et désespéré :

Je m'endors deux fois, mais touristes et marocains applaudissent des deux mains. Une fois de plus, la grosse mayonnaise berbère est passée sans encombre. C'est le tourisme cinq étoiles clé en main : pas besoin de visiter le pays, suffit de s'affaler dans les coussins de l'Oasis et d'écouter l'Ahouach exécuter sur mesure... et qui ne veut plus rien dire⁴⁷.

Dans les récits de voyage, nous trouvons souvent des touristes qui ne sortent même pas l'hôtel où ils reçoivent tout confort :

Mais les touristes fortunés vous diront toujours que la plus belle chose d'El Jadida, c'est l'hôtel Marhaba. Au port de cette petite ville d'aspect misérable, il est d'un luxe insolent avec son confort, son personnel choisi, ses jardins, sa magnifique piscine, sa plage privée, entourée d'une enceinte [...]. Veut-on à tout prix isoler le touriste de luxe, lui servir sa piscine sur mesure et sa plage particulière, afin qu'il ne voie rien du Maroc ? Le malheur c'est ce vent qui souffle en permanence et qui lui rappelle, avec le sable et les papiers qu'il apporte, qu'en dehors de la forteresse où il se calfeutre un autre monde existe⁴⁸.

Ce comportement va avec la création d'une image stéréotypée du touriste : celui-ci se promène dans la ville, appareil photo dans la main, et ne regarde que les bâtiments sur lesquels son guide attire l'attention :

Marrakech. Chaleur et poussière. Accompagnée de mes deux amis, je me retrouve débarquée au milieu des touristes, inmanquablement vêtus d'un short et d'un dos nu, avec l'appareil photo ou le caméscope en bandoulière. Images en boîte et tête vides. Comme on peut passer à côté des choses, telle l'eau qui glisse sur les plumes des oiseaux⁴⁹.

Cela gêne et irrite le voyageur car, avec le tourisme, le pays perd l'essentiel de sa beauté et de son intérêt.

Il faut aussi noter que tourisme et commerce sont étroitement liés. Non seulement les traditions (modernisées) deviennent autant produits à vendre, mais c'est aussi le sort de toutes les marchandises qui ne représentent aucune valeur et qui n'ont aucune relation avec la culture marocaine mais qui plaisent aux touristes. Le souk, bazar traditionnel arabe, se divise en deux : une partie pour les autochtones, l'autre pour les touristes. Cette dernière ne vend que des imitations pour un prix élevé. Mais pour le touriste cela ne signifie rien : il ne saisit pas la différence entre original et copie et, en plus, il ne compte pas l'argent qu'il jette pour acheter des souvenirs. Les signes de la fièvre de consommation apparaissent au niveau

⁴⁷ Demeyère, *Ahouach : Quatre saisons chez les Berbères*, 206.

⁴⁸ Chegaray, *Au Maroc à l'aventure*, 100.

⁴⁹ Demeyère, *Ahouach : Quatre saisons chez les Berbères*, 98.

des nourritures et des boissons, comme nous l'avons cité plutôt. Dans l'ensemble, les voyageurs désignent le désir de consommation comme déclencheur d'une certaine détérioration :

Avec le tourisme, la fièvre consumériste a gagné les esprits, mais l'édifice de terre sur lequel fructifie ce commerce est en passe de s'écrouler⁵⁰.

Contrairement à l'image négative du tourisme, la rencontre avec l'autochtone et l'appréciation de l'intact apparaissent comme idéaux dans les récits de voyage. Les voyageurs reconnaissent le calme, la nature sauvage, la vie simple et traditionnel⁵¹ des différents groupes ethniques. En échange, les autochtones se comportent amicalement à l'égard des voyageurs. C'est pour cette raison qu'ils peuvent constater que « les étrangers sont ici reçus comme des rois »⁵².

En guise de conclusion, nous pouvons dire que le tourisme et la relation touriste-voyageur occupent une place très importante dans les récits de voyage écrits sur le Maroc au tournant du deuxième millénaire. Le voyageur, en sus de se distinguer nettement du touriste, décrit d'un ton très critique l'organisation du tourisme et le comportement des touristes. Il juge le touriste négativement à cause de sa négligence et son ignorance, et il le condamne à cause du gaspillage et de la destruction du cadre traditionnel. Les voyageurs décrivent un monde contradictoire qui se base sur la manipulation de la tradition. L'imitation de l'authenticité est un instrument très important entre les mains des organisateurs du tourisme mais, pour garantir le succès, cette authenticité doit être modernisée. Le voyageur pense que la vraie tradition ne ferait qu'ennuyer le touriste. Il faut aussi admettre que la modernisation du pays est nécessaire pour pouvoir garantir le revenu qui est offert principalement par le nombre significatif des touristes. Cependant, cette modernisation ne devrait pas provoquer le gaspillage et l'augmentation du clivage entre les différentes couches de la société.

Bibliographie

Récits de voyage (sources primaires)

Chegaray, Jacques, *Au Maroc à l'aventure*, Paris, Presse de la Cité, 1964.

De Sinety, Renaud, *Voyage au pays des Chleuhs. (Maroc au début du XXI^e siècle). Les guerriers laboureurs de l'Atlas*, Paris, Broché, 2007.

Demeyere, Isabelle, *Quatre saisons chez les Berbères*, La Tour d'Aigues, L'Aube, 2012.

Ouvrages critiques

Cauvin Verner, Corinne, *Au désert. Une anthropologie du tourisme dans le sud marocain*. Paris, L'Harmattan, 2007.

⁵⁰ De Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs*, 35.

⁵¹ Dans le sens où ils négligent toutes acquisitions de la vie moderne européenne, ainsi machines et télécommunication.

⁵² De Sinety, *Voyage au pays des Chleuhs*, 24.

Le Houérou, Fabienne, « L'héritage colonial sur les circulations contemporaines entre l'Europe et le Maghreb. » In *Périples au Maghreb. Voyages pluriels de l'Empire à la postcolonie XIX^e-XXI^e siècle*. Sous la direction de Fabienne le Houérou, 303-322. Paris, L'Harmattan, 2012.

Gannier, Odile, *La littérature de voyage*, Paris, Ellipses, 2001.

Rojek, Chris et John Urry (éd.), *Touring cultures. Transformations of Travel and Theory*, London, Routledge, 1997 et New York, Routledge, 1997.

Rostoványi, Zsolt, *Az iszlám a 21. század küszöbén*, Budapest, Aula, 2006.

Santucci, Jean-Claude, *Le Maroc actuel : une modernisation au miroir de la tradition*, Paris, CNRS, 1992.

Wearing, Stephan, Deborah Stevenson et Tamara Young, *Tourist Cultures : Identity, Place and the Traveller*, London, SAGE, 2010.

Sources diverses

Cassou, Jean, « Du voyage au tourisme » *Communications* 10 (1967) : 25-34. doi : 10.3406/comm.1967.1141

Duthie, Kate, « Tradition or Tourism ? How to Spot the Difference ? » Source en ligne. <https://www.worldnomads.com/responsible-travel/make-a-difference/people/tradition-or-tourism-manufactured-cultural-experiences> (Consulté le 22 novembre 2018)

Film institutionnel – Tourisme durable au Maroc. Source en ligne sur Youtube : [https://www.youtube.com/watch?v=CaKXZ_NYIHE] (Consultés le 16/04/2019)

Geotourisme: « Maroc ». Source en ligne. http://geotourweb.com/nouvelle_page_215.htm (Consulté le 22 novembre 2018.)

Gourija, Seloua, « Tourisme et développement durable : quelles conjugaisons ? Cas du Maroc. » *Mémoire Online*. https://www.memoireonline.com/11/07/669/m_tourisme-developpement-durable-cas-du-maroc9.html (Consulté le 15/04/2019.)

Hillali, Mimoun, « Du tourisme et de la géopolitique au Maghreb : le cas du Maroc. » *Hérodote* 127 (2007/4) : 47-63. Mise en ligne le 27 novembre 2007. doi : 10.3917/her.127.0047

Site officielle du Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, de l'Artisanat et de l'Économie Social marocain. « Visions 2020 ». <https://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/tourisme-durable/tourisme-durable-strategie> (Consulté le 17 mai 2019)

Modernized tradition: Travellers on Moroccan tourism and tourists

After the independence of the Maghreb states, a special union of tradition and modernity can be observed in relation of travels. This relation can be detected in the simultaneous appearance of the will to return to the traditional values and in the intention to display to the European countries a high level of development which proves the capacity of managing without colonizer forces. These tendencies can be seen in the policies of tourism which is organised by the idea of fascinating the tourist and make it to have a good reputation of the Maghreb countries. Therefore, luxury buildings and places are being constantly constructed, and a European form of entertainment is integrated in the original Arab context. It is also possible to get to know some local traditions, but in a very modernized way, and far

from reality. This action of fabricating from the local customs an article of merchandise makes the local people nervous. The relation of tourists and local people are presented from the point of view of an outsider by travellers – who are neither locals nor tourist. They don't let themselves be influenced by tricks of tourist agencies. They try to avoid touristic places and programs organized to fascinate. The travelogues of independent travellers show us an image of the “fight” between the modern and the traditional in favour of rich European tourists. Travellers draw attention to the lies of touristic system. For this reason, I would like to present travellers' opinion on modern Maghreb tourism and on sacrificing of old traditions in order to earn more money and show particularly good image of themselves.