

ADRIATIQUE SORTIR DE LA MASSE

Par Daoud Bougezala

De Rimini à Dubrovnik, les rives italienne et balkanique de la mer Adriatique ont trop souffert du tourisme intensif. Les professionnels du voyage cherchent un autre modèle, plus lent, écologique et rentable. Enquête.

Plage de Dubrovnik (Croatie), juillet 2013.

« **N**on mais vraiment, qu'est-ce qui t'a pris d'aller mourir à Rimini ?! [...] À côté de Rimini, même Palavas a l'air sexy ! Car à côté de Rimini, La Grande Motte ressemble à Venise... » chantent les Wampas. Pourquoi la station balnéaire phare de la Riviera romagnole traîne-t-elle une réputation de bétailière à touristes ? À l'est de l'Italie,

Rimini a suivi la trajectoire typique des lieux de villégiature : création du premier établissement balnéaire en 1843, réservé à l'aristocratie européenne, émergence du tourisme petit-bourgeois durant la période fasciste, essor du tourisme de masse après-guerre. Malgré l'étendue de ses plages sablonneuses, la douceur de son climat et la beauté de ses fonds marins, l'étoile de Rimini a sacrément pâli depuis les années 1980. En cause, la bétonisation galopante, ses plages noires de monde, une offre hôtelière vieillissante, sans compter la pollution qu'engendre le tourisme *all inclusive*. Résultat des courses : Rimini est bel et bien devenu un Palavas-les-Flots transalpin largement boudé par les étrangers.

Deux cent cinquante kilomètres plus au nord, une belle engloutie polarise les critiques adressées au tourisme de masse : Venise, que les gigantesques bateaux de croisière et les embouteillages humains ont transformée en Luna Park (voir le reportage d'Annabella Mocenigo, pages 58-61). Comme les Barcelonais et les Florentins, un nombre croissant de Vénitiens ne se résolvent pas à perdre leur âme pour gagner leur vie.

Confusément, avant même la suspension des vols internationaux et la fermeture des frontières, les professionnels du voyage percevaient l'obsolescence du modèle productiviste, versions Rimini ou Venise, et s'employaient à imaginer le tourisme de demain. De la côte dalmate (Croatie) à la région italienne des Marches en passant par Trieste et la Slovénie, un périple adriatique nous donnera un aperçu des mutations en cours.

Croatie : la Tunisie de l'Europe

Inutile de traverser la Méditerranée pour découvrir une contrée perfusée au tourisme. Avec 4 millions d'habitants et cinq fois plus de touristes accueillis l'an dernier, la Croatie est la Tunisie de l'Europe. 20 % de son PIB dépend de ce secteur particulièrement sensible aux fluctuations mondiales. Le fiasco de la saison – entre 60 % et 80 % de touristes en moins – annonce une hécatombe. « La Croatie dépend encore plus du tourisme que l'Égypte de la monoculture du coton il y a cinquante ans... Imaginez qu'un terroriste islamiste bosniaque mette une bombe à Split, la saison est finie ! » conjecture le chef d'entreprise Bogdan Siminiati. Privée d'industrie lourde depuis l'indépendance (1991), après avoir été le deuxième poumon industriel de la Yougoslavie communiste avec ses chantiers navals et ses usines, la Croatie a investi sur

ses atouts naturels (soleil, mer, un archipel unique d'un millier d'îles) dès la fin des années 1950, bien avant la chute du titisme. « Au début des années 1960, ils ont commencé à bétonner et à construire des hôtels en masse. Même au plus dur du régime de Tito, tous les hôtels étaient pleins l'été. Anglais, Américains, Français et Allemands affluaient à Dubrovnik », se souvient Siminiati. Brouille yougo-soviétique oblige, les ressortissants du bloc de l'Est n'avaient pas le droit de s'y goberger. Un demi-siècle plus tard, les Croates prennent conscience des limites du tout-tourisme. Comme Tunis, saignée par la moindre crise du secteur, Zagreb déplore la faible consommation moyenne de ses visiteurs étrangers attirés par les forfaits tout compris. Mais tandis que l'artisanat tunisien peste contre les touristes allemands ou russes qui ne rapportent au pays que des babioles sans valeur, l'offre croate en matière de shopping est plutôt maigre. « Depuis dix ans, les Croates voudraient attirer des clients avec des poches un peu plus profondes, persifle Bogdan. Or, lorsque vous allez en France dans un camping près de Nice, le jour où il pleut, vous avez de quoi dépenser en ville. Alors qu'à Split ou Rijeka, il n'y a pas grand-chose à acheter, ni sacs, ni souliers... » Même topo sur la splendide île de Vis, au large de Split, dont on ne peut guère rapporter que miel et lavande en guise de souvenir. Afin de monter en gamme et d'accroître le nombre moyen de nuitées, le pays construit de plus en plus d'hôtels-boutiques quatre ou cinq étoiles.

La bataille qui oppose tourisme de qualité et tourisme de masse se prolonge sur tous les fronts, de la terre à la mer. Ainsi, les millions d'arrivées par les airs (aujourd'hui grandement contrariées !) n'empêchent pas la croissance du trafic routier. Camping ! Le mot est lâché. Loin de l'image d'Épinal du prolo en marcel, les Autrichiens, Slovénes ou Allemands écumant la Croatie dans leur camping-car à 30 000 ou 40 000 euros n'ont rien de pauvres. Réalisant pratiquement un quart des nuitées, ils paient leur place assez cher, restent plus longtemps, visitent plusieurs sites et dépensent davantage. Vestiges grecs ou romains, théâtres et parcs nationaux comptent davantage sur cette clientèle moyenne supérieure que sur les masses impécunieuses charriées par les tour-opérateurs. « L'entrée du parc national des îles Brioni coûte 30 euros par tête de pipe, ce qui revient à 120 euros pour une famille de quatre. Les touristes qui viennent en masse restent dans leur hôtel trois étoiles ou leur appartement et consomment surtout de la bière et du vin », assure Siminiati. Chaque année, le festival de musique électronique Ultra Europe de Split draine pendant une semaine 150 000 spectateurs venus de tout le continent, la ville n'en peut mais. La consommation d'alcool et d'autres substances ne compense pas les nuisances et le manque à gagner provoqués par l'afflux de taxis clandestins ukrainiens et de prostituées roumaines. →

Sur le front maritime, la lutte oppose les grands navires de croisière aux bateaux de location à taille plus humaine. Les premiers exaspèrent les autochtones tandis que les seconds restent le moyen le plus plaisant d'arpenter les côtes croates. Si la peur du confinement aux côtés d'éventuels malades pénalise aujourd'hui le croisiérisme, depuis quelques années, le secteur est saturé. Chaque débarquement de paquebot signifie au bas mot 2 000 touristes déchargés à quai, ce qui gonfle le nombre de visiteurs, mais dépasse les capacités d'accueil. À Dubrovnik, trois bateaux de croisière suffisent à bloquer l'étroite entrée de la vieille ville. Devant l'engorgement et la grogne des riverains, le nombre d'escales a été divisé par deux... On pourrait également brandir l'argument écologique pour défendre les bateaux à moteur ou à voile face à ces gros mastodontes. Sans violenter les paysages ni étrangler les ports, à raison de 120-150 euros la nuit, les bateaux de location font tourner l'économie et la restauration jusqu'aux rives de la Bosnie et du Monténégro. Cette année, avec la crise du transport aérien et des croisières, la tendance est à la démondialisation : la Croatie aux Croates... et aux Slovènes ! Comme au bon vieux temps de la Yougoslavie.

Trieste : contre Venise, tout contre

Il faut dire qu'un mouvement centripète rapproche Slovènes, Croates et Italiens d'Istrie. Durement éprouvée par les exactions fascistes et communistes, la sphère adriatique panse les plaies du passé depuis une quinzaine d'années. Plutôt que de concurrence, le syndicat d'initiative de la région Frioul-Vénétie Julienne préfère parler de complémentarité entre une Slovénie tentée par le tourisme écolo, une Croatie qui se positionne sur le marché des voyages sportifs, religieux et culturels, et la sublime Trieste. « *Le tourisme a explosé, surtout ces cinq dernières années, observe Gwendoline Nassivera, commandant de remorqueur du port. Il y a vingt ou trente ans, c'était assez marginal, avec soit des voyageurs très pointus passionnés par l'histoire de Trieste, soit des gens de passage qui allaient en Croatie.* » Le charme suranné de la ville aux façades austro-hongroises explique sans doute sa popularité auprès des Allemands et des Autrichiens, davantage attirés par le cachet culturel de Trieste que par ses plages de bitume en bordure de trottoir.

C'est contre, tout contre Venise, que l'ancien port de l'Autriche-Hongrie a affirmé son identité touristique. Piazza Unità d'Italia, plus grande place d'Europe donnant sur la mer, on croise fréquemment un grand bateau de croisière détourné de Venise pour mouiller à Trieste. « *L'administration de Venise essaie de réduire l'arrivée des gros paquebots. Trieste propose aux bateaux d'accoster, puis aux touristes de rejoindre Venise en train ou en car* », explique Gwendoline. L'initiative ne semble pas – pour l'ins-

tant ? – susciter le courroux de sa population, ravie de cette nouvelle manne touristique. Dans ce pôle de recherche scientifique à l'image jadis austère, des investisseurs privés se ruent sur Airbnb pour louer leurs appartements, Hilton ouvre un hôtel Double-Tree et l'économie locale profite à plein des projets d'agrandissement portuaire. Depuis le rachat par la Chine de la partie transport de containers du port, la route de la soie passe aussi par Trieste.

L'avenir en Marches

L'effet repoussoir du voyage organisé favorise des destinations longtemps délaissées. Juste au sud de Rimini, la région des Marches incarne parfaitement la contre-programmation touristique en vogue maintenant que les grands spots n'ont plus la cote. Avec son littoral méconnu, ses grottes, ses collines, ses montagnes et ses cités d'art, l'ancien État pontifical sort peu à peu de l'anonymat. « *Notre tourisme n'a jamais été de masse, mais étalé et culturel. Les Marches sont un musée diffus* », résume Claudia Lanari, responsable du service développement et valorisation de la région. Si Urbino est sa tête de gondole classée par l'Unesco, abritant la maison natale de Raphaël et un palais ducal, la cité de Cesare Borgia n'épuise pas la richesse patrimoniale du cru. Aux esthètes qui visiteront Recanati, la ville du poète Leopardi, il faut ajouter les mordus de la petite reine amateurs d'un tourisme de plein air (*outdoor*) que les Marches valorisent dans leurs publicités. À 70 % italiens, les visiteurs de la région pratique la pérégrination lente, notamment lors des mariages. Nombre de fiancés – italiens, allemands, néerlandais ou britanniques – jettent leur dévolu sur un village pour y louer une place, un point panoramique ou un théâtre historique et y convoler des jours durant avec amis et famille. Les bed and breakfast et gîtes locaux applaudissent ce tourisme lent. On est loin des queues de touristes chinois devant Florence, Venise ou Sienna. « *Désormais, ce type de tourisme est peut-être dépassé et insoutenable à long terme, plaide Claudia Lanari. Beaucoup de touristes ont un programme de visite impressionnant en Italie : ils parcourent parfois au pas de course cinq grandes villes en trois jours ! Il est important de mieux répartir le tourisme sur le territoire et de faire découvrir des particularités cachées.* » Un vœu pieux ? Dans la Botte, on ne badine pas avec un secteur qui représente un emploi sur sept. À l'avenir, sans remettre en cause la liberté de voyager, « *les tour-opérateurs pourraient proposer plus de territoires afin de ne pas engorger une seule ville* », suggère Claudia Lanari. Reste qu'il est plus facile de critiquer le modèle économique intensif dominant lorsqu'on demeure à l'écart des grands flux intercontinentaux. Tout en développant leur offre alternative et durable, les Marches cherchent ainsi à multiplier les liaisons internationales de l'aéroport d'Ancône-Falconara. Qui sait si l'avenir appartient aux petits qui se rêvent grands... •



Village de Montefalcone Appennino, dans la région des Marches (Italie).

© Destinazione Marche