



ECHO magazine
1202 Genève
022/ 593 03 03
www.echomagazine.ch/

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
Tirage: 12'289
Parution: hebdomadaire

Page: 16
Surface: 90'615 mm²

Ordre: 38017
N° de thème: 038.017

Référence: 76390332
Coupure Page: 1/3

NEUCHÂTEL

Ah ces touristes, qu'ils sont pénibles!

Nous sommes toujours le touriste d'un autre, montre la nouvelle exposition temporaire du Musée d'ethnographie de Neuchâtel. Nous tendant un miroir, elle présente et interroge notre insatiable goût du voyage.



Dans l'exposition, de nombreux mannequins jouent les touristes et bouchent la vue.

Azale Pidoux

Le mal du voyage,
Musée d'ethnographie de Neuchâtel,
rue Saint-Nicolas 4.

Mardi-dimanche:
10h-17h. Jusqu'au
29 novembre.

Saviez-vous que sans les touristes, les sculptures en bois traditionnelles de Brienz, inscrites au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, n'existeraient pas? En effet, c'est pour les premiers Anglais venus se promener dans l'Oberland bernois que Christian Fischer, le précurseur de cette pratique, commence à sculpter et à ven-

dre des objets en bois en 1816. A sa suite, des ateliers fleurissent dans toute la région et les fameuses figurines, qui représentent des sujets inspirés de la flore, de la faune et de la vie alpestre, se diffusent à travers l'Europe. La fondation en 1884 de l'école de sculpture de Brienz puis, pendant et entre les deux guerres mondiales, le versement de subventions publiques à cet artisanat assoient cette tradition et la font survivre jusqu'à aujourd'hui. Le tourisme stimule-t-il l'art, la créativité et l'économie, comme l'illustre cet exemple? Ou détruit-il les tradi-

tions et mène-t-il à une homogénéisation du monde, comme le laissent penser les fameux bonnets péruviens et les innombrables autres souvenirs «typiques» fabriqués aujourd'hui par des usines asiatiques? L'artisanat touristique est-il dénué de valeur? Y a-t-il de bons et de mauvais touristes? Le débat est sans fin.

SURFER SUR LES AMBIGUITÉS

«Le drame, dans le tourisme, ce sont les autres touristes», sourit Yann Laville, codirecteur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN). Et ef-



fectivement, on est toujours le touriste d'un autre, en témoigne la nouvelle exposition temporaire du musée. Intitulé *Le mal du voyage*, cet intrigant parcours surfe sur les ambiguïtés pour mieux prendre de la distance par rapport à nos rêves, itinéraires et pratiques touristiques. Un véritable voyage dans nos voyages. «Nous avons voulu réfléchir autour des imaginaires liés au tourisme et aux vacances, explique son collègue Grégoire Mayor. Comment on se confronte à ces imaginaires, comment on les reproduit et comment on souhaite, en même temps, s'en libérer.»

Un bon exemple? Les photos: à de rares exceptions près, nous prenons tous les mêmes. Ce phénomène s'observe et s'amplifie d'autant plus dans notre société connectée. L'artiste Emma le prouve qui publie sur internet «d'étonnants tableaux photographiques composés d'une mosaïque de représentations identiques» piochées sur le web, explique l'un des guides de l'exposition (voir encadré). Même panorama, même point de vue, même angle... et pourtant nous continuons d'en prendre. Cela n'est pas nouveau: les photos prises en vacances renvoient souvent à des codes esthétiques anciens. On pense aux romantiques, qui aimaient présenter l'homme dans sa petitesse face à la nature, ou encore à la photographie comme preuve de la conquête sportive.

DÉFERLANTE AU TESSIN

Parallèlement, ces millions de cartes postales similaires conditionnent tant notre sens esthétique que le choix de nos destinations, d'autant plus quand elles sont recommandées par des youtubeurs et autres influenceurs. Avec des impacts parfois négatifs. Le Val Verzasca, au Tessin, avait été envahi en 2017 par une masse de visiteurs suite à la publication sur Facebook d'une vidéo intitulée «Les Maldives de Milan».

Qu'on choisisse le wellness, la montagne, la jungle ou la fête dans une métropole, notre expérience de voyageur ou de touriste est canalisée par les modes du moment, notre éducation ou notre position sociale, rappelle cette exposition qui s'attache aussi à décrire l'envers du décor. Ainsi en est-il des déchets abandonnés sur les pentes «pures» des montagnes, de la production artisanale qui s'adapte et évolue, des enfants métis nés du tourisme sexuel ou de traditions et de rites revisités. On pense notamment au tourisme chamanique qui propose de vivre des expériences psychotropes en compagnie de chamanes de «populations traditionnelles».

Ce ne sont pas toujours les touristes qui créent les stéréotypes, mais les acteurs touristiques eux-mêmes, rappelle aussi cette exposition qui devrait nous inciter, lors de nos prochaines vacances, à mieux ouvrir les yeux. ■

Aude Pidoux



Vous êtes plutôt...

Routard, Guide bleu ou prospectus de croisière? Pour visiter l'exposition *Le mal du voyage*, trois guides (payants) sont à disposition. Chacun vous fera voir ou ne pas voir, comprendre ou ne pas comprendre ce qui se cache derrière les plages paradisiaques, les séjours wellness et autres plaisirs de vacances. Pour rigoler et profiter de la jungle et des soirées alcoolisées sans vous poser de questions, choisissez *CroisiDream*,

le prospectus de croisière. Pour découvrir l'envers du décor et vous sentir plus intelligent que les autres touristes croisés sur votre route, *Culture bleue* s'impose. En voyage, on voit ce qu'on veut voir, prouvent ces guides. Les plus intéressés ont ainsi la possibilité de parcourir l'exposition trois fois, regard nouveau garanti. Et si, pour nos prochaines vacances, on changeait de guide plutôt que de destination? ■ AuP

Un musée flambant neuf

Le mal du voyage est la première exposition à s'installer dans la nouvelle Black box, l'annexe du Musée d'ethnographie de Neuchâtel. Tant cette dernière que la villa de Pury, le bâtiment principal du musée qui abrite l'exposition permanente, ont fait l'objet d'intenses rénovations ces quatre dernières années. Les deux bâtiments offrent désormais un espace muséal de pointe qui vaut le détour ainsi qu'une belle vue sur le lac. ■ AuP