Tourisme et identité territoriale

Puisque le changement de nom des Côtes-d'Armor est issu principalement d'un souci de développement du secteur touristique, il m'a semblé important de retracer rapidement l'histoire de cette activité en Bretagne. Cette prise de recul se donne pour but la « mise en perspective » des représentations touristiques actuelles et des relations qu'elles entretiennent avec l'identité territoriale de la Bretagne d'abord, puis du département qui nous intéresse.

Les divers chercheurs s'accordent à dater l'apparition d'un « proto-tourisme » vers la fin du XVIIIe siècle, et les premiers guides illustrés sur la Bretagne offrent l'image d'un monde pauvre, désolé et inhospitalier. Ainsi, dans le *Voyage dans les départements de la France*, (1794) J. La Vallée et L. Brion présentent les Côtes-du-Nord comme un espace de « *vaste solitude, déserts immenses, grisâtres bruyères et bois ténébreux…* », ce en quoi d'ailleurs elles ne se différencient pas du reste de la Bretagne.

Puis, la Révolution et l'Empire voient rapidement s'installer l'archétype du Breton « *celte, archaïque et chouan* », à travers l'émergence d'une anthropologie administrative et politique, soucieuse de comprendre qui est ce « *paysan, soudain promu citoyen, qui n'a pas accepté l'ordre bel et bon qu'on lui proposait ?* » (1)

Cette image ne pouvait alors que trouver une expression exacerbée avec l'avènement du romantisme, auquel Chateaubriand donne ses lettres de noblesse ; avides de voyages, les artistes, écrivains et peintres romantiques du milieu du XIXe magnifient la Bretagne sauvage, marquée du triple sceau de la violence, de l'archaîsme et de l'exotisme. Beaucoup plus diffusées que les tableaux, les lithographies se nourrissent de paysans aux traits marqués, de costumes bigarrés, de ruines pittoresques, de monuments druidiques, de mers déchaînées…

Dans le même temps se constitue un corpus de textes divers, œuvre d'érudits locaux, d'abord férus d'archéologie et d'architecture ancienne (notamment médiévale), parfois intéressés par la civilisation rurale et ses mœurs. Et les premiers visiteurs leur emboîtent le pas, tel Flaubert fasciné par Carnac lors de son tour de Bretagne en 1847, mais aussi séduit par des sites naturels telles les grottes de Belle-Île, voire même par des paysages comme les berges de l'Odet : « *[…] je sais peu de choses d'un aspect aussi agréable que cette belle allée qui s'en va indéfiniment au bord de l'eau et sur laquelle l'escarpement presque à pic d'une montagne toute proche déverse l'ombre foncée de sa verdure plantureuse.* » (2)

---

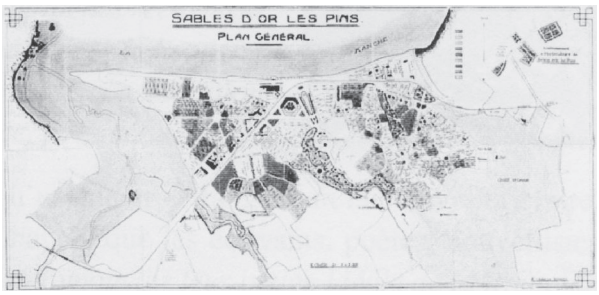
1 - Catherine Bertho : « L'invention de la Bretagne, genèse sociale d'un stéréotype », in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n' 35, 1980. Page 50. Catherine Bertho insiste sur le fait que cette identité chouanne est largement un phantasme du pouvoir central, la Bretagne ayant acquis ce qualificatif « par extension » c'est-à-dire par proximité territoriale. Rappelons d'ailleurs qu'elle fut majoritairement favorable à la Révolution, du moins dans les premiers temps, comme le montre sa participation active au moment de la départementalisation.

2- Gustave Flaubert et Maxime Du Camp : *Voyage en Bretagne. Par les champs et par les grèves*. 1885. Réédition Bruxelles, éd. Complexe, 1989.

Mais les représentations se modifient sensiblement et la période de 1830 à 1855 verra la production littéraire cesser de magnifier la sauvagerie présumée du lieu et de ses habitants pour mettre en avant l'archétype d'un monde rural aimable, tranquille et conservateur, pétri de coutumes précieuses [1] : en effet, le temps n'est plus aux « menaces chouannes », mais bien à celles issues du nouveau monde ouvrier des villes.

Ce substrat, le développement d'un tourisme bourgeois, grâce aux chemins de fer, et la vogue balnéaire naissante, vont vite attirer en Bretagne un nombre croissant de touristes, dont le centre principal d'intérêt va se déplacer vers les côtes. C'est en Normandie et sur le littoral du Nord, premiers desservis par le train et plus proches de Paris, que se concentreront les classes bourgeoises aisées, tandis que les plages de Bretagne offriront « *aux personnes moins aisées des conditions de logement et de vie très différentes qui assurent à ces plages, malgré leur éloignement, la préférence des fortunes modestes et des familles nombreuses... [Ce sont] surtout des plages de famille où l'on s'installe pour toute la saison.* » [2]

En effet, à partir de 1850 apparaissent les premières « stations » bretonnes, installées dans le sillage des lignes de chemin de fer, puis dès les années 1880, c'est la création de lotissements et la prolifération des « chalets de mer ». Dans le même temps, les stations se hiérarchisent et se diversifient en fonction du confort et des loisirs qu'elles offrent. Car dès le départ, les touristes recherchent en Bretagne, outre la baignade, un large choix d'activités : le Touring club de France, relayé par les Syndicats d'initiatives, propose notamment des circuits touristiques et autres excursions à la découverte d'une Bretagne intérieure pittoresque, tandis que les municipalités s'équipent en casinos, clubs de tennis, champs de courses…



La première moitié du XXe siècle voit même la création de véritables « villes nouvelles » balnéaires, tel Sables-d'Or-les-Pins, largement promue par Octave-Louis Aubert, président du Syndicat d'Initiative des Côtes-du-Nord et propriétaire de la revue La Bretagne Touristique : « *Voici que s'accomplit le prodige ; tout change et se transforme. L'homme commande aux événements. Le désert s'avère habitable. Au milieu des sables, des oasis surgissent de toutes parts. De la beauté humaine s'ajoute à la beauté naturelle des lieux […]. Au néant a succédé la vie. L'ordre a remplacé le chaos.* » [3]

---

1 - « *La recherche se donne dès les années 1800 comme pure curiosité érudite que justifie le phantasme de la disparition des coutumes. Phantasme, le terme a sa place ici, non qu'il soit inexact que les habitudes rurales changent et que certaines disparaissent, mais parce que leurs traits constitutifs sont perçus par les observateurs comme un stock constitué une fois pour toutes dans les temps reculés et dont la trace irait en s'affaiblissant tous les jours. Les usages ruraux ne sont nullement considérés comme des réalités évoluant à aussi juste titre que les modes urbaines ou les habitudes des notables. Au contraire, elles sont conçues comme un précieux dépôt -c'est le ternie employé- légué par les ancêtres et que les héritiers ignorants de la valeur du magot dilapideraient par négligence.* » Catherine Bertho, *Op. cit.* Page 47.

2 - Rapport de la Compagnie ferroviaire de l'Ouest, 1887, cité par Maryse Angelier : « Trains et bains de mer », in Nathalie Richard et Yveline Pallier (dir.) : *Cent ans de tourisme en Bretagne*, 1840-1940. Rennes Apogée, 1996. Page 34.

3 - Jean Sannier (pseudonyme de O.-L. Aubert), *La Bretagne touristique*, n' 25, 15 avril 1924. Page 95.

C'est la grande époque de la Bretagne des guides, « *formée d'itinéraires précis et assez vite stéréotypés qui longent les côtes et sont jalonnés de lieux consacrés (Pointe du Raz, Grottes de Crozon) où ne vont jamais les autochtones et de stations balnéaires, créations purement factices. […] Les temps forts du voyage sont les "points de vue", lieux qui n'ont de sens et d'existence que pour le touriste et à partir desquels le paysage se déploie comme un pur spectacle, vide d'hommes le plus souvent.* » (1)

De fait, lorsque des hommes apparaissent, c'est d'un point de vue où le phantasme du monde rural traditionnel ne le cède qu'au mythe, et l'exemple des « Islandais » de Paimpol est à cet égard très révélateur. De 1850 à 1935, paysans et pêcheurs du Trégor et du Goëlo participèrent à de grandes campagnes de pêche à la morue en Islande. Leur travail, qui était à la fois extrêmement pénible et souvent meurtrier, donna l'occasion à Pierre Loti d'écrire l'épopée moderne Pêcheur d'Islande (1886) qui eut un succès phénoménal. Le marin pêcheur y est décrit de manière stéréotypée, comme appartenant à une race de surhommes, forts et beaux, rudes mais au cœur tendre, qui ne peuvent résister à l'appel de la mer. Une célébration religieuse s'étant également développée à Paimpol, le Pardon des Islandais (2) c'est à un macabre et rituel dépaysement que convie l'importante production d'images et de textes touristiques qui suivit la médiatisation provoquée par Loti (voir carte postale ci-contre). « *La démarche est subtile, car il ne faut pas que cette célébration de l'insolite -insolite social en la circonstance- suscite des réflexions qui déborderaient du champ touristique. Les guides tentent d'éveiller une curiosité unanimiste, béate, dénuée d'approches réellement historiques ou économiques. Ils sont un appel à la visite familiale, détendue et estivale, qui écarte toute considération sociale ingrate susceptible d'être actualisée, politisée.* » (3)

Au fond, le plus étonnant ici, ce n'est pas qu'un auteur « étranger » ait fait œuvre littéraire, mais bien, comme le souligne François Chappé, que les écrivains, poètes, nouvellistes locaux eux-mêmes, furent « *tout heureux de promouvoir leur image idéale de la Bretagne à la suite de ce formidable "coup de pub" qu'a été Pêcheur d'Islande* » et que tout cela ait contribué à « *l'émergence d'une littérature touristique destinée par vocation à séduire un public par des images à la fois lisses sur le plan social et pittoresques sur le plan folklorique.* » (4)

Mais il est des « médias » qui auront un public beaucoup plus vaste que la littérature touristique ou régionaliste, ce sont les quantités de cartes postales, bibelots, bijoux, mobiliers, ainsi que les fêtes et les chansons à motifs « bretons », qui vont se développer vers la fin du XIXe, telles les faïences de Quimper, dont les premières pièces à sujet breton datent de 1878.

---

1 - Catherine Bertho, *op. cit.* Page 61.

2 - Bénédiction solennelle des navires avant leur départ pour une campagne dont certains ne reviendront pas.

3 - François Chappé : « De l'usage touristique d'un mythe : Paimpol et l'Islande », in *Cent ans de tourisme en Bretagne*, 1840-1940. *op. cit.* Page 87

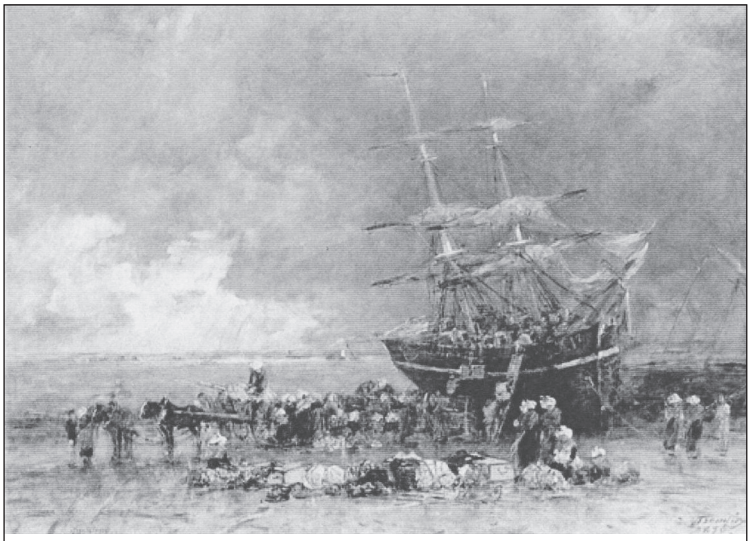
4 - François Chappé : *op. cit.* Page 83.

Tous ces « objets », qui fractionnent les représentations du pays en stéréotypes commercialisables, s'adressent en fait à un public nouveau qui n'est plus la moyenne bourgeoisie nationale en villégiature, mais le peuple ouvrier et la toute petite bourgeoisie bretonne issus de l'exode rural, exode dont l'apogée se situe justement au tournant du siècle.

Paimpol, monument à T. Botrel

C'est le temps de Bécassine ou des chansons qui confinent au dérisoire, comme la fameuse « *Ils ont des chapeaux ronds* » de Théodore Botrel (1868-1925). Ce chansonnier originaire des Côtes-du-Nord connut un tel succès dans les cabarets de Montmartre que, bien qu'il ait passablement caricaturé la Bretagne, il a aujourd'hui son monument à Paimpol.

Pour reprendre les termes de Catherine Bertho, « *Tout se passe comme si la représentation de leur civilisation d'origine ainsi offerte aux provinciaux déracinés était juste assez proche de la réalité pour leur permettre de penser ce déracinement et juste assez dérisoire pour décourager toute valorisation d'un monde qu'il faut quitter* » (*op. cit.* Page 62).


Eugène Boudin : Pontrieux - Débarquement d'un Terre-Neuvas, 1875

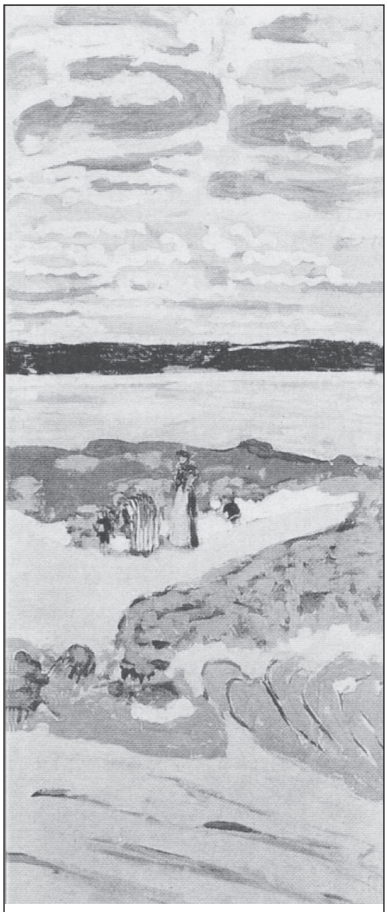
En marge de ces représentations stéréotypées, il faut pourtant mentionner l'existence de regards plus subtils, non pas du point de vue social, mais du moins dans l'appréciation des paysages de Bretagne. C'est chez les peintres, nombreux à y rechercher l'inspiration (voir la fameuse école de Pont-Aven) que l'on trouve parfois une vision moins factice, passéiste ou statique. On citera par exemple Paul Huet (1803-1869) s'attachant à capter en neuf aquarelles successives la « *grandiose beauté et la rapidité des transformations lumineuses* » d'une fin d'après-midi sur le littoral, ou celui du précurseur de l'impressionnisme Eugène Boudin (1824-1898) qui, parcourant les régions de Paimpol et de Plougastel, est séduit par le défi continuel que posent « *les couverts nuageux éphémères, la luminosité particulière et les atmosphères évanescentes* » [(1)] des ciels bretons dans leur accord avec la mer.

Beaucoup d'autres peintres et artistes représenteront des paysages ou des ambiances des Côtes-du-Nord, d'ailleurs sans toujours échapper aux stéréotypes. [(2)]

---

1 - Denise Delouche : « L'invention de la Bretagne dans la peinture du 19e siècle », in Nathalie Richard et Yveline Pallier (dir.) : *op. cit.* Page 28.

2 - Voir l'article de Denise Delouche : « L'histoire de la peinture vue des Côtes d'Armor », in *Baptisons les Côtes d'Armor* n° 151 de la revue *Les Cahiers de l'Iroise*, juillet-septembre 1991.



E. Vuillard, *la Plage* 1909

En vacances à Saint-Jacut, Vuillard est entraîné dans l'exploration de rapides paysages, délaissant un moment ses sujets favoris de l'intime et du quotidien. « Vuillard en fait [de la plage] une page décorative où le graphisme blanc des nuages répond au dynamisme de quelques formes souples qui scandent l'espace.» Denise Delouche : « L'histoire de la peinture vue des Côtes d'Armor », *op. cit.* Page 141.

On peut citer par exemple Corot, Valloton, Whistler, Signac, Vuillard (voir ci-contre), Chagall, Foujita, Lipchitz, Calder… pour les plus connus des visiteurs, ou Yves Tanguy et André Breton qui en sont originaires.

Mais ce type d'approche aura finalement peu d'influence sur les représentations populaires, si ce n'est que l'on en retrouve aujourd'hui encore des ersatz, dans une production picturale à vocation touristique, comme par exemple ces huiles, vite devenues posters, de « typiques » paysages côtiers au ciel d'orage, où se détache quelque blanche maisonnette.

L'autre exception notoire vient de certains promoteurs locaux du tourisme qui manifesteront très ponctuellement le soucis de proposer une image plus moderne de la Bretagne, que ce soit à travers ces stations « villes nouvelles » que nous avons mentionnées, ou à l'occasion de l'exposition universelle de 1937, placée sous le patronage d'Octave-Louis Aubert, qui décrivait ainsi ses objectifs : « *Il importe […] de ne rien présenter qui ressemble à une Bretagne factice et conventionnelle, à une Bretagne de déguisés conduits par des binious et des bombardes de Montmartre ou d'ailleurs, et d'écarter résolument tout ce qui n'est pas vrai, tout ce qui n'est pas traditionnel et racique* » [(1)]. Le but était bien de présenter aux visiteurs une Bretagne multiforme, traditionnelle et moderne, où une salle sur le sentiment religieux côtoyait une pimpante salle de bain dans laquelle on pouvait lire l'épigramme suivante : « *La Bretagne est un pays de légendes, que ceci contribue à détruire l'une d'entre elles*. » Il va sans dire que les visiteurs furent parfois déroutés, étonnés de ne pas retrouver certains repères habituels ; pourtant le pavillon fut un succès, et l'on en espéra de fortes retombées touristiques.

Mais pendant que les uns développaient le tourisme et parfois espéraient mieux faire connaître la Bretagne, d'autres, depuis le début du siècle, s'inquiétaient au contraire de ses conséquences et notamment de la prolifération de constructions côtières : « *Lawn-tennis, crocket, tea-party : le faste et l'étrangeté des stations littorales engendrèrent d'abord la stupéfaction et parfois l'admiration, pour ne pas dire l'envie. Mais l'excessive facilité de vivre qu'on y affichait contrastait trop fortement avec les habitudes et les principes du pays d'accueil où la misère rodait bien souvent. Le balnéaire eu tôt fait en conséquence de susciter la désapprobation et même la xénophobie* ». [(2)]

1 - Octave-Louis Aubert, avril 1936, propos rapportés par E. Bourgeois, *Bretagne*, n° 135.

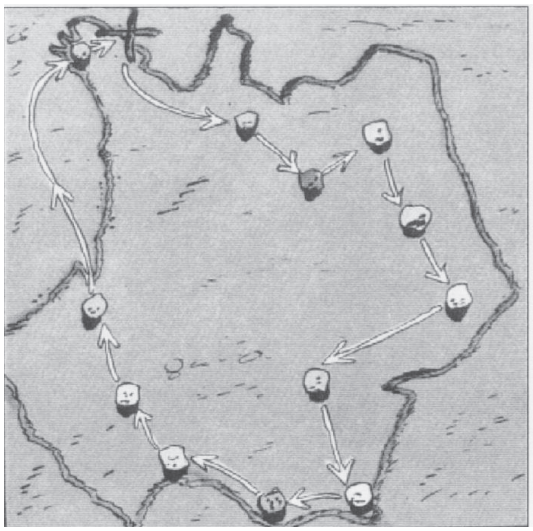
2 - Daniel Le Couédic : « Le sulfureux laboratoire de la création architecturale », in Nathalie Richard et Yveline Pallier (dir.) : *op. cit.* Page 46.

Cette perception se retrouvait surtout parmi une intelligentsia régionaliste ancrée à droite, dans des publications telles *L'Heure bretonne*, *Le Réveil breton* ou *La Croix du Morbihan*, en farouche opposition à la position moderniste et éclectique de la revue de O-L. Aubert.

Jusqu'au tournant des années 1960, le stéréotype régional se partagera donc entre représentations populaires dérisoires, qui cultiveront un parfum d'infériorité désormais intégré, et représentations cultivées d'une Bretagne aimable et conservatrice, parfois agitée de rancoeur, voire de xénophobie envers l'invasion touristique que les congés payés allaient évidemment accroître. L'exception picturale de Pont-Aven et des représentations dynamiques du littoral, ainsi que le cas du « modernisme » centré autour de O-L. Aubert dans les Côtes-du-Nord n'allaient pas y changer beaucoup ; et même si les thématiques de la nature, de la tradition culturelle et linguistique se sont depuis « légitimisées », avec l'émergence de l'écologie et du régionalisme de gauche des années 1960, c'est toujours, comme le souligne C. Bertho, « *la culture rurale qui pointe la personnalité de la province ; elle est toujours perçue en termes de folklore ; ce sont toujours le caractère de la race, la personnalité de la langue bretonne, l'influence du climat et de la nature du sol, la célébration des costumes, des danses, des monuments, qui continuent à nourrir la représentation de la province. On a fait du neuf avec du vieux.*» *Op. cit.* page 62.

Du moins c'est ce que l'on peut percevoir lorsque de passage dans une librairie spécialisée, on épluche les publications sur le département [1]. Mais (pire ?) aujourd'hui comme hier, ces livres sont loin d'avoir une audience significative parmi les vacanciers de Bretagne, qui se contentent des guides touristiques, voire de la multitude de dépliants que distribuent syndicats d'initiative, offices de tourisme, mairies, commerçants…

La Bretagne, résumé de la France rurale ?



Le plus célèbre des Costarmoricains est sans aucun doute Astérix. Mais il faut regarder de près pour s'en apercevoir (*Le tour de Gaule*, page 9). Alors que les différentes provinces qu'il traverse sont peuplées de personnages parfaitement typés, Astérix lui-même n'est caractéristique d'aucun pays, il n'est même pas breton… il est gaulois. Il est le dernier avatar, mais aussi le plus populaire. de ce mythe construit par une « *anthropologie des Préfets* » et qui identifie la Bretagne à la France rurale toute entière.

« *Lorsque la province française dans son ensemble est réputée sauvage, la Bretagne paraît simplement plus sauvage […] ; lorsque la province française tout entière est censée être catholique et conservatrice, la Bretagne est plus catholique et plus conservatrice.*» (*Catherine Bertho : « L'invention de la Bretagne* », *op. cit.* page 45).

1 - On trouve ces précieux auxiliaires de la recherche que sont les *Coop Vreizh* dans quelques grandes villes bretonnes et à Paris.

Le tourisme aujourd'hui : quelles représentations ?

Les syndicats d'initiative et les offices de tourisme, qui ont engagé et soutenu la procédure de changement de nom, produisent régulièrement dépliants et brochures où se décline l'image du département.

Une analyse complète de ces brochures touristiques aurait nécessité un travail trop important en regard du sujet développé dans ce mémoire, et c'est pourquoi je me suis limité à une étude de l'iconographie. Les dépliants ont été systématiquement collectés à l'office de tourisme de Rennes, à celui de Saint-Brieuc, et localement dans de nombreux bourgs.

L'analyse ne cherche pas à décrypter chaque image de façon exhaustive, tant on sait à quel point le nombre de critères de classement peut être élevé [(1)]. Les classements opérés sont orientés autour d'une interrogation : l'image observée permet-elle d'identifier les Côtes-d'Armor et de quelle(s) façon(s) ?

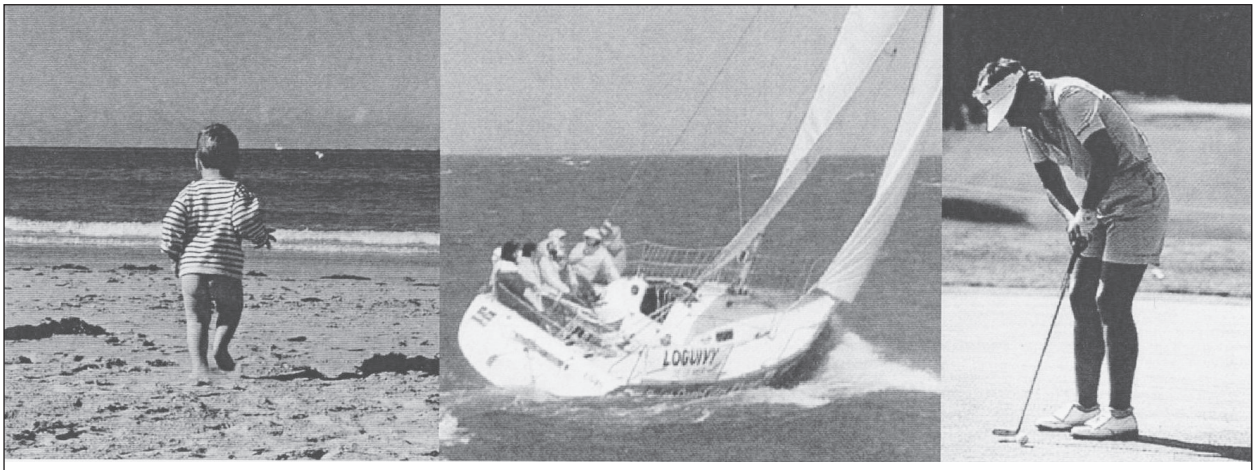
Sur 800 images analysées, un premier tri permet de déterminer trois groupes :

- 47% ont très peu, sinon rien à voir avec le département : **1er groupe**

- 23,5% «montrent» les Côtes-d'Armor, mais en arrière-plan, l'objet principal de la photo étant une activité ou un «motif» non spécifique au département : **2e groupe**

- 29,5% ont comme objet principal une ou plusieurs facettes spécifiques des Côtes-d'Armor : **3e groupe**

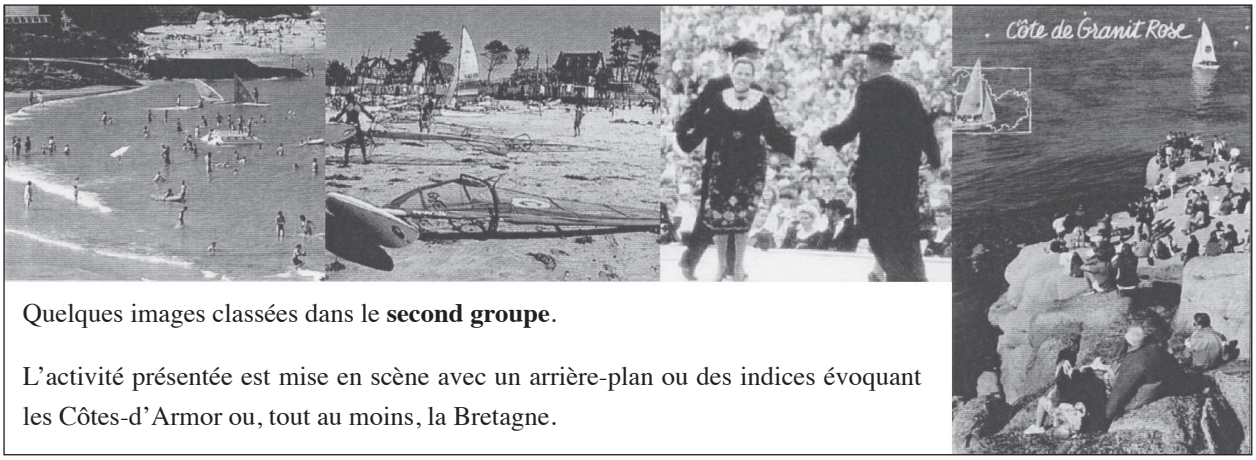
Ce premier résultat est déjà significatif : près de la moitié des représentations ne montrent aucun soucis pour le lieu, et pourraient être qualifiées d'*a-topiques* ; pour la plupart, elles pourraient être issues d'une photothèque pour publicitaire. Sont ainsi illustrées une grande part des «activités» qu'un vacancier peut souhaiter pratiquer, notamment tous les types de sports, mais aussi les infrastructures d'accueil, tels les hôtels, les campings ou les restaurants, et, plus rarement, des occupations comme le cinéma ou le casino.



Premier groupe : plage, plaisance et golf, trois des activités de loisirs mises en avant dans les dépliants touristiques

1- L'observatoire photographique du paysage, mis en œuvre par la Mission du Paysage, connaît bien les difficultés que pose la mise au point d'une démarche de classification et de référencement.

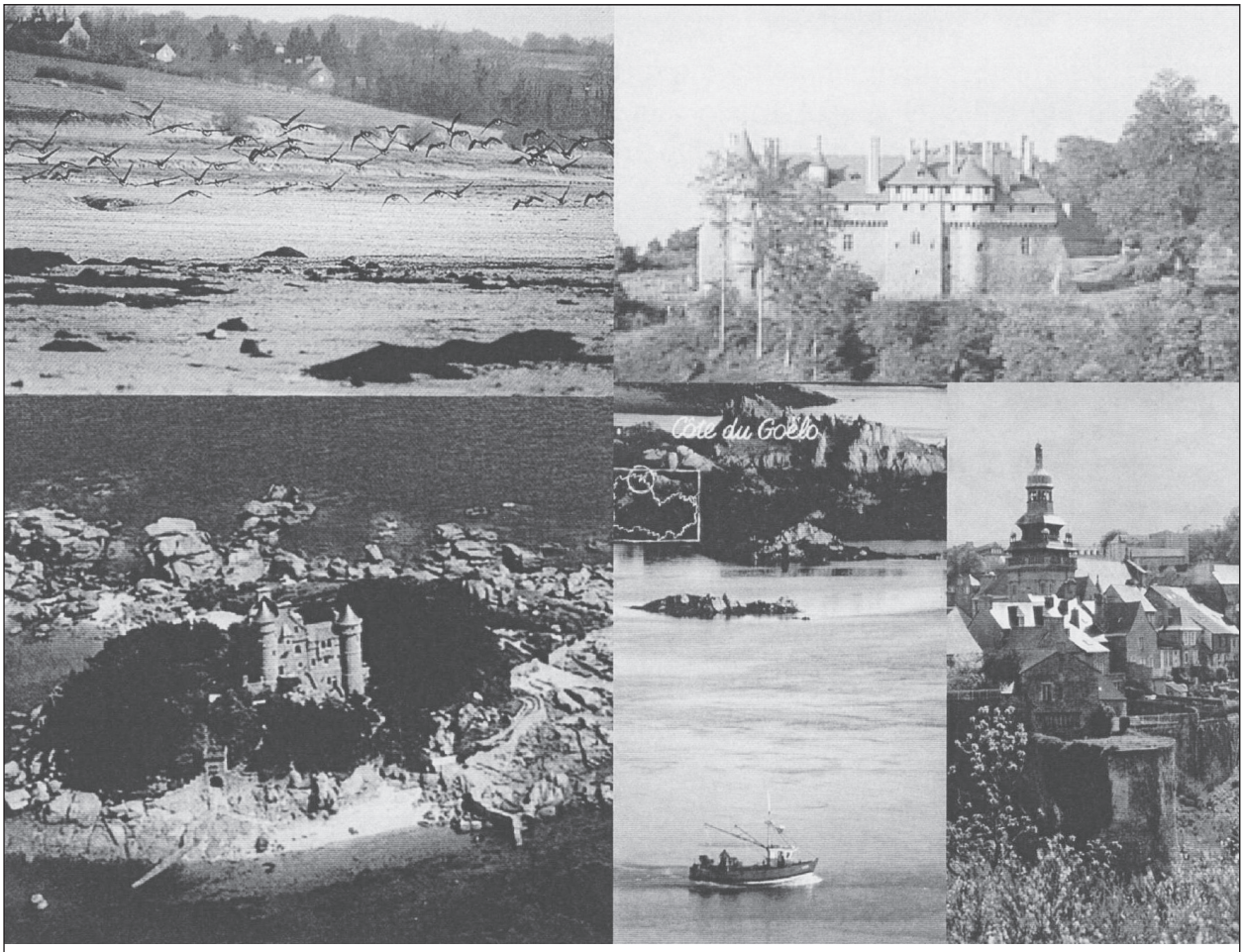
Dans le second groupe, on trouve encore une grand nombre d'images liées au sport, principalement en rapport avec la mer (baignade, planche à voile…), mais aussi quelques balades à cheval et autres promenades ou randonnées. La plupart des images sur le folklore appartiennent aussi à cet ensemble car, bien que ne présentant pas d'arrière-plan de paysage, elles parlent de Bretagne.



Quelques images classées dans le **second groupe**.

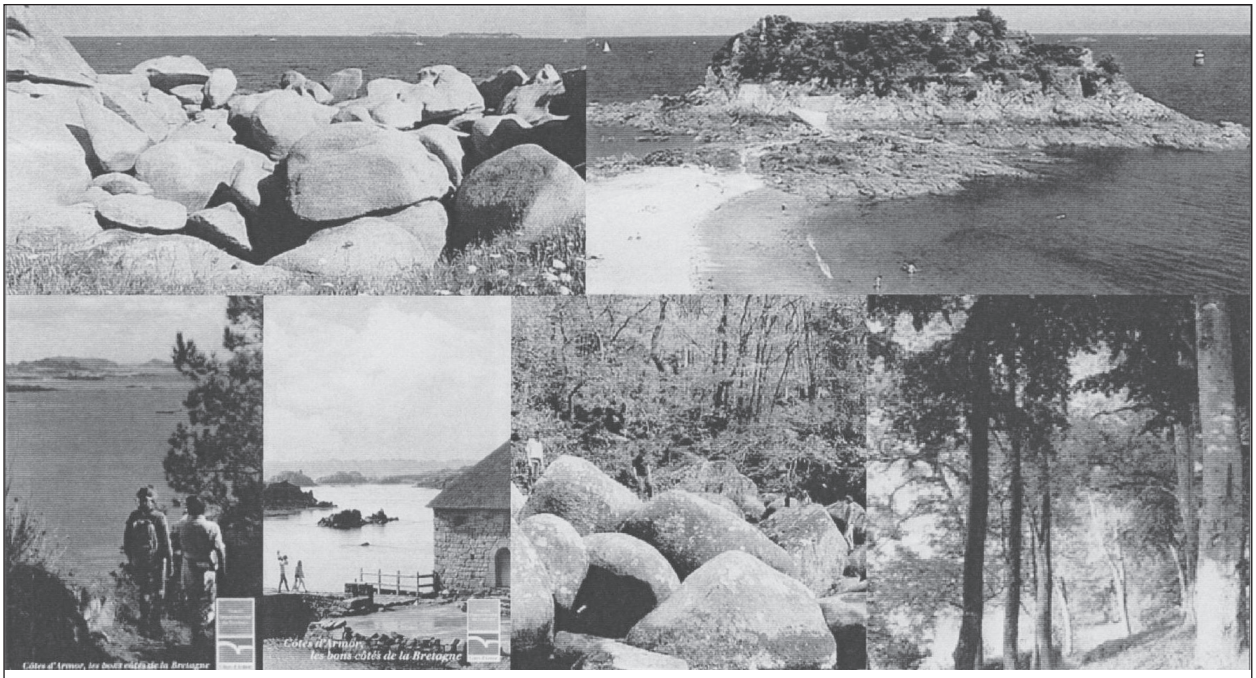
L'activité présentée est mise en scène avec un arrière-plan ou des indices évoquant les Côtes-d'Armor ou, tout au moins, la Bretagne.

Le troisième groupe est celui dans lequel l'objectif principal des images est de présenter des aspects visuels caractéristiques et reconnaissables du département, en un mot des paysages, que ce soit sur le littoral, dans les terres ou dans les villes et villages.



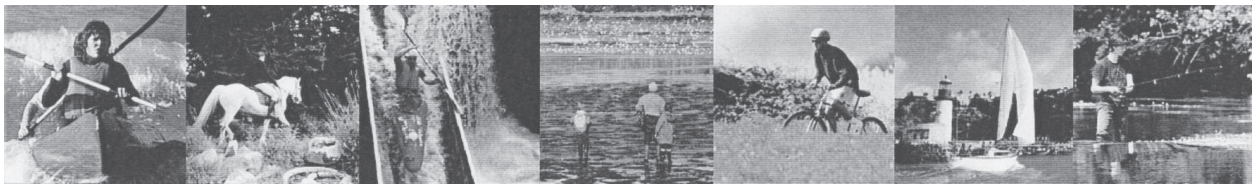
Troisième groupe : grèves et côtes rocheuses pour les images les plus nombreuses, celles qui parlent de l'Armor. «Petites cités de caractère» et châteaux ou églises, pour celles qui montrent l'Argoat.

Un second **type de classement** concerne la répartition entre Armor et Argoat. 341 images peuvent se répartir selon ces catégories. On observe une très nette prédominance de l'Armor, avec 77% des représentations (proche des 80 % que le tourisme littoral représente en nombre de visiteurs comme en chiffre d'affaire).



Armor et Argoat, avec parfois les mêmes références de chaos rocheux et de végétation touffue

Bien sûr, on trouve aussi dans ce groupe des représentations moins identitaires, comme celles qui montrent des activités de bord de mer pour l'Armor, et celles qui parlent des balades à pied, à vélo, en canoë ou à cheval, et qui peuvent concerner aussi bien l'Armor que l'Argoat.



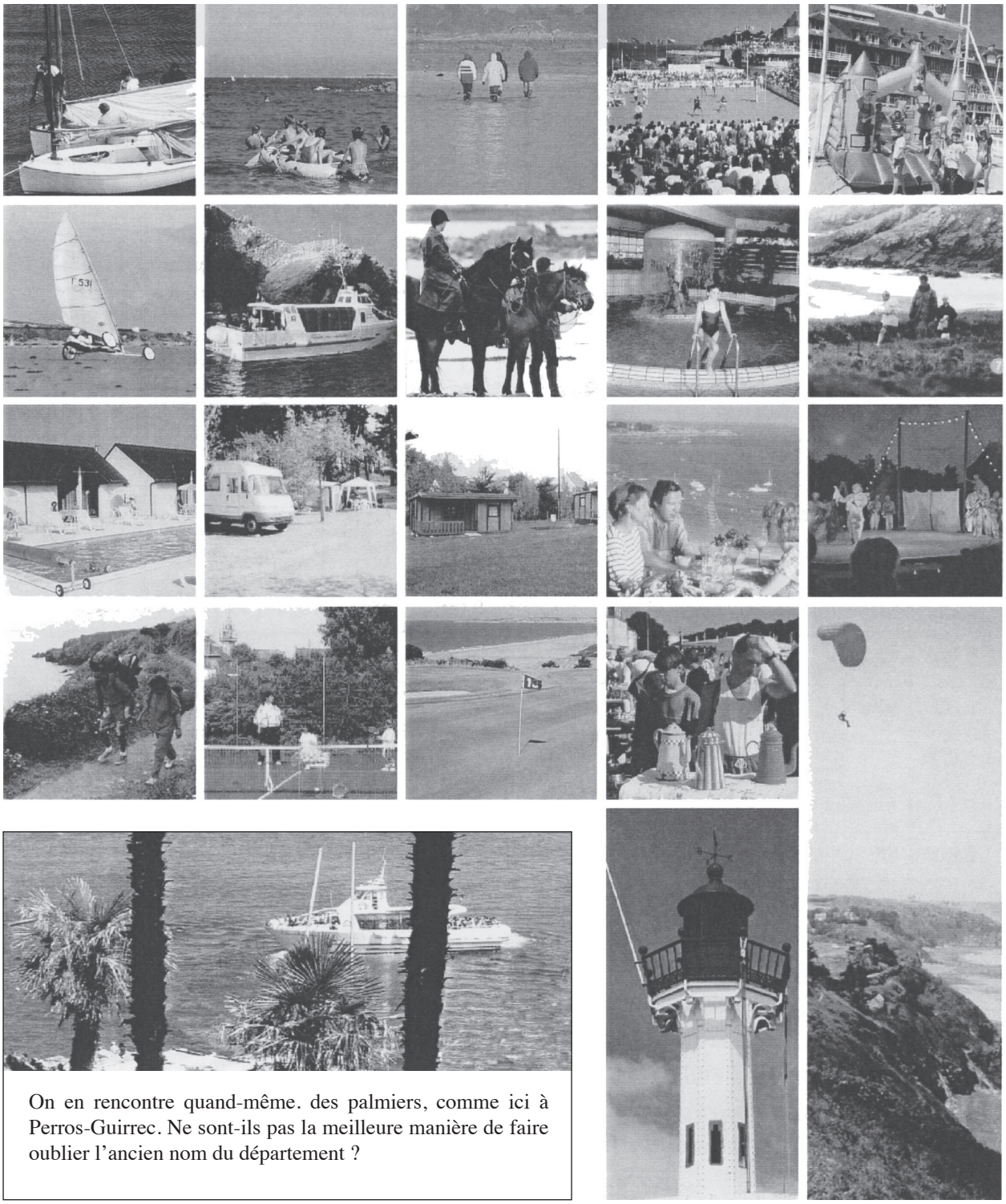
Enfin, **le troisième grand mode de classement** concerne l'ensemble des photos, réparties selon leur thématique principale.

Les quatre modalités primaires qui se dégagent sont, par ordre d'importance

- les activités touristiques et d'accueil, très majoritaires avec 422 photos (52,8%),
- les images du passé, déjà deux fois moins importantes avec 203 photos (25,4%),
- puis le thème de la «nature» avec 123 photos (15,4%),
- et enfin les activités économiques, loin derrière, avec 51 photos (6,4%).

Cette répartition montre clairement que les producteurs d'images touristiques considèrent qu'il est plus important de mettre l'accent sur les occupations proposées aux vacanciers que sur le caractère ou l'identité du lieu à promouvoir. On retrouve là une tendance générale de l'industrie touristique dont la caricature est représentée par ses voyages «en solde» où sont vendus des promesses de soleil, de mer et de plage, sans indication de la destination exacte.

Dans la mesure où les Côtes-d'Armor peuvent difficilement proposer d'idylliques images de cocotiers et autres palmiers (voir encadré), la catégorie « activités touristiques et accueil » comporte principalement des photos d'activités sportives ou de sports-loisirs, notamment nautique (photos ci-dessous et tableaux page suivante).



On en rencontre quand-même. des palmiers, comme ici à Perros-Guirrec. Ne sont-ils pas la meilleure manière de faire oublier l'ancien nom du département ?

L'ensemble des activités touristiques se divise en quatre sous-groupes, présentés page suivante. Les activités elles-mêmes sont par ordre d'importance. La place remarquable occupée par les activités sportives s'explique par le rôle qu'elles ont tenu, dès les origines du tourisme, en Bretagne.

Activités touristiques et accueil			Activités touristiques (suite)		
type d'activité	N.A.	%	type d'activité	N.A.	%
Plaisance	76	42,7	Randonnées	22	21,0
Plage	35	19,7	Vélo	18	17,2
Planche à voile	16	9,0	Cheval	18	17,2
Excursions en vedettes	10	5,6	Golf	13	12,4
Pêche de loisirs	8	4,5	Canoë	12	11,4
Thalassothérapie	8	4,5	Tennis	7	6,6
Promenades à marée basse	8	4,5	Piscine	6	5,7
Canoë de mer	7	4,0	Parachute	4	3,8
Volley de plage	3	1,7	Tir à l'arc	2	1,9
Plongée	3	1,7	Delta plane	2	1,9
Char à voile	2	1,1	Escalade	1	0,9
Cerf-volant	1	0,5	**Sous-total sports non marins**	**105**	**100,0**
Ski nautique	1	0,5			
Sous-total mer et plage	**178**	**100,0**	Spectacles	18	33,8
			Musées	17	32,2
Hôtellerie	49	57,0	Marchés	14	26,4
Campings	15	17,4	Casino	3	5,7
Restauration	22	25,6	Cinéma	1	1,9
Sous-total accueil	**86**	**100,0**	**Sous-total "culture"**	**53**	**100,0**

Sous-total mer et plage	**178**	**42,2**
Sous- total sports non marins	**105**	**24,9**
Sous-total accueil	**86**	**20,4**
Sous-total "culture"	**53**	**12,5**
Total	**422**	**100,0**

D'autre part, les occupations tournant autour de la mer sont, évidemment les plus nombreuses (42,2% de ce groupe), alors que les activités sportives terrestres (ou non liées à la mer) sont nettement moins importantes (24,9%).

Enfin les activités culturelles sont loin derrière, avec seulement 12,5%.

À noter que les structures d'accueil sont assez peu représentées, dans la mesure où les dépliants qui en parlent se présentent surtout sous la forme de liste non illustrée.

Il faut dire que nombre de celles qui sont représentées n'ont que peu d'attraits architecturaux.

Images du passé		
type d'activité	N.A.	%
Bâti traditionnel des villes et villages	88	43,2
Patrimoine religieux	56	27,6
Châteaux et grandes demeures	32	15,8
Folklore	17	8,4
Mégalithes	5	2,5
Souvenirs d'activités disparues	5	2,5
Total	**203**	**100,0**

Le second ensemble concerne des sujets de l'ordre du patrimoine.

On remarquera que le bâti «laïque» est le mieux représenté, avec 43,2% des images (voire 59% si l'on ajoute les châteaux et grandes demeures). Il est donc largement plus présent que le patrimoine religieux.

Quant aux manifestations du folklore, elles sont peu nombreuses (8,4%) tandis que les mégalithes, pourtant indissociables de la Bretagne dans la culture populaire, sont presque absents.

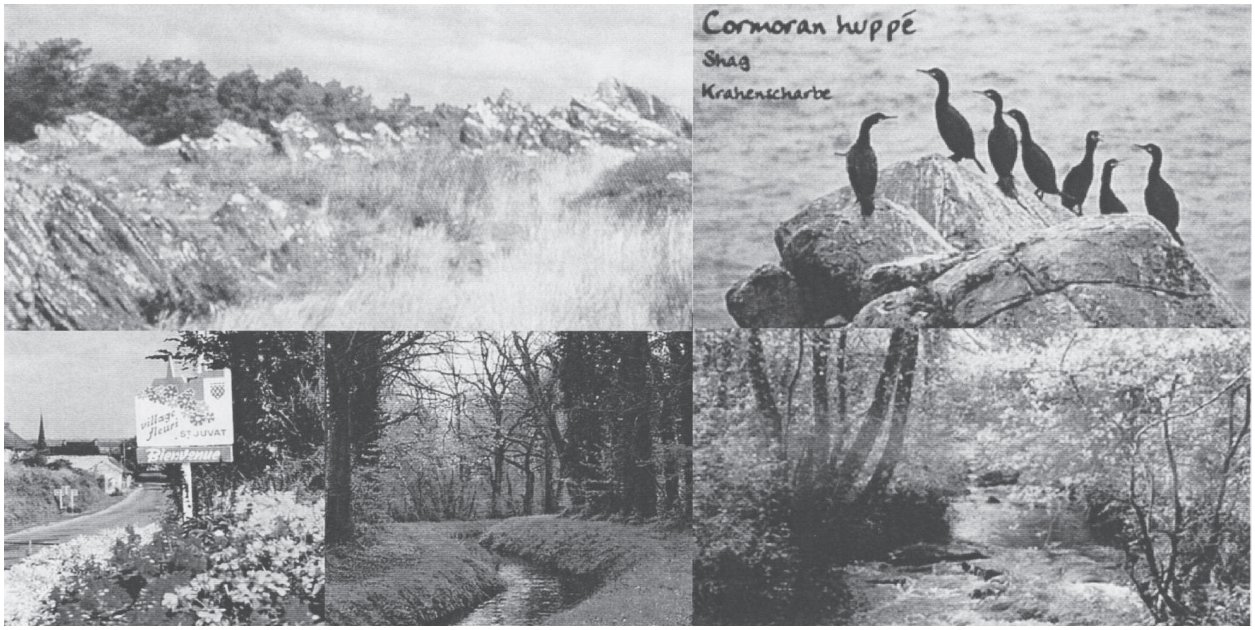
Il est assez curieux de constater que les images de bâti non religieux sont souvent peu identifiables comme «bretonnes» pour qui n'est pas spécialiste de l'architecture : maisons et immeubles en ville, châteaux fortifiés, évoquent bien plus une époque, le Moyen-Âge, qu'un lieu, malgré la présence importante du granite. Le petit patrimoine rural, finalement peu représenté, est plus facilement identifiable, de même que le patrimoine religieux, avec notamment les fameux enclos paroissiaux.

"Nature"		
type d'activité	N.A.	%
Nature sauvage	61	49,6
Nature aménagée	41	33,3
Côtes d'Armor fleuries	21	17,1
Total	**123**	**100,0**

Les images classées ici sont celles qui évoquent une certaine idée de nature, à travers le patrimoine géologique, floristique et faunistique. La catégorie «nature sauvage» comporte surtout des paysages littoraux, des cours d'eau, ainsi que des gros plans d'animaux, notamment les oiseaux du littoral, plusieurs îles et portions de côte étant classées en réserve ornithologique. Par contre rien ne montre ni n'explique toute la petite vie des coquillages et crustacées, dont l'observation et la récolte sont pourtant des activités traditionnelles. En fait c'est toute l'idée de la marée qui est plus ou moins écartée, bien qu'elle soit dominante dans les paysages des Côtes-d'Armor comme nous le verrons. D'ailleurs, si il y a bien quelques images de grèves à marée basse (8 sur 800), le sujet n'est jamais présenté de manière dynamique, par exemple en montrant deux photos du même paysage à différentes hauteurs de marée.

Il n'est pas inutile de se souvenir ici que ce thème était curieusement traité dès les débuts de l'iconographie touristique. Les cartes postales de jeunes paysannes ou d'enfants dépenaillés portant panier et ramassant divers coquillages furent nombreuses : elles évoquaient davantage l'idée de pauvreté que celle d'une activité intéressante. Au contraire, rares furent les représentations de touristes sur les grèves, et l'explication qui en est donnée (1) est que cette activité était (et serait encore) perçue comme dangereuse. Or si la marée n'est pas dangereuse pour un breton qui vit avec son mouvement, qui sait lire les indices de son amplitude, qui sait distinguer un sol stable d'un sol mouvant... elle est un péril bien réel pour des touristes de passages, bien souvent citadins (les accidents ne sont pas rares).

Quoi qu'il en soit, il reste que l'iconographie touristique actuelle ne mentionne les marées que très anecdotiquement par rapport à leur importance dans les pratiques sociales et dans le paysage des habitants du département.



1- Voir à ce sujet l'article de Philippe Jacquin, «Images des collecteurs des grèves, de la sauvagerie à la nostalgie», in *Cent ans de tourisme en Bretagne*, 1840-1940. *op. cit.* pp. 137-142.

«Quand je pense que je croyais trouver des pingouins. Pour moi, c'était le Nord, le Norrrd !».

Avec cette petite phrase prononcée lors d'une interview au journal France Soir en 1959, après un séjour à Loquivy-de-la-Mer, Marcel Pagnol aura rendu un grand service aux partisans du changement de nom. Elle sera reprise, et parfois illustrée, dans toute la presse régionale (ici dans le Télégramme de Brest du 8 mars 1990). On se gardera bien de rappeler qu'il y a effectivement des pingouins dans le département...

Moins riche que le Finistère et le Morbihan en microclimats sub-méditerranéens, les Côtes-d'Armor offrent, par contre, quelques stations représentant la limite sud d'aires de répartitions (sub-) boréales : le choux maritime, les sternes et les pingouins en sont des exemples significatifs. Bien sûr, après s'être débarrassé de ce «Nord» anti-touristique, on n'insiste pas trop sur cette spécificité-là...

La catégorie «nature aménagée» montre elle une curieuse inversion : on y présente surtout des canaux, rigoles, sentiers de randonnée, lacs artificiels... souvent dans des ambiances forestières, qui pourtant sont rares dans le département. Au contraire, le bocage, qui subsiste en partie dans bien des endroits n'est jamais représenté.

Enfin, il a été nécessaire de créer une catégorie Côtes-d'Armor fleuries, car le fleurissement participe à l'image de marque de nombreuses communes, voire en est parfois le trait majeur. Il est intéressant de remarquer ici que ce sont bien des photos d'aménagements municipaux qui sont proposées, alors qu'ils n'ont rien de particulier par rapport à ceux de n'importe quelle autre commune de France. Au contraire on ne montre pas les photos de ces nombreux fleurissements «spontanés» dus à des particuliers, qui s'épanchent généreusement sur les rues et les routes, et qui eux sont si typiques de la Bretagne.

Le dernier ensemble regroupe toutes les images témoignant, parfois d'une façon indirecte, d'une activité économique actuelle.

Parmi ces images, peu nombreuses, ce sont les phares qui arrivent en premier, mais sans doute davantage pour leur «valeur paysagère» que pour leur fonction.

La pêche industrielle est peu montrée, et encore moins les deux autres activités maritimes qui ont pourtant un réel poids économique, comme la récolte de goémon et la conchyliculture (qui apparaît toutefois à travers des représentations de la gastronomie locale).

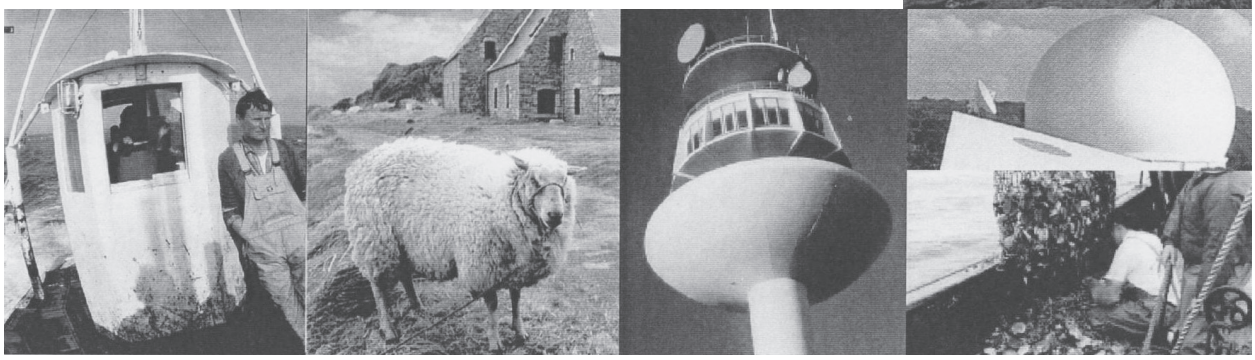
Les technologies modernes sont tout aussi rares, alors que le département n'est pas absent de ce secteur. Le seule image emblématique est celle du radôme de Pleumeur-Bodou qui, d'ailleurs, et devenu un haut lieu touristique depuis qu'il n'est plus en activité.

Activités économiques

type d'activité	N.A.	%
Phares	17	33,3
Pêche commerciale	10	19,6
Technologie	8	15,7
Urbanisme moderne	7	13,7
Elevage extensif	3	5,9
Pêche traditionnelle	3	5,9
Récolte de goémon	2	3,9
Conchyliculture	1	2,0
Total	**51**	**100,0**

Mais tout cela est secondaire, en regard de l'ignorance totale dont fait l'objet l'agriculture moderne, en pointe dans ce département qui en tire d'ailleurs l'essentiel de ses ressources (plus du double du tourisme). Par contraste, cette absence est accentuée par les rares photos de quelque mouton isolé, trace relictuelle d'une activité non représentative aujourd'hui. Pourtant l'agriculture est évidemment omniprésente dans le paysage, et de diverses manières : cultures céréalières, prairies à vaches, silos à grains ou élevages hors-sol occupent le territoire. Les grands bâtiments de l'industrie agroalimentaire bordent le principal axe routier, et les odeurs de lisier sont souvent prenantes. Sur le littoral, les excédents de nitrates alimentent une algue verte qui s'étale en immenses nappes sur les grèves, exhalant en se décomposant une odeur repoussante lorsque les étés sont chauds. Ici, la pollution est parfaitement perceptible et peut même affecter l'aspect paysager du littoral. Mais sa partie invisible est bien réelle aussi, et les Côtes-d'Armor pourraient bien manquer d'eau potable dans les décennies qui viennent. L'agriculture, en tant que ressource facteur de désagrément, risque donc bien d'affecter le tourisme, une autre ressource, basée elle sur l'agrément.

C'est peut être pour cela que le tourisme ignore l'agriculture..



Le tourisme a beaucoup contribué à l'image des Côtes-d'Armor, que ce soit en initiant l'urbanisation des côtes, en entraînant le développement des routes, en ajoutant au déséquilibre entre Armor et Argoat... ou en diffusant des représentations simplistes de la région.

Mais son existence a sans doute aussi contribué à l'émergence d'une politique de préservation forte dans le département. Cette politique se voit par la multitude de «sites départementaux» signalés sur les routes, notamment sur le littoral, et qui sont très souvent d'une grande qualité. Certains pensent même que le tourisme contribue à «amoindrir les phénomènes de dépopulation et d'uniformisation culturelle» [1].

Mais là où son rôle est bien plus ambigu, c'est dans sa participation à la reconnaissance et à l'identité des territoires qui l'intéressent. L'industrie touristique est prise dans un paradoxe : elle doit à la fois inciter son public à venir dans les Côtes-d'Armor plutôt qu'ailleurs [2]*, mais elle doit aussi lui montrer qu'il y trouvera la même chose qu'ailleurs (i. e. mer, plage et soleil).*

Elle contourne ce paradoxe en inventant *l'identité dont elle a besoin. Et celle-ci, si elle n'est pas toujours fausse, est pour le moins très partielle, puisqu'elle oublie aussi bien l'agriculture ou le bilinguisme que les marées...*

Pendant ce temps, les Côtes-d'Armor, qui ont même récemment commandité un diagnostic paysager départemental, sont toujours en quête d'identité…

1- Yveline Pallier : «Le Breton, le touriste et le pittoresque : la revue Bretagne de 1933 à 1937, de l'exposition universelle aux musées folkloriques», in *Cent ans de tourisme en Bretagne, 1840-1940. op. cit.* Page 114.

2 - Ce en quoi elle entraîne un déplacement de richesses plutôt qu'une véritable création...