

## LE RÔLE DES SI DE LA PROVENCE À LA CÔTE D'AZUR DE LA FIN DU XIX<sup>E</sup> SIÈCLE AUX ANNÉES 1970

Julie MANFREDINI

Doctorante à Paris I, au CHS, associée à L'IREST,  
Professeur certifié d'histoire-géographie

Les syndicats d'initiative (SI) sont nés en 1889, au cœur du café Cartier à Grenoble. À son retour de Suisse, Jullien-Février souhaite mettre en place une association capable de développer l'offre touristique des hauteurs grenobloises, comme le font les Sociétés de développement Suisses. À l'issue d'une discussion entre plusieurs notables grenoblois, la réunion du 15 avril 1889 aboutit à la création d'une association qui compte « *faire pour Grenoble ce que les sociétés de Genève, de Lausanne, Lucerne, Interlaken ou Bruxelles ont fait pour leur ville* »<sup>37</sup>. Ainsi est né le premier syndicat d'initiative de France.

Bien que les associations et les syndicats connaissent un climat propice à leur développement, grâce à la loi Waldeck-Rousseau de 1884, le terme « *syndicat d'initiative* » est novateur en cela qu'il symbolise toutes les forces fédératrices rassemblées dans une même structure en faveur du développement touristique du territoire. La plupart ne porte pas de « s » à initiative afin de ne pas diviser les efforts mais, au contraire, de prouver leur union et leur détermination. Ainsi, la forme associative valorise l'action volontaire et dynamique de ses membres. Elle est l'expression de l'engagement en faveur de ce que l'on nomme la « *petite patrie* », rejaillissant de fait sur la grande.

Favorisés à nouveau par la loi des associations en 1901, 200 SI voient le jour en France, présageant un âge d'or à la Belle Époque. Le contexte est particulièrement favorable : d'une part la ferveur ferroviaire et les débuts de l'industrie automobile permettent une meilleure accessibilité et favorisent des déplacements plus longs ; d'autre part l'enthousiasme pour les expositions universelles et internationales consacre la France comme la référence culturelle de l'Europe, suprématie sur laquelle le pays entend construire son identité. Dans cette optique, les SI entretiennent le sentiment d'appartenance nationale des Français à travers la mise en tourisme du territoire censé raviver leur patriotisme.

Toutefois, le développement et l'encadrement du tourisme n'est pas encore une préoccupation pour l'État. Sous l'autorité du ministère des Travaux publics, le tourisme n'est officiellement géré par une organisation nationale qu'en 1910, avec la naissance de l'Office national du tourisme (ONT). Cependant, même si l'initiative est novatrice – et engendre des organismes modèles dans les pays voisins –, le budget de l'ONT est insuffisant car le tourisme n'est pas encore reconnu comme un secteur économique essentiel. Dans ce cadre, les SI constituent un rouage essentiel dans l'organisation touristique de l'époque. Si une prise de conscience timide a lieu dans les années 1920, ce n'est qu'en 1935 que l'ONT est remplacé par le commissariat général du Tourisme. De même, la politique de loisirs et de sports menée par le Front Populaire au sein du ministère des Loisirs, dirigé par Léo Lagrange en 1936 et nommé « *ministère de la Paresse* » par la Droite, favorise l'épanouissement des SI. L'instrumentalisation de ces structures, dès 1935, favorise la préparation de l'Exposition internationale des arts et techniques à Paris en 1937. Le clou du spectacle devait être un « *village des régions* », conçu comme une promenade à travers la France. En s'appuyant sur les SI et leurs étroites relations avec le régionalisme, les comités régionaux conçus spécialement pour constituer les pavillons régionaux ont élaboré les diverses identités régionales françaises. Installés le long de la Seine, au Trocadéro et aux pieds de la tour Eiffel, les pavillons ont rassemblés les œuvres d'artistes locaux conformes aux stricts critères de

<sup>37</sup> Paul GOUJON, *Cent ans du tourisme en France*, Paris : Le Cherche Midi, 1989, p. 12.

sélection. En valorisant le patrimoine, l'histoire, les paysages et la gastronomie, ces multiples acteurs, dont les SI, ont consolidé le panthéon touristique des régions françaises.

Après la Seconde Guerre mondiale, le rôle des SI a évolué. Reconnu par l'État comme un secteur économique d'importance, susceptible de favoriser la reconstruction de la France, le tourisme nécessite de nombreux changements. Créés en 1942, les comités régionaux de tourisme (CRT) censés améliorer la coordination du tourisme grâce à leurs relations avec les SI, sont maintenus après-guerre. Si cette collaboration est fructueuse, les SI refusent régulièrement de céder leur autonomie au profit d'une reconnaissance publique. Or, de plus en plus, la juxtaposition des instances touristique engendre une concurrence qui ralentit la mise en tourisme du territoire alors que la demande est sans cesse renouvelée. Aussi lorsque les municipalités gagnent en autonomie dans les années 1960, le tourisme devient une préoccupation économique vitale pour le territoire nécessitant une pleine et entière collaboration ainsi qu'une maîtrise des services détenus par les SI. D'où l'apparition des offices du tourisme (1964), dont les prérogatives identiques à celles des SI annoncent la disparition de ces derniers dans les années 1970.

Dans le cadre de cette histoire des SI, nous avons choisi de travailler sur la Côte d'Azur qui, selon la définition de Stéphane Liégeois dans son ouvrage éponyme de 1887<sup>38</sup>, s'étend de la frontière italienne à la ville d'Hyères. Cependant, nous ne nous sommes pas cantonnée à la Côte d'Azur afin de ne pas passer à côté de l'essentiel concernant le rôle des SI dans la construction identitaire des territoires. Ici, les réseaux formés par les SI, leurs fédérations et leurs unions départementales, définissent clairement un territoire plus vaste que celui proposé par l'expression Côte d'Azur. Néanmoins, plusieurs éléments nous ont orientée dans ce sens. D'une part, la vision d'ensemble a été difficile à établir car les archives de la fédération des SI de la Côte d'Azur n'étant pas conservées, nous avons principalement utilisé les archives de la fédération de Provence conservées à Marseille. D'autre part, l'étude des SI a révélé une politique touristique dépendante des réseaux établis par les SI, qui ont permis une construction identitaire territoriale centrée sur « *l'esprit provençal* ». Enfin, avant même la naissance de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse (1956), les sources révèlent le rôle des SI dans la définition des limites territoriales de cette future région.

Ainsi, pour exposer et expliquer cette situation, nous proposons d'observer d'une part l'organisation touristique sur le territoire de la Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse, d'autre part, d'étudier la modernisation de l'offre touristique autour de l'« *esprit provençal* » et enfin, d'étudier le cas de Grasse dont la spécificité touristique s'est construite sur le parfum, loin de l'artificialité de la Côte d'Azur.

## I. Le tourisme et la place des SI en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse

Sur le territoire de la Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse (annexe 1), le territoire le mieux défini est sans doute celui de la Côte d'Azur même si ce n'est ni une région historique, puisqu'elle ne coïncide pas avec le comté de Nice, ni une région naturelle<sup>39</sup>. C'est davantage une « *Région thématique* » à laquelle reste accolé le nom de Stéphane Liégeois, cette « *partie de la Provence et du pays niçois située sur le littoral méditerranéen, fraction qui constitue l'une des identités les plus fortes et les plus marquées de la région* »<sup>40</sup>. La définition de l'espace régional qui nous intéresse ici a été bouleversée en 1940 par le régime de Vichy. Les « *Blancs* » opposés à la République, catholiques et nationalistes imposent l'idée de

<sup>38</sup> Stéphane LIÉGEARD, *La Côte d'Azur*, 1887, 443 p.

<sup>39</sup> Marc BOYER, « Introduction au colloque Histoire du travail dans l'hôtellerie et la restauration sur la Côte d'Azur au XX<sup>e</sup> siècle », dans *Recherches régionales*, n° 189, p. 6-7, [en ligne], consulté en septembre 2013, <https://www.departement06.fr/annees-2000/recherches-regionales-2008-2949.html>.

<sup>40</sup> Grégory BERTHIER (dir.), *Dictionnaire de la Provence et de la Côte d'Azur*, Paris : Larousse, 2002, p. 236.

« communauté, de préférence naturelle » c'est-à-dire des « entités qui sont autant de "petites patries" – la famille, le village, la corporation et la province – servant de socle à une conception organiciste de la nation »<sup>41</sup>. Ainsi, le maréchal Pétain entretient une vision provinciale et fait miroiter à certaines villes le titre de capitale régionale, comme pour Aix-en-Provence par exemple. Les musées, sur le modèle du Muséon Arlaten, se multiplient et des fêtes régionalistes sont données, comme celle de la Cocarde d'Or à Arles<sup>42</sup>. Lorsque la loi du 19 avril 1941 divise la France en régions, dont 6 sont en zone non occupée, ces espaces doivent être dirigés par des préfets. Dès lors, dans la conception vichyste, le Var est relié à la Provence, malgré l'opposition des SI. Néanmoins, une méfiance envers l'échelon régional, après la Seconde Guerre mondiale, cet espace est à nouveau recherché par les SI.

Ainsi, en 1956, lorsque la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Corse est créée, certains la présentent comme le résultat du « fruit artificiel de l'arbitraire administratif » car « l'unité du pays n'a jamais été spontanée » et ne le devient pas avec la naissance de cette région où deux métropoles rivales sont contraintes de travailler ensemble<sup>43</sup>. Ce n'est qu'au 1<sup>er</sup> janvier 1970, quand la Corse devient autonome, que la région PACA prend l'unité qu'on lui connaît aujourd'hui regroupant les Bouches-du-Rhône, le Var, les Alpes-Maritimes, le Vaucluse, les Hautes-Alpes et les Alpes-de-Haute-Provence<sup>44</sup>. Or avant même l'organisation administrative de cette région, les SI ont peu à peu construit une cohérence identitaire de cet espace.

### Une coordination difficile

La Seconde Guerre mondiale a profondément marqué le littoral méditerranéen, imposant un rationnement et un marché noir de grande ampleur. Les bombardements ont détruit les ressources et les infrastructures, engendrant une paupérisation de la société et une situation économique handicapante. Mais certains membres de la Résistance s'engagent en faveur de la nouvelle République au sein de leur « petite patrie » par le biais des SI. Le tourisme devient un moteur susceptible de redémarrer l'économie nationale et favoriser à nouveau la croissance. De ce fait, les infrastructures touristiques sont peu à peu reconstituées et la coordination touristique est relancée avec l'aide des CRT.

Les SI qui ne sont pas suffisamment dynamiques sont mis à l'écart par les CRT et seuls les plus solides connaissent un renouveau, comme le SI de Draguignan et du Verdon dont l'influence régionale nécessite la rénovation de son bureau local. Ainsi, seuls les grands SI obtiennent des subventions conséquentes des CRT, les autres ne doivent compter que sur l'aide locale<sup>45</sup>. L'affiliation des SI à leur fédération a posé de sérieux problèmes de coordination aux CRT qui ont subi les multiples juxtapositions des instances. Pour les SI corses, alors qu'ils sont affiliés à la fédération des SI de la Côte d'Azur – sauf pour les SI de Balagne – c'est le CRT de Marseille, non de Nice, qui en a la gestion<sup>46</sup>.

Cependant, le manque de coordination territoriale n'est pas nouveau et c'est même devenu une question d'actualité en 1942 lorsque les CRT réclamaient la juxtaposition des

---

<sup>41</sup> Jean-Marie GUILLON, « L'affirmation régionale en pays d'Oc des années 1940 », dans *Ethnologie française*, 2003, 33/3, p. 425-433, p. 426.

<sup>42</sup> Jean-Marie GUILLON, *art. cit.*, p. 429.

<sup>43</sup> Roger DUCHÈNE, *Naissance d'une région : 1945-1985*, Fayard, 1986, p. 47.

<sup>44</sup> Arch. mun. Briançon, 4 R 93, lettre adressée à Émile Didier, le président du conseil général des Hautes-Alpes, Gap, 5 juin 1970.

<sup>45</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 54, lettre du SI de Carpentras adressée au commandant Prat, 4 janvier 1947.

<sup>46</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 1, séance d'installation du CRT de la XI<sup>e</sup> région économique, à la chambre de commerce de Marseille, 1<sup>er</sup> juillet 1942.

fédérations avec les départements et les régions économiques<sup>47</sup>. Or, la juxtaposition des infrastructures, dont les prérogatives sont parfois floues, complexifie la gestion des réseaux touristiques. Néanmoins, certaines de ces instances comblent les lacunes touristiques sur les territoires difficiles d'accès comme les Alpes-de-Haute-Provence où l'association des SI des alentours de Forcalquier coordonne leurs actions et veille au développement d'un itinéraire agricole touristique sur la route de la Lavande.

Aussi les SI régionaux (SIR), perçus comme des organes « *de décentralisation et d'exécution* » susceptibles d'impulser une nouvelle politique touristique, deviennent l'échelon de référence dans les années 1950. Afin d'éviter la poussière des initiatives, les SI de districts sont supprimés, estompant les querelles de clocher, tout en limitant les initiatives individuelles qui sont l'essence même des SI depuis leur naissance, preuve de la centralisation régionale des instances touristiques.

## La place du Var

Pour expliciter ces difficultés territoriales, le Var est un bon exemple. Depuis longtemps, ce département s'est tourné volontairement vers la Côte d'Azur, synonyme de succès touristiques, par le biais de son affiliation à la fédération des SI de la Côte d'Azur. Entre les deux géants, le Var ne possède par d'organismes touristiques dont le poids est suffisant pour tenir une place importante dans les réunions, que ce soit à Nice ou à Marseille. Conscient de cette faiblesse, le SI de Draguignan a tenté l'instauration d'une « *rencontre interfédérale Provence-Côte d'Azur* » en 1924, afin d'être le lieu central de la collaboration touristique entre ces deux fédérations<sup>48</sup>.

Le Var est régulièrement délaissé par la fédération et reste un territoire naturel, loin de l'artificialité du littoral de la Côte d'Azur, attirant ainsi principalement des Français<sup>49</sup>. Face à l'accentuation des déséquilibres, les SI varois ont choisi de s'unir pour dépasser les limites étriquées imposées par leur structure, d'où la multiplication des instances touristiques. C'est le cas de l'Union amicale des SI du Var qui, créée en 1946 par Félix Descroix — président du SI d'Hyères — et Jean Le Marigny — président du SI des Sablettes — renaît en 1949, sous la présidence d'Alain Moreni, le président du SI de Toulon. Or, dès 1953 Jean Le Marigny se désole de voir l'inaction de l'amicale qui n'a jamais réellement eu de statuts, ni de registres tenant compte de ses réunions et assemblées générales<sup>50</sup>. Les intérêts particuliers sources d'antagonismes mettent à mal la coordination et la collaboration. Toutefois, lorsque les SI sont limitrophes à la fédération voisine, ils peuvent demander une double affiliation, solution utilisée par les SI du Var qui se lient à la fédération de Provence. Depuis 1949, le Var est classé « *Côte d'Azur* », mention utilisée ouvertement sur sa publicité mais dont le titre était jusqu'alors officieux, il s'est battu pendant dix-sept ans pour obtenir cette reconnaissance. Le choix de la Côte d'Azur par les SI varois est justifié par l'orientation économique de ce territoire qui, contrairement à la Provence, fait du tourisme son activité principale. Or, avec ce rattachement, le Var est devenu le parent pauvre de cette fédération de la Côte d'Azur où les subventions qui lui sont dévolues sont quasiment inexistantes. Côté Provence, le Var aurait pu se faire le promoteur d'une politique touristique nouvelle, même avec des moyens limités.

---

<sup>47</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 1, séance du CRT, 18 septembre 1942. Au CRT de Marseille, par exemple, 4 départements sur les 7 qu'il compte chevauchent deux fédérations et deux CRT. Le Var et les Basses-Alpes sont rattachés à la fédération de Provence quand leur nord-est dépend de la Côte d'Azur, les Hautes-Alpes sont rattachées au CRT du Dauphiné et le Gard à celui du Languedoc.

<sup>48</sup> Arch. dép. Var, E dépôt 16 R 15, rapport assemblée générale du SI de Draguignan et de sa région, 29 mai 1925. Mentionné en 1926, ce second banquet n'eut pas le succès souhaité.

<sup>49</sup> Arch. dép. Var, Br 3328, *L'office départemental*, s.d. En 1954 dans le Var, 17 % des touristes sont étrangers tandis que 83 % sont français.

<sup>50</sup> Il a été déclaré en préfecture le 28 mars 1928.

## Vers une professionnalisation du tourisme

La professionnalisation du tourisme devient peu à peu une nécessité. Dès 1914, une École pratique de Commerce et d'industrie hôtelière est créée à Nice et inaugurée en 1916. Cette infrastructure entretient des liens étroits avec les principales institutions locales comme la mairie, la chambre de commerce et le département. Elle cultive également un lien primordial avec les professionnels, jusqu'à l'intégration de cette structure à l'École nationale dans les années 1960. Ouverte dans un contexte « *d'interventionnisme économique* » mené par la chambre de commerce niçoise, elle suit l'initiative de Thonon-les-Bains (1912) et devance celle de Toulouse (1916) ou de Paris (1934). L'enseignement est centré sur la pratique hôtelière, la culture générale, les langues et la sténodactylo.

Dans les années 1930, les lacunes sont comblées avec des cours de géographie touristique, d'industrie régionale et un atelier-école, grâce à la loi Walter-Paulin du 11 mars 1937 favorisant l'apprentissage artisanal<sup>51</sup>. Ce n'est qu'en 1943, grâce à des personnalités locales<sup>52</sup>, qu'une École du Tourisme a vu le jour dans les Alpes-Maritimes. Sans doute est-ce une simple reconstruction de l'école mentionnée en 1937<sup>53</sup>. La commission gère cette institution composée des membres de SI, des chambres de commerces et de l'hôtellerie. Rassemblant 10 élèves la première année, 100 élèves s'y présentent dès l'année suivante<sup>54</sup>. Après un enseignement technique et pratique pendant deux ans, les élèves obtenaient le titre « *d'agent du tourisme* »<sup>55</sup>. Pour y accéder, il fallait être français, avoir au moins 16 ans ainsi que son brevet élémentaire, ou tout autre diplôme équivalent<sup>56</sup>. Une école identique est envisagée à Marseille dès 1952<sup>57</sup>.

## II. Quelle politique touristique ?

### Une politique touristique tournée vers l'identité provençale

Les SI utilisent le discours régionaliste car celui-ci a défini l'identité culturelle du territoire. Or, ce folklore se résume souvent à un nom : le Félibrige. Fondé par Frédéric Mistral et six amis poètes, à Font-Ségugne dans le Vaucluse en 1854<sup>58</sup>, cet organisme a trois objectifs : « *évangéliser le peuple* », maintenir l'ordre ancien et moderniser la littérature régionaliste<sup>59</sup>. Grâce aux félibres et au Muséon Arlaten, sorte de « *panthéon de la Provence* », le goût prononcé pour les objets régionaux est à la mode et le costume devient, à ce titre,

<sup>51</sup> Alain BOTTARO, « L'évolution de l'enseignement hôtelier, l'exemple niçois (1914-1950) », dans *Recherches régionales*, n° 203, janvier-juin 2013, p. 5, [en ligne], consulté en septembre 2013. <https://www.departement06.fr/annees-2010/recherches-regionales-2013-2954.html>

<sup>52</sup> Les fondateurs sont au nombre de trois : messieurs Mathez, Ferdinand H. Pons (président du SI de Cannes) et Robert Viers (président de la chambre de commerce et du CRT des Alpes-Maritimes en 1945).

<sup>53</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 12, lettre du CRT des Alpes-Maritimes adressée à Jean Médecin, maire de Nice, s.d. Cette école aurait été fermée en 1939, avec l'entrée dans la Seconde Guerre mondiale.

<sup>54</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 12, réunion au CRT des Alpes-Maritimes, 24 juin 1943.

<sup>55</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 12, lettre du CRT des Alpes-Maritimes adressée à Jean Médecin, maire de Nice, s.d.

<sup>56</sup> Les diplômes jugés équivalents étaient le brevet commercial, celui de l'enseignement hôtelier, de l'enseignement primaire supérieur, le bac ou un diplôme des écoles supérieures de commerce.

<sup>57</sup> Arch. dép. Bouches-du-Rhône, 212 W 40, Victor DEMATTEIS, « Après les assises nationale du tourisme », dans *Journal du tourisme*, Marseille et Provence, SI, 2<sup>e</sup> année, janvier 1952.

<sup>58</sup> Pierre PASQUINI, « Le Félibrige, une association moderne ? », dans *La Provence historique*, t. 52, 2002, p. 467-482, p. 469.

<sup>59</sup> Laurent-Sébastien FOURNIER, « Le discours régionaliste en Provence : un mode paradoxal de légitimation du politique », dans *Journal des Anthropologues, anthologie et histoire face aux légitimations politiques*, n° 104-105, 2006, p. 247-264, mis en ligne en novembre 2007, consulté en mars 2012, [en ligne], <http://jda.revues.org/548>.

l'emblème de la Provence<sup>60</sup>. Dans ce cadre, le SI d'Arles créé dès 1905, œuvre à la mise en place d'« *un travail de mémoire* » où l'ethnographie est un outil précieux pour sauvegarder les traditions de la vie rurale, auxquelles se joignent les « *fêtes identitaires* »<sup>61</sup>. Ainsi, le régionalisme œuvre lentement à la construction imaginaire de la région, par le biais de la publicité touristique par exemple qui regroupe sur un même support les atouts identitaires du territoire comme les arlésiennes et les divers plats régionaux. Des cartes postales d'arts sont même proposées aux touristes, comme celles du peintre arlésien Étienne Laget, support privilégié des thèmes provençaux. Enfin, les festivités œuvrent aussi à la promotion de l'identité locale grâce aux multiples représentations folkloriques, surtout durant les années 1930. La fête des oliviers, lancée par le SI des Baux-en-Provence en 1947, fixe l'imaginaire de la Provence autour d'un produit particulier, prolongé par la présence des activités artisanales (soieries ou les lainages) et un centre lainier où les couleurs provençales (rouge et jaune) côtoient le vert de l'olivier.

### Les SI, acteurs d'un renouveau touristique

Les SI ont contribué au développement des produits identitaires valorisés lors d'événements, comme les foires. À Digne, c'est la foire de la lavande, dont l'objet est estampillé « *Provence* » au même titre que l'olivier ou le melon, qui prend une importance nationale dès 1953. Pourtant, la lavande n'est pas présente dans la peinture provençale des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles et il faut attendre l'image forgée par Jean Giono, qui la qualifie d'« *âme de la Haute-Provence* ». Folklorisée par le succès de la carte postale au début du XX<sup>e</sup> siècle, cette culture se développe peu à peu depuis le XIX<sup>e</sup> siècle grâce au succès de la parfumerie grasse et la création de l'huile essentielle de la lavande provençale. Les SI de la fédération de Provence sont impliqués dans l'organisation de la foire, dès sa naissance en 1921 lorsque l'Office départemental agricole envisage une journée de fête dans locaux de la chambre de commerce pour présenter les huiles essentielles distillées dans les Basses-Alpes. Rapidement étendue aux lavandiculteurs du Vaucluse, du Var, de la Drôme et de Lozère, on y ajoute des produits locaux pour lui insuffler une dimension supplémentaire comme le miel, les pâtés, les truffes voire le matériel agricole. Ainsi, peu à peu, l'unité identitaire du territoire est confortée grâce à la lavande. Dès 1953, la fête s'est étendue à quatre jours, la première semaine de septembre. 20 000 visiteurs, parmi lesquels les plus grands parfumeurs français comme étrangers, s'y sont pressés preuve de la reconnaissance extérieure d'un des produits les plus identitaires de la Provence. Le thème fut repris avec la « *route de la lavande* », reliant la vallée du Rhône et la Côte d'Azur par le Vaucluse, projet soutenu par la fédération des SI de Provence et l'Union départementale des SI du Vaucluse dès 1951 afin de décongestionner la route nationale (RN7), créer des « *courants commerciaux entre ces départements* » et favoriser le tourisme. Aussi dans les années 1980, avec l'essor de cette route touristique et la consécration de l'huile essentielle de la lavande provençale avec son AOC en 1981<sup>62</sup>, ce produit possède définitivement une image identitaire fortement ancrée dans un territoire défini.

---

<sup>60</sup> Danielle DOSSETTO, « Une muséologie volontariste en Provence : la galerie du costume au musée Arlaten à l'épreuve de l'enquête ethnologique », dans *Revue de la culture matérielle*, vol. 51, été 2000, consulté en février 2014, [en ligne], [journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17837/22121](http://journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17837/22121).

<sup>61</sup> Grégory BERTHIER (dir.), *Dictionnaire de la Provence et de la Côte d'Azur*, Paris, Larousse, 2002, p. 67.

<sup>62</sup> Romain MONGE, « Les routes de la lavande au carrefour du développement culturel et de la valorisation de la ressource », dans Laurent BOURDEAU, Pascale MARCOTTE, *Actes du colloque international Les routes touristiques et itinéraires culturels, entre mémoire et développement*, université de Laval, Québec, janvier 2013, p. 139-145, p. 142, consulté en février 2014, [en ligne], [http://www.mikecollier.eu/sites/default/files/downloads/Published\\_papers2small.pdf](http://www.mikecollier.eu/sites/default/files/downloads/Published_papers2small.pdf).

En parallèle, les SI ont perçu dès la fin de la Seconde Guerre mondiale les problèmes engendrés par l'exode rural dans les campagnes. Ils ont eu l'idée de développer un tourisme vert, ou tourisme rural, et d'inciter les touristes à redécouvrir les différents massifs. Le Verdon est le plus connu d'entre eux. Décrit comme un espace sauvage à conquérir dans les textes du XVIII<sup>e</sup> siècle, les touristes ne s'y aventurent pas avant le XIX<sup>e</sup> siècle et lui préfèrent Avignon avec la cité des papes ou la « capitale parlementaire » d'Aix-en-Provence. Ainsi, ce sont les Provençaux eux-mêmes qui ont pris la plume pour inciter les populations à cette découverte. Le Verdon va faire l'objet d'une double mise en valeur, l'une touristique, l'autre économique afin d'augmenter les surfaces cultivables grâce à l'irrigation et au développement de travaux hydrauliques comme le canal du Verdon ou les projets d'usines électriques<sup>63</sup>. De ce fait, devenu porteur d'enjeux touristiques et hydrauliques considérables, le Verdon est l'objet d'un « fort antagonisme »<sup>64</sup>. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, il devient « La Suisse du littoral » en été et se voit parcourir par quelques pionniers comme au sein de la Société de villégiature des Basses-Alpes fondée en 1893<sup>65</sup>. Mais les SI se concurrencent pour gérer et développer cet espace touristique, comme les SI de Draguignan et de la Haute-Vallée. En réalité, seul le TCF a les moyens de mettre en valeur le Verdon afin de le rendre accessible et attractif. Il faut attendre les années 1970 pour que le Verdon devienne « un pôle touristique majeur »<sup>66</sup>.

### **Le festival, outil pour rénover l'espace urbain**

Après 1945, le tourisme urbain se renouvelle peu à peu grâce au tourisme d'affaire d'une part et aux festivals d'autre part. L'un des plus connus est le festival de musique lyrique d'Aix-en-Provence, cité consacrée « ville d'eaux et d'art » entre 1927 et 1929. Malgré un projet thermal d'envergure, la difficile connexion ferroviaire avec Paris handicape quelques temps la ville. Après 1945, les acteurs du tourisme veulent faire d'Aix-en-Provence la capitale culturelle de la Provence. Désormais, elle s'appuie sur de nouveaux atouts comme de meilleures liaisons ferroviaires avec Paris, des paysages et une position historique, en tant que capitale administrative. Néanmoins, la ville connaît à l'époque un déclin social, démographique et politique auquel le tourisme parvient peu à peu à remédier<sup>67</sup>. Dès lors, les acteurs du tourisme pressentent l'intérêt d'un « climat littéraire » dynamique et productif. Quatre manifestations sont proposées entre le 15 mai et le 15 juillet, avec un festival de musique des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles, mais dont l'offre est dispersée. La première édition du festival lyrique a lieu en 1948, sur l'initiative de la comtesse Lily Pastré, Gabriel Dussurget et Henri Lambert. Installé dans la cour de l'archevêché pour la résonance, l'objectif est de dépêcher de jeunes talents. Dès 1949, le décor théâtral vient compléter la représentation lyrique et agrémenter d'ancien lieu, contribuant à la « monumentalisation du centre ancien »<sup>68</sup>. Toutefois, lorsque l'État intervient pour assainir les finances, le festival perd son autonomie.

---

<sup>63</sup> Alain COLLOMP, *La découverte des gorges du Verdon : histoire des travaux hydrauliques et du tourisme*, Édisud, 2002, p. 25-26 et 31.

<sup>64</sup> *Id.*, p. 7.

<sup>65</sup> *Id.*, p. 32.

<sup>66</sup> *Id.*, p. 122.

<sup>67</sup> Gregory BERTHIER, *op. cit.*, p. 33.

<sup>68</sup> Philippe VAUDOUR, *Aix-en-Provence (1850-1950), les faux semblants de l'immobilisme*, Presses universitaires de Provence, 2010, p. 245.

### III. La spécialisation de Grasse ou le résultat d'une vive concurrence sur la Côte d'Azur

À flanc de montagne, par 300 m d'altitude, Grasse est une cité aux ruelles « étroites et pentues », qui au XII<sup>e</sup> siècle possède un consulat autonome et le siège d'un diocèse<sup>69</sup>. En relation avec Gênes et Pise, c'est un centre politique et économique, avant que Nice et Cannes ne viennent définitivement la supplanter<sup>70</sup>. Au XVII<sup>e</sup> siècle, son microclimat et son sol de qualité permettent l'apparition d'espèces végétales qui vont faire sa renommée comme les orangers, les rosiers, les mimosas, les iris ou la lavande<sup>71</sup>. Mais, située à 19 km de la côte, elle est loin de la Côte d'Azur et privilégie une identité provençale.

L'éloignement n'en fait pas une destination idéale et ses « canalisations séculaires mal drainées et peu étanches » diffusent des odeurs pestilentielles, sources de morbidité<sup>72</sup>. Cependant, au XIX<sup>e</sup> siècle, les progrès techniques favorisent le développement de la parfumerie<sup>73</sup>. Ainsi, de la cueillette des fleurs, comme le jasmin, aux danses liées aux fleurs en passant par la célèbre fête des fleurs, ce produit rythme la vie quotidienne et les loisirs des Grassois<sup>74</sup>. Encouragée et sublimée par la bourgeoisie d'affaires et les vieilles familles grassoises à la tête de la cité<sup>75</sup>, cette industrie forge la renommée de la ville. Son détachement du Var en 1860, avec le rattachement des Alpes-Maritimes à la France, impose à Grasse la redéfinition de son identité locale amputée de ses racines provençales<sup>76</sup>. À cela s'ajoute la disparition progressive de ses champs de fleurs qui nuit lentement à sa réputation<sup>77</sup>.

#### Le pays grassois, territoire de prédilection

En 1957, alors que les villes alentours réclament l'obtention de leur propre SI, Grasse préconise la fusion des petits bureaux pour conserver un poids important au sein de la fédération. Elle se place ainsi au cœur des réseaux touristiques et obtient son statut régional, signe de reconnaissance<sup>78</sup>. Sa politique prend en compte le « pays de Grasse », dont le terme est employé par les pouvoirs publics pour désigner la ville et sa dizaine de villages périphériques. C'est ce que Chloé Rosati-Marzetti appelle une « microrégion climatique »<sup>79</sup>.

Le SI de Grasse organise une « tournée d'information » avec les syndicats de la région, dont ceux de Cannes, Antibes, Menton, Cagnes-sur-Mer, Saint-Raphaël et Vence, afin de développer des relations et une meilleure coordination. En parallèle, il établit le lien entre les SI et les OT du « pays de Grasse » tels Auribeau, Cabris, Gréolières, Opio et Peymeinade. De ce fait, le SI fait ressortir ses deux cercles d'action touristique : le pays, au sens de « la

<sup>69</sup> Chloé ROSATI-MARZETTI, *L'identité d'une ville à travers ses artefacts : Grasse de 1860 à nos jours, étude de la co-construction d'un imaginaire touristique et d'une identité locale*, Thèse soutenue en juillet 2013, Université de Nice Sophia-Antipolis, p.30. Thèse consultée auprès de l'auteur en septembre 2013.

<sup>70</sup> Jean-Michel GOUX, *Grasse au temps des parfumeurs*, Saint-Martin de la Brasque, Éditions C.L.C. et Plein Soleil, 2005, p. 9.

<sup>71</sup> Sylvie BAUDEQUIN-MAISONNEUVE, « Présence des fleurs en pays grassois », dans *Recherches Régionales*, n° 137, octobre 1996, consulté en août 2013, [en ligne], <http://www.cg06.fr/cms/cg06/upload/decouvrir-les-am/fr/files/rr137-presence.pdf>.

<sup>72</sup> Chloé ROSATI-MARZETTI, *op. cit.*, p. 22.

<sup>73</sup> *Id.*, p. 8.

<sup>74</sup> Parmi les danses liées aux fleurs, il y a celle des jardinières où les hommes tiennent entre leurs mains des arceaux fleuris. Voir : Sylvie BAUDEQUIN-MAISONNEUVE, *art. cit.*, [en ligne].

<sup>75</sup> Paul GONNET, *Histoire de Grasse et de sa région*, Lyon, Horvath, 1984, p. 103.

<sup>76</sup> Chloé ROSATI-MARZETTI, *op. cit.*, p. 19.

<sup>77</sup> Christian de CARNE-CARNAVALET, *Une ville à la campagne, un exemple unique en France : Grasse*, janvier 2010, [en ligne], consulté en août 2013, [www.fleursparfumees.com/une\\_ville\\_a\\_la\\_campagne.pdf](http://www.fleursparfumees.com/une_ville_a_la_campagne.pdf).

<sup>78</sup> Arch. mun. de Grasse, 28 W 14, rapport de Jack Bergeron sur l'activité du SI, 22 mars 1958.

<sup>79</sup> Chloé ROSATI-MARZETTI, *op. cit.*, p. 55.



contrée, le territoire auquel on appartient, dont on est originaire, dont on a la charge »<sup>80</sup>, et le département. Son dynamisme est récompensé par l'obtention du titre de TSI – Tourisme, Services, Information –, lui permettant dès lors d'appartenir à la catégorie A des SI, au même titre que Cannes, Antibes, Menton et Nice, Grasse, et de détenir le statut de « *Grand Syndicat d'Initiative* »<sup>81</sup>.

## Le parfum, un atout identitaire

Grasse s'est spécialisée dans le parfum, secteur économique très rentable. Dès le XV<sup>e</sup> siècle, la tannerie est étendue sur le territoire grassois<sup>82</sup>, les espèces sauvages sont distillées dès le XVI<sup>e</sup> siècle mais ce n'est que le XVIII<sup>e</sup> siècle qui voit l'apogée des gantiers-parfumeurs. Au XIX<sup>e</sup> siècle, la parfumerie connaît un réel succès grâce au train et à sa spécialisation dans les essences naturelles<sup>83</sup>. En 1890, elle compte 70 parfumeries qui produisent environ 100 000 kg d'eau de fleur d'oranger et 600 000 kg de pommades aromatisées. La conquête des marchés européens, américains et orientaux, accompagnée par la modernisation des techniques d'exploitation, conforte le succès de la parfumerie grasse. Fort de ce succès, les grands producteurs se sont regroupés en coopératives, faisant du parfum un « objet-souvenir » fondement de l'identité grasse<sup>84</sup>.

La marque la plus connue reste la Maison Fragonard, du nom du célèbre peintre enfant du pays Jean-Honoré Fragonard. Grasse organise alors diverses manifestations pour commémorer l'artiste comme le centenaire de sa mort en 1906 ou le bicentenaire de sa naissance en 1932. Devenu le parrain de la ville et de son succès, Fragonard devient le nom de la parfumerie créée par Eugène Fuchs en 1926. De ce fait, ce patronyme est incontournable, notamment dans les guides touristiques du SI où les circuits touristiques commémorent aussi l'artiste<sup>85</sup>.

En parallèle, François Carnot a fondé la société Fragonard en 1919 pour permettre « *l'étude et la sauvegarde du patrimoine historique et artistique de la Basse-Provence, entre le Var et l'Argens* »<sup>86</sup>. Marié à Valentine Chiris, la fille d'un des plus importants parfumeurs grassois, il lance la création d'un musée pour sa ville d'adoption. Ouvert en 1921 et installé à l'hôtel Clapier-Cabris dès 1925<sup>87</sup>, le lieu reçoit une reconnaissance nationale lors du dixième anniversaire de son ouverture et du bicentenaire de la naissance de l'artiste. Le musée et ses collections sont cédés à la ville en 1952, même si la société Fragonard en conserve la gestion.

## Au-delà du parfum, quelle place pour Grasse ?

Après 1945, la réflexion sur le devenir de l'Europe rejoint l'idée d'une paix européenne. Différentes collaborations frontalières émergent comme les jumelages, dont les

<sup>80</sup> Alain REY, « pays », dans *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris : Le Robert, 2012, p. 2488.

<sup>81</sup> *Id.*

<sup>82</sup> Jean-Michel GOUX, *Grasse au temps des parfumeurs*, Saint-Martin de la Brasque, Éditions C.L.C et Plein Soleil, 2005, p. 67. À cette époque, une trentaine de tanneries sont en activité, la dernière ferme ses portes en 1914.

<sup>83</sup> Arch. mun. de Grasse, 15 W 120, Dr. Jean BOYER, *Histoire de Grasse*, s.d.

<sup>84</sup> Chloé ROSATI-MARZETTI, *op. cit.*, p. 20.

<sup>85</sup> Arch. mun. de Grasse, 28 W 18, dépliant du SI, Grasse, s.d.

<sup>86</sup> François Crepeaux, « Musées de grasse », s.l.n.d., [en ligne], consulté en septembre 2013, [http://grasseatous.viabloga.com/files//Crepeaux\\_MUSEES\\_DE\\_GRASSE.doc](http://grasseatous.viabloga.com/files//Crepeaux_MUSEES_DE_GRASSE.doc).

<sup>87</sup> Arch. mun. de Grasse, 15 W 88, Georges VINDRY, « Le musée Fragonard : musée provençal », dans *L'Indépendant*, n° 628, juin 1961. Appelé « le petit Trianon de Grasse », cet hôtel construit en 1774 se voit offrir une seconde vie grâce aux fonds provençaux et Fragonard, exposés au sein du musée.

cérémonies officielles sont marquées par des temps forts pour consolider l'accord. Les SI présents dans les comités de liaison perpétuent ainsi « *l'esprit international grassois* » déjà alimenté par la renommée de sa parfumerie<sup>88</sup>. Deux jumelages sont détaillés dans les archives municipales de la ville, celui d'Ingolstadt en Allemagne (1963)<sup>89</sup> et d'Opole en Pologne (1964). Avec le premier, la collaboration est culturelle, sous la forme d'une exposition itinérante franco-allemande, la venue de délégations et des échanges d'élèves. Pour le second, c'est sur l'initiative du maire d'Opole Karol Musiol et du comité des fêtes de Grasse, que les membres du SI ont tenté d'établir un pont avec un pays de l'Est de l'Europe. Outre la création de la section locale de l'association Amitiés franco-polonaises, une délégation française a visité Auschwitz pour effectuer un devoir de mémoire. Cette situation grassoise semble exceptionnelle puisque toutes ses villes jumelles sont également jumelées entre elles. De fait, Grasse a servi de pont entre l'Allemagne et la Pologne, contribuant ainsi à la construction de la paix européenne.

Par conséquent, même si l'identité de la Côte d'Azur est la plus connue pour les touristes, les réseaux touristiques de la future région Provence-Alpes-Côte d'Azur s'inscrivent dans un échelon régional fondé sur l'identité provençale. Ce sentiment, entretenu par les SI et adopté par la population locale, est un socle solide pour la constitution officielle de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse en 1956.

Toutefois, malgré le développement de l'arrière-pays à travers la mise en tourisme des massifs, on observe toujours une littoralisation des activités. Pour renouveler le tourisme dans les différents centres urbains, les SI ont participé à la mise en place des festivals. L'outil événementiel est devenu un produit touristique porteur « *d'images identifiantes* »<sup>90</sup> (Marc Augé). Cette activité a permis de transformer la ville en un espace de création où l'identité des lieux évolue en permanence et de consacrer des monuments anciens grâce à la venue des touristes. On constate donc une patrimonialisation des centres-villes. Enfin, le développement du tourisme industriel a permis le renouvellement de l'offre touristique locale afin de renforcer la spécialisation des villes et l'identité des lieux, dont la preuve de réussite dépend de l'acceptation manifestée par les populations locales.

---

<sup>88</sup> Paul GONNET, *op. cit.*, p. 145.

<sup>89</sup> Arch. mun. de Grasse, 15 W 88, lettre du sous-préfet au maire de Grasse, 3 octobre 1963. Le jumelage a été signé à Ingolstadt (RFA) le 7 mai 1963, puis à Grasse en septembre de la même année.

<sup>90</sup> Marc AUGÉ, *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, Paris : Aubier, 1994.