

## La construction et les mutations de l'économie touristique pyrénéenne du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle au second conflit mondial

Christophe Bouneau

L'objectif majeur de cette étude est d'illustrer la validité du concept de modèle touristique régional à partir de l'espace pyrénéen français, qui a vu la construction et le développement d'une industrie touristique, du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle au second conflit mondial, en combinant une triple dimension technologique, politique et économique.

D'abord parmi les nouveaux produits industriels et les nouveaux modes de vie liés à la seconde industrialisation, une place particulière doit être accordée au tourisme et aux loisirs, car c'est dans l'exercice du temps libre que les transformations des comportements et donc des mentalités sont les plus lisibles. Ainsi les industries du tourisme et des loisirs renvoient économiquement, socialement et culturellement à la consommation du superflu, en alimentant le rêve nécessaire des sociétés industrielles et post-industrielles.

Mais en même temps, comme l'a montré récemment A.M. Thiesse pour la France, le tourisme sauveur des "petites patries" apparaît déjà dans les thèmes pédagogiques développés par la Troisième République à propos de l'enracinement et des terroirs<sup>i</sup>. A la fois dans les manuels scolaires et dans la littérature régionaliste, l'activité touristique, qui était censée être offerte par toute desserte ferroviaire, était présentée dès la Belle Epoque comme un moyen de survie de nombreux "pays", voire de l'ensemble d'une région économique ou d'une province comme la Bretagne ou la Normandie. Cette perception contemporaine des potentialités de l'économie touristique, véhiculée par l'infrastructure de la révolution industrielle et par la mystique modernisatrice de la seconde industrialisation, était souvent reliée à la volonté de lutte contre la crise du monde rural. Il faut donc bien insister sur cette dimension : la prise en compte du tourisme comme levier global économique et social de développement régional n'a pas attendu la démocratisation réelle des vacances et des loisirs postérieure à 1945. Le tourisme encore largement élitaire était posé comme un des visages majeurs de la modernisation de la France, portée par ses grands réseaux techniques, qui menèrent dès le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle une politique spontanée d'aménagement régional du territoire<sup>ii</sup>.

Les politiques touristiques ferroviaires furent multiformes et celle suivie par la *Compagnie du Midi* nous offre certainement le modèle le plus cohérent et le plus achevé, grâce au volontarisme des conceptions de ses dirigeants<sup>iii</sup>. Des Pereire, fondateurs durant le Second Empire, au directeur Jean-Raoul Paul, qui incarne une nouvelle ère managériale au début du siècle, la politique touristique du *Midi* se plaça sous le signe de la continuité : importance des opérations immobilières au titre du domaine privé, multiplication des initiatives tarifaires, organisation de trains de plaisir complétée dans l'entre-deux-guerres par des services d'autocars. Conformément à sa dénomination, la *Compagnie du Midi* s'identifia progressivement à l'espace qu'elle structurait par son réseau de transport ferroviaire et dans le domaine touristique son action fut d'emblée géographiquement centrée sur le massif pyrénéen, grâce à la richesse et la diversité de son potentiel de mise en valeur.

Le *Midi* présenta dès le Second Empire l'éventail le plus complet des domaines d'action touristiques de tous les grands Réseaux français : balnéaire, climatique, thermal et religieux, avec la seule adjonction majeure au début du XX<sup>ème</sup> siècle des sports d'hiver. Toutes ces formes, y compris l'aménagement du littoral, étaient concentrées dans l'espace pyrénéen qui structurait le Sud-Ouest, autrefois négativement et désormais positivement, de l'Atlantique à la Méditerranée. Il s'agissait bien d'une "revanche" économique des espaces montagnards et sub-montagnards, au moins à l'échelle du grand Sud-Ouest sur le Bassin Aquitain et les horizons portuaires, mais ce processus de rééquilibrage inter et intra-régional par le développement de l'économie touristique ne s'applique-t-il pas encore plus à l'espace alpin ?

## L'ère fondatrice des Pereire

Au début du XIX<sup>ème</sup> siècle, avant l'expansion des nouvelles modes et des nouvelles formes touristiques, la chaîne pyrénéenne ne disposait que d'une offre touristique à la fois limitée et traditionnelle, celle du thermalisme qui avait déjà bénéficié d'un développement important au XVIII<sup>ème</sup> siècle.

Le Second Empire, sous l'impulsion certes d'une nouvelle économie du désir touristique à l'échelle internationale mais aussi grâce à l'action d'acteurs spécifiques, tels que le couple impérial, les Pereire, les ingénieurs, pyrénéistes, médecins et même les autorités ecclésiastiques, voit l'avènement d'activités touristiques diversifiées, aboutissant à la construction d'une logique pyrénéenne multisaisonnière.

## L'aménagement de la Côte Basque

Dès les premières années de la création du *Midi* (1852), les frères Pereire tirèrent habilement parti de leurs relations avec la Cour impériale pour mettre également à la mode la Côte Basque. Les goûts de l'Impératrice et le séjour du couple impérial en 1854 n'auraient pas suffi à faire des stations de la Côte d'Emeraude un haut lieu de villégiature aristocratique, si une action de propagande touristique, poursuivie avec continuité, n'avait été menée avec des moyens importants. Cependant, par opposition à Arcachon<sup>iv</sup>, la Compagnie ne réalisa pas ici d'investissements directs, externes au domaine strictement ferroviaire.

Aussitôt l'annonce de sa concession en 1859, Biarritz réclama le passage de la nouvelle voie ferrée de Bayonne à la frontière d'Espagne. Mais les ingénieurs de la Compagnie choisirent un tracé plus facile contournant la ville par l'est et en définitive Biarritz ne bénéficia que d'une station distante de près de 3 km, établie dans le quartier de "La Négresse" lors de l'ouverture de la ligne d'Hendaye au printemps 1864. Le raccordement de la ville à la gare ne fut mis en service qu'en février 1911. La gare monumentale de Biarritz-Ville fut rapidement dotée d'un rôle touristique international, symbolisé dans un sens aigu de la mise en scène par la présence d'un salon d'honneur décoré des armoiries des nations européennes. Elle vit ainsi défiler sur ses quais de nombreuses personnalités du "Gotha".

Les statistiques ferroviaires de la Belle Epoque rendent bien compte de la croissance spectaculaire du trafic touristique des stations de la Côte Basque, même s'il est impossible de déterminer la part réelle des touristes dans le trafic global<sup>v</sup>. Le mouvement de la gare de Biarritz passa de 156000 voyageurs en 1900 à 358000 en 1913, tandis que pour la même période la gare internationale d'Hendaye progressait de 361000 à 765000, alors que Cerbère passait simplement de 206000 à 342000, montrant bien le déséquilibre entre les deux façades maritimes.

## La relance du thermalisme

Le *Midi* recueillit un héritage ancien et considérable, celui du thermalisme<sup>vi</sup>. Les Pyrénées possèdent en effet le réseau de stations le plus dense de l'Hexagone, affichant un faisceau presque exhaustif de vertus thérapeutiques. Une statistique générale du ministère des Travaux publics recensant les "malades" curistes en 1881 fait apparaître les départements des Hautes-Pyrénées et de la Haute-Garonne au premier et au quatrième rangs nationaux, tandis que ceux des Landes et de l'Hérault suivent immédiatement aux cinquième et septième rangs<sup>vii</sup>.

La promotion du thermalisme passa d'abord par la desserte et l'organisation des services ferroviaires. Cette desserte des stations se substitua ou se superposa la plupart du temps à des moyens d'accès antérieurs. Il préexistait en effet parfois une infrastructure routière spécifique, réalisée au XVIII<sup>ème</sup> siècle par les intendants, grâce à la corvée royale, et étoffée de façon importante par le Second Empire lui-même. Le Second Empire, promoteur d'un aménagement du territoire avant la lettre, en particulier dans le grand Sud-Ouest qui bénéficia de toute la sollicitude du couple impérial, vit une extension considérable de cette infrastructure routière. Sous l'impulsion

personnelle d'Achille Fould, ministre d'Etat, député de Tarbes et président du conseil général des Hautes-Pyrénées et à l'issue d'une villégiature de Napoléon III à Saint-Sauveur en septembre 1859<sup>viii</sup>, fut mise en œuvre la construction d'une "route thermale" complète de 200 kilomètres, allant de Luchon aux stations des vallées d'Ossau et d'Aspe<sup>ix</sup>.

Globalement l'infrastructure routière resta cependant très insuffisante pour passer à une ère industrielle, celle de l'exploitation intensive du potentiel thermal. Si les stations thermales n'ont bénéficié d'aucune priorité générale dans l'aménagement du réseau ferroviaire, priorité accordée par définition aux lignes de plaine et de piémont reliant des agglomérations de quelque importance, elles ont en revanche joué un rôle fondamental dans la constitution et la configuration du réseau montagnard. Beaucoup plus que des flux industriels, agricoles et forestiers somme toute restreints, elles justifiaient en effet l'aménagement d'embranchements pyrénéens nord-sud, dont elles constituaient parfois les terminus comme pour les deux Bagnères. Une situation identique se retrouvait dans le Massif central où les deux artères de Laqueuille-Le Mont-Dore et Riom-Châtelguyon ne devaient leur existence qu'au rayonnement des deux villes d'eaux desservies<sup>x</sup>.

### Les pèlerinages de masse de l'ère ferroviaire : le miracle lourdaise

Dans une acception large de la notion de tourisme, une autre manne susceptible d'exploitation industrielle pour les grands Réseaux ferroviaires correspondait aux pèlerinages, associant rédemption du corps et de l'esprit ici-bas et représentation catholique de l'au-delà. Ce nouveau pilier de l'économie du salut, dans la double acception du terme, était conçu par les autorités ecclésiastiques comme un voyage à la fois matériel, celui du train spécial de pèlerinage, et comme un voyage intérieur, celui de la piété. Mais au regard de la géographie économique du miracle, les grands Réseaux étaient profondément inégaux. En laissant de côté les flux ferroviaires internationaux de pèlerinages vers Rome et dans une moindre mesure vers Saint-Jacques de Compostelle, le premier grand pèlerinage français de l'ère industrielle fut dès le Second Empire celui de Lourdes. La manne lourdaise fut une source considérable de trafic pour le *Midi*.

La concession définitive d'un réseau pyrénéen qui lui fut accordée en 1858, après une bataille de plus de cinq ans avec ses rivaux, coïncida exactement avec les apparitions de la Vierge dans la grotte du Rocher Massabielle. La Compagnie ne pouvait que profiter de cette manne religieuse ferroviaire, dont elle avait grand besoin pour rentabiliser l'exploitation de sa rocade Toulouse-Tarbes-Pau-Bayonne, trop axée sur le drainage des ressources minérales et agricoles des vallées pyrénéennes et sur l'attraction croissante des stations thermales et climatiques.

L'expansion de Lourdes fut liée directement à son désenclavement ferroviaire. Ainsi il faut attendre 1866-1867 pour qu'une impulsion décisive soit donnée aux pèlerinages avec la mise en service des liaisons Tarbes-Lourdes et Lourdes-Pau, qui achevait la transversale pyrénéenne et annulait un important goulot d'étranglement. L'arrivée du chemin de fer à Lourdes constitua en tout cas l'acte de naissance du pèlerinage organisé, dans lequel la Compagnie ferroviaire devenait le support logistique et le partenaire obligé des autorités ecclésiastiques. Lourdes représenta ainsi le premier pèlerinage de masse de l'ère ferroviaire, où la traction vapeur succédait à la locomotion pédestre des itinéraires de Saint-Jacques de Compostelle.

A partir de 1866, l'extension de l'aire d'attraction ferroviaire suivit un mouvement continu. L'aire de desserte s'étendit d'abord en tache d'huile dans tout le Sud-Ouest. Mais le véritable boom ferroviaire correspond au premier grand pèlerinage national de 1872. Rapidement les pèlerinages collectifs gagnèrent l'ensemble des diocèses français et même l'étranger, avec 60000 étrangers en 1913, au point de faire de Lourdes à la veille de la Grande Guerre le premier pôle ferroviaire mondial du catholicisme, en concurrence avec Rome. Un premier maximum est atteint en 1908 : pour le cinquantenaire de Notre-Dame de Lourdes les pèlerinages organisés réunirent 310000 personnes et la gare enregistra un mouvement global de 1472000 voyageurs, classant Lourdes au troisième rang des gares du *Midi* derrière Bordeaux (3520000) et Toulouse (1972000). La Compagnie dans son rapport annuel pouvait à juste titre se réjouir des effets induits sur l'ensemble de sa politique touristique :

"les recettes voyageurs présentent en 1908 la plus forte augmentation que nous ayons jamais eu à enregistrer. Ce résultat est dû principalement aux fêtes données à Lourdes, dans le courant de l'année, qui ont attiré une affluence considérable dans toutes les Pyrénées et ont grandement contribué au développement du trafic touristique de notre Réseau"<sup>xi</sup>.

Au trafic direct s'ajoutaient les voyageurs qui se rendant aux stations thermales du Lavedan s'arrêtaient presque tous à Lourdes, où des conditions particulières de transit et de halte étaient prévues. Lourdes constitua ainsi à la fois une plaque tournante religieuse et touristique, puisque tout pèlerin se doublait d'un touriste potentiel et le pèlerinage se confondait souvent avec un "voyage aux Pyrénées".

### L'apogée de la Belle Epoque

A première analyse, le tourisme élitiste de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle sembla se développer à l'écart du processus d'industrialisation et de la nouvelle société qu'il avait engendrée. La "*leisure class*"<sup>xii</sup> cosmopolite avait besoin pour affirmer son identité de dépenses ostentatoires dans les stations mondaines de Brighton, de Biarritz, de la Riviera française et italienne ou dans les villes d'eaux belges et allemandes. Jusqu'à la Grande Guerre, l'imitation socio-culturelle joua peu pour la bourgeoisie industrielle proprement dite et les entrepreneurs ne prenaient d'ailleurs qu'exceptionnellement des vacances<sup>xiii</sup>. L'importance économique de ce tourisme élitiste était cependant déjà perceptible dans la croissance urbaine remarquable des principales stations, Biarritz passant par exemple de 2000 habitants en 1851 à 15600 en 1911, auxquels s'ajoutaient à la même date plus de 40000 villégiateurs.

### L'âge d'or du thermalisme

Durant la Belle Epoque, de 1895-1896 à 1914, la desserte et la politique d'exploitation ferroviaire des villes d'eaux par la *Compagnie du Midi* atteignirent leur apogée, avec pas moins de 24 gares de stations à vocation thermique. En 1900-1913, le réseau thermal du grand Sud-Ouest était dominé par les quatre stations de Bagnères-de-Bigorre, de Bagnères-de-Luchon, de Cauterets et de Dax, qui se livraient une intense compétition, tandis que celles d'Argelès-Gazost, de Lamalou-les-Bains et de Salies-de-Béarn accédaient à un rang de notoriété important, avec un flux de plus de 100000 voyageurs.

L'exploitation rationnelle de la desserte des stations reposait largement depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle sur l'organisation durant "la saison", de juin à octobre, de trains spéciaux, trains directs et de luxe<sup>xiv</sup>. Les grands Réseaux travaillaient le plus souvent en collaboration avec la Compagnie internationale des wagons-lits. Le *Sud Express* à destination de la péninsule Ibérique en était l'archétype et sa dénomination même promettait au voyageur les effluves d'un exotisme méridional. Outre la desserte directe des stations balnéaires de la Côte d'Argent, il permettait de multiples correspondances avec les villes d'eaux de la partie occidentale du massif pyrénéen : de fréquence tri-hebdomadaire, il était exclusivement composé de wagons-lits, salons et restaurants<sup>xv</sup>. Parmi ses correspondances figurait à partir de 1910 le *Pyrénées-Côte d'Argent Express* qui circulait notamment entre Dax et Pierrefitte en août et septembre. En diffusant ce terme de "Côte d'Argent", adopté en 1905 par le journaliste de *La Petite Gironde*, Maurice Martin, pour rivaliser avec la Côte d'Azur, la *Compagnie du Midi* confirmait bien la symbiose entre les différentes formes de tourisme régional.

A l'autre extrémité de la chaîne pyrénéenne le *Barcelone Express* permettait lui des relations directes avec les stations des Pyrénées-Orientales, essentiellement Vernet-les-Bains, le Boulou et Amélie-les-Bains. En 1913, au moment de l'ouverture de la station climatique intégrée de Font-Romeu, la Compagnie créa un *Vernet-les-Bains-Font-Romeu Express*, qui facilitait en particulier l'accès de l'importante clientèle espagnole. Les villes d'eaux de la partie centrale, avec la trilogie Cauterets-Bagnères-de-Bigorre-Luchon, bénéficiaient surtout depuis le tout début du siècle d'un

train spécifique, le *Pyrénées Express* de fréquence bi-hebdomadaire, qui empruntait la ligne Morcenx-Tarbes et se voulait l'égal du *Sud Express*.

En tout cas, l'année 1913 correspond bien à un apogée de la politique touristique des grands Réseaux ferroviaires et la *Compagnie du Midi* pouvait déclarer triomphalement, grisée par la conjoncture :

*“la fréquentation croissante de nos stations thermales et balnéaires atteste le succès de nos efforts multiples pour adapter toujours mieux nos services aux besoins du public.”*

La Grande Guerre porta naturellement un brusque coup d'arrêt à cette croissance. Une reprise du trafic se manifesta cependant progressivement dès 1917 et en fin de compte les statistiques de 1918 ne laissaient subsister sur le réseau du *Midi* qu'un recul modéré, en moyenne de 10 à 15%, sur les maxima de 1913. Les potentialités de redémarrage semblaient préservées, même si les années de croissance facile étaient bien révolues.

#### Concurrence et complémentarité des grands pôles touristiques pyrénéens

Pour introduire une dimension comparative essentielle, nous avons réuni dans un même Tableau les statistiques du trafic de 1881 à 1918 des premières stations touristiques du grand Sud-Ouest, avec Biarritz, capitale balnéaire de la Côte d'Argent, Bagnères-de-Luchon, la plus importante station à vocation spécifiquement thermale desservie par la *Compagnie du Midi*, Lourdes, qui incarne la forme exceptionnelle du voyage à finalité religieuse, et Arcachon, la seule qui n'appartienne pas à l'espace pyrénéen et qui occupe nettement le premier rang.

Tableau 1 Trafic voyageurs comparé de 1881 à 1918 des stations d'Arcachon, Biarritz, Bagnères-de-Luchon et Lourdes, desservies par la *Compagnie du Midi*<sup>xvi</sup>.

Station	1881	1893	1900	1908	1913	1918
Arcachon	354 000	407 000	467 000	615 000	690 000	522 000
Biarritz	80 000	118 000	156 000	248 000	358 000	304 000
Bagnères-de-Luchon	84 000	120 000	114 000	141 000	153 000	139 000
Lourdes	408 000	573 000	749 000	1 473 000	1 201 000	1 153 000

A l'échelle des seize départements constituant l'espace régional étendu desservi par le *Midi*, il faut souligner le succès impressionnant d'Arcachon, et le profit retiré par l'exploitation ferroviaire du développement de sa villégiature par la Compagnie. Grâce à sa vocation réellement plurisaisonnaire, elle se place en effet nettement en tête des stations touristiques proprement dites du grand Sud-Ouest, devant à la fois les autres stations thermales, climatiques et balnéaires. L'infériorité très marquée de Biarritz, au moins du point de vue du trafic ferroviaire, s'explique d'abord par son intégration progressive dès la Belle Epoque à une véritable conurbation de la Côte Basque. A l'inverse, si elle attire une clientèle cosmopolite et prestigieuse importante, elle ne bénéficie pas comme Arcachon de la proximité immédiate de la métropole aquitaine, qui augmente considérablement les déplacements de fin de semaine et permet même à certains membres des élites girondines de concevoir un mode de vie pendulaire.

Il ne faut pas pour autant surévaluer le "phénomène arcachonnais" à l'intérieur de l'économie ferroviaire du grand Réseau et globalement de l'économie régionale. D'une part, comme le montre le Tableau, le "phénomène lourdaise" était d'ampleur encore supérieure: la cité mariale constituait la seconde ville européenne de pèlerinages, juste derrière Rome et même devant elle certaines années d'affluence record. D'autre part, du point de vue des recettes ferroviaires directes, Arcachon offrait somme toute à la *Compagnie du Midi* une manne limitée. En 1881, avec 672000 francs de recettes totales (voyageurs, marchandises à grande vitesse et à petite vitesse), elle figurait uniquement au

27<sup>ème</sup> rang des gares du Réseau, tandis que Lourdes (1031000 francs), Bagnères-de-Luchon (388000 francs) et Biarritz (275000 francs) occupaient respectivement les 19<sup>ème</sup>, 41<sup>ème</sup> et 60<sup>ème</sup> rangs<sup>xvii</sup>.

On voit donc que le trafic touristique, même dans son acception la plus large, était loin de constituer le cœur de l'activité des grands Réseaux ferroviaires ; il n'était pour eux qu'un adjuvant rémunérateur et un utile levier de développement régional et de diffusion de représentations positives de l'exploitation ferroviaire. Comme le trafic agricole, il était en outre largement tributaire des conditions naturelles saisonnières : dans les *Rapports annuels*, source déterminante, nous sommes frappés de la place accordée aux considérations climatiques au milieu d'analyses statistiques détaillées et souvent arides, l'impressionnisme des notations complétant ici curieusement la rigueur de la quantification ferroviaire. Par exemple pour 1911, le Conseil d'administration du *Midi* indique savoureusement que "si la chaleur de l'été a attiré vers la montagne et nos plages une affluence d'étrangers qui ne s'était pas produite depuis longtemps, l'excès même de la température a certainement entravé les déplacements locaux de notre clientèle"<sup>xviii</sup>.

### La construction d'une politique cohérente de promotion commerciale

La politique commerciale proprement dite des grands Réseaux pour la promotion des stations touristiques fut tout à fait classique. Elle reposait à la fois sur des initiatives tarifaires de plus en plus étendues, diversifiées et d'ailleurs complexes et sur un système efficace de propagande par l'affiche. Elle atteignit naturellement son apogée à la veille de la Grande Guerre.

La clientèle des curistes et villégiateurs était par principe fort rémunératrice pour le chemin de fer, puisqu'il s'agissait essentiellement de privilégiés voyageant avec leur famille et leurs domestiques dans des trains de luxe. Mais pour fidéliser et élargir cette clientèle, les Compagnies créèrent dès la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle une avalanche tentatrice de tarifs réduits. Leurs affiches arboraient ainsi souvent le mot magique de "réduction" inscrit en caractères gras, avec une gradation savamment calculée des pourcentages. Ces billets spéciaux étaient présentés avec un luxe de détails dans leurs *Livrets-Guides* officiels, dans leurs *Guides-Albums*, qui fournissaient le vade-mecum du parfait touriste. Ils faisaient miroiter également leurs avantages dans des brochures tout aussi abondamment illustrées, comme *Plages, villes d'eaux et excursions*, publiée en 1910, symbole d'une Belle Époque placée sous le signe d'une trilogie majeure annoncée par le titre. Le *Paris-Orléans* avait d'ailleurs précédé dans ce domaine le *Midi* en réalisant dès 1899 une brochure *Stations thermales et balnéaires de la Loire aux Pyrénées*. Le PLM joua également un rôle de premier plan dans le domaine des publications de propagande touristique, avec surtout la collection de ses atlas et son *Agenda*, dont l'édition devint annuelle à partir de 1911.

À la veille de la Grande Guerre, ce dispositif tarifaire des grands Réseaux comprenait de multiples combinaisons de billets à itinéraire fixe ou facultatif, individuels ou de famille. Parmi les plus prisées du public figuraient les cartes d'excursions dans les Pyrénées, dans le Massif central et dans les Alpes, délivrées pour la période du 15 juin au 15 septembre, montrant qu'aux yeux des grandes Compagnies tout villégiateur d'une station thermale se doublait forcément d'un touriste excursionniste, rayonnant autour de son centre de résidence. Ces cartes créées en 1904 donnaient droit à une libre circulation dans la zone choisie. Sur le réseau du *Midi* l'accès initial aux villes d'eaux fut surtout facilité à partir de 1903 par des billets spécifiques "de stations thermales et de vacances", qui atteignaient en 1913 un chiffre d'affaires maximal de 3,644 millions de francs pour 457000 billets délivrés, représentant 1,6% du total des voyages. Ce pourcentage s'avère à la fois très faible par rapport à l'ensemble du trafic voyageurs et fort important par rapport au flux touristique global.

Alors que le champ d'application des tarifs réduits venait d'être élargi de façon substantielle en 1911-1912, le Comité consultatif d'action économique (CCAE) dans sa remarquable *Enquête* de 1918 n'hésita pas à réclamer vivement de nouvelles améliorations en faveur des stations thermales et plus largement touristiques. Il revendiquait classiquement l'organisation de trains plus directs, plus rapides et aux correspondances bien étudiées, grâce en particulier à l'électrification, mais il interpellait surtout l'ensemble des grands Réseaux français :

*“Au lieu de consentir, comme nous l'avons vu trop souvent avant la guerre, des tarifs de faveur pour l'étranger, nos Compagnies auront désormais le devoir impérieux de réserver avant tout aux stations françaises les divers avantages qu'elles accordent. Elles y auront pour la région pyrénéenne un intérêt évident car, plus que toutes autres, cette région constituant un terminus de réseau peut fournir à toutes les Compagnies un ensemble important d'itinéraires réalisant le maximum de recettes kilométriques. Il semble au premier chef nécessaire que l'exclusivisme régional de certaines Compagnies, trop souvent attachées jusqu'ici aux stations qu'elles peuvent directement desservir, fasse place à une solidarité mieux comprise<sup>xix</sup>.”*

Le PO et le PLM étaient ici directement visés...

Le CCAE réclamait également des initiatives supplémentaires pour “les petits touristes”, pariant précocement sur une démocratisation de la clientèle, et s'en prenait à la tarification jugée prohibitive des Réseaux d'intérêt local de montagne, en particulier du Pierrefitte-Cauterets-Luz.

Tourisme et thermalisme, étroitement associés dans leur acception la plus large, furent ainsi considérés à partir du début de notre siècle comme des activités industrielles à part entière. A preuve les remarquables *Enquêtes sur le reprise et le développement de la vie industrielle* réalisées dans certaines régions françaises, en particulier la région pyrénéenne, durant la Grande Guerre par les Comités Consultatifs d'Action Economique. Elles consacraient toutes un chapitre, certes plus ou moins étoffé, à “ l'industrie thermale et touristique ”, la dénomination d'industrie étant clairement revendiquée en associant bilan et vision prospective.

Les nouveaux leviers de la modernisation et de la diversification de l'industrie touristique pyrénéenne

Dès la Belle Epoque, l'industrie touristique pyrénéenne s'appuya sur de nouveaux vecteurs de modernisation et de diversification, qui au-delà de la rupture du premier conflit mondial, ou peut-être justement à cause d'elle, débouchèrent dans l'entre-deux-guerres sur une première “démocratisation”. Celle-ci reposa largement sur une extension du modèle de consommation touristique aux classes moyennes supérieures.

La symbiose entre électrification et développement touristique

Au cœur même de cette logique de modernisation et de ses représentations valorisantes, la *Compagnie du Midi* développa une politique d'électrification multiforme pour améliorer notamment la desserte des stations touristiques pyrénéennes, en particulier thermales. Cette politique atteignit son apogée au tournant des années vingt et trente, mais l'électrification a joué d'emblée un rôle important dans la distinction spatiale et l'essor de ces stations. Les villes d'eaux pyrénéennes se devaient en effet de profiter de toutes les innovations techniques et elles se placèrent ainsi au premier rang national dans l'adoption de l'éclairage électrique, sans aucun retard sur le massif alpin. Argelès-Gazost en bénéficia dès 1885, avant Toulouse et même Grenoble. Dès les années 1890 se constituèrent les premières entreprises spécifiques de distribution, la *Société d'Eclairage de Cauterets* et la *Luchonnaise d'Electricité*.

L'électrification précoce des établissements thermaux, hôtels et casinos, trilogie permanente, devenait tout aussi nécessaire qu'une desserte ferroviaire accélérée pour assurer la promotion de ces équipements auprès d'une clientèle exigeante de privilégiés, qui intégraient pleinement l'innovation dans leur mode de vie et leur code de valeurs. Comme pour l'hôtel des Verdurin chez Proust, elle constituait un signe éminent de distinction sociale, de modernité technique et de confort anglo-saxon contribuant ainsi à l'imagerie de la Belle Epoque. Dès 1891, les affiches des Eaux-Bonnes soulignaient en lettres d'or la mention “Eclairage électrique public et privé ” comme un gage essentiel de séduction commerciale

Le thermalisme joua donc un rôle de modèle et d'entraînement dans la diffusion régionale de l'électrification et cette symbiose fut renforcée par l'introduction et le développement de la traction électrique. En laissant de côté les simples tramways, le PCL (Pierrefitte-Cauterets-Luz) en réalisa la première application dans le grand Sud-Ouest. En juin 1898 la mise en service pionnière, à l'échelle même de l'Hexagone, d'une artère à voie étroite de Pierrefitte à Cauterets visait à prolonger l'embranchement du *Midi* Lourdes-Pierrefitte pour assurer sans discontinuité la desserte de la ville d'eaux.

La *Compagnie du Midi*, grâce à la réalisation d'un ambitieux programme d'électrification ferroviaire, qui combina toutes les échelles géographiques<sup>xx</sup>, compléta et améliora par des efforts continus son offre de desserte. Dans le domaine spécifique du thermalisme qui nous intéresse ici, elle aménagea, à l'échelle locale, un chemin de fer à crémaillère entre la station de Luchon et le plateau de Superbagnères. Cette voie mise en service en 1913 donnait en hiver accès aux champs de neige, mais elle offrait aussi en été un excellent but d'excursion pour les curistes. Le Conseil d'Administration pouvait se féliciter "du succès des trains spéciaux d'excursion mis en marche pour cette nouvelle attraction, qui dans les visions de son parcours réalise la plus impressionnante synthèse de la splendeur pyrénéenne"<sup>xxi</sup>.

Dans une perspective comparative entre l'économie touristique pyrénéenne et l'économie touristique alpine, nous retrouvons la même symbiose entre le développement du tourisme, sa promotion et sa diversification, et le développement de la houille blanche, de l'économie électrique. Il s'agit d'un lien majeur entre la construction d'une industrie touristique, selon les termes mêmes de ce programme de recherche, et la construction d'un complexe industriel montagnard et sub-montagnard par l'électrification et ses effets industrialisants. Dans cette synergie entre tourisme et électricité, nous sommes au cœur du processus d'innovation de la seconde industrialisation et nous retrouvons bien les cinq catégories d'innovations définies par Schumpeter.

L'Exposition internationale de la Houille Blanche et du Tourisme, qui se tint à Grenoble du 21 mai au 12 octobre 1925, joua ici un rôle important, grâce à sa symbolique très forte, et elle fit bénéficier l'ensemble du massif de retombées directes et indirectes importantes. Marius Blanchet, Commissaire général de l'Exposition, présenta ainsi son objectif majeur :

*“ l'exposition que nous inaugurons aujourd'hui aidera puissamment à faire pénétrer dans l'opinion publique la notion exacte de ce que sont la houille blanche et le tourisme ”*<sup>xxii</sup>.

Les Grenoblois se voyaient ainsi investis d'une mission civilisatrice, dont Marius Blanchet, dans le livre d'or de l'Exposition, remémorait les glorieuses dates, en particulier touristiques :

*“ 1889 avec la fondation du premier Syndicat d'initiative en France, c'est-à-dire le premier groupement qui se donna pour mission d'établir l'inventaire raisonné des beautés naturelles de la région, de les exploiter rationnellement en en facilitant l'accès par tous les moyens ”*<sup>xxiii</sup>.

Ainsi, selon le géographe R. Blanchard, l'exposition “ sacrait en Grenoble une sorte de ville sainte de la houille blanche et du tourisme ”<sup>xxiv</sup>. La consécration du sanctuaire fut marquée par la construction de la tour Perret, du nom du célèbre architecte Auguste Perret, maître d'une nouvelle architecture industrielle. Elle fut construite en premier lieu pour apercevoir les sommets alpins qui entourent Grenoble. De cette tour partaient deux esplanades, l'une conduisant au Palais du tourisme, l'autre au Palais de la houille blanche.

La tour Perret fournit également l'armature médiatique pour accueillir ainsi l'antenne du poste de radiodiffusion *Radio-Alpes-Grenoble*, poste régional d'Etat inauguré en avril 1927. Cependant R.A.G. ne devait pas seulement apporter la récréation et l'instruction à l'auditeur, elle devait aussi et surtout inculquer aux “ masses profondes ”, les “ montagnards ”, une autre image du massif, rendre familiers “ la houille blanche et le tourisme ” encore perçus comme envahisseurs, usurpateurs. Les reportages furent le moyen privilégié pour promouvoir les Alpes “ modernes ”, région de loisir,

offerte aux vacanciers, aux sportifs, mais aussi à l'industrialisation et aux professionnels du tourisme.

La route, qui ouvrait l'accès à la montagne en étroite coordination avec les Réseaux ferroviaires, fut amplement exaltée. En décembre 1934, un reportage sur la route Napoléon, axe célébrant l'union alpine, fut organisé avec la station de Nice, en liaison avec les Syndicats d'initiative de Cannes, Sisteron, Digne, Gap et Grenoble. A partir de 1934, le concours international de chasse-neige créé sur la route du Lautaret par le *Touring Club de France* fut couvert chaque année. Il en fut de même du passage du rallye automobile Chambéry-Grenoble-Lyon au Col de Porte en février 1937. R.A.G. fut également présente à l'inauguration des stations touristiques de l'Alpe d'Huez (1933) et du Parailon à Embrun ( avril 1937) et naturellement aux Jeux Olympiques de Chamonix ( février 1937).

### Le lancement des sports d'hiver

La naissance et la diffusion des sports d'hiver appartiennent pleinement au processus de développement et de diversification des sociétés industrielles, grâce à la fois à l'élargissement des loisirs, au mimétisme classique par rapport aux pratiques des élites et à la célébration des valeurs de nature et d'altitude.

Dans les Pyrénées, distraction mondaine tout autant que sport spectaculaire, le ski, rapidement prisé par la bourgeoisie régionale et espagnole, vint se greffer au début de notre siècle sur les stations thermales des Eaux-Bonnes, de Cauterets, de Barèges et de Luchon. La *Compagnie du Midi* prit aussitôt en charge le développement des sports d'hiver, comprenant tout l'intérêt d'une double saison estivale et hivernale<sup>xxv</sup>. Un tournant décisif venait d'être franchi en février 1908 avec l'organisation du premier concours international de ski aux Eaux-Bonnes. Un train spécial fut déjà acheminé pour cette occasion en gare de Laruns et les Espagnols fidèles clients du thermalisme pyrénéen se passionnèrent pour ce lancement spectaculaire des sports d'hiver, honoré de la présence du roi Alphonse XIII aux Eaux-Bonnes l'année suivante. Rapidement dans les villes du piémont pyrénéen et du Sud-Ouest, Bordeaux et Toulouse en tête, toute une bourgeoisie pour qui la fréquentation estivale des Pyrénées thermales faisait partie de la tradition, découvrit avec avidité la pratique des sports de glisse, tandis que les stations de cure en voie d'obsolescence s'intéressaient de plus en plus à cette clientèle et s'associaient aux efforts du grand Réseau. La contribution de ce dernier ne pouvait se limiter à une offre de desserte convenable car il s'agissait aussi de répondre à l'inadaptation de l'hébergement glacial des hôtels thermaux classiques.

Le *Midi*, comme son homologue, dans ce domaine, le PLM qui bénéficiait avec les Alpes d'un domaine skiable beaucoup plus important, utilisa tous les moyens internes et externes pour promouvoir les sports d'hiver. Le développement des deux stations de sa filiale, la CHM, Font-Romeu et Superbagnères, constitua pour lui un point d'appui essentiel. La vocation fonctionnelle des deux palaces d'altitude, conçus à l'origine pour le climatisme d'été, fut progressivement réorientée vers l'exploitation des sports d'hiver, surtout pour le second. Superbagnères devint ainsi dans l'entre-deux-guerres une des stations les mieux équipées de France et même d'Europe, grâce à un véritable complexe réunissant ski de piste, saut, bobsleigh, patinoire, ski de fond, permettant à la F.F.S. d'y organiser plusieurs concours internationaux. Il mit également en place une desserte ferroviaire adaptée: il fut ainsi le premier grand Réseau à lancer en France la formule des "Trains de neige". Ces trains spéciaux rapides offraient des réductions particulièrement importantes, atteignant 60%.

En 1937 le *Midi* pouvait déclarer en guise de bilan provisoire :

*"les plaisirs de neige pyrénéens sont bien devenus des plaisirs pour tous. Ils constituent maintenant une forme de l'organisation populaire du tourisme français à bon marché".*

Mais ces appréciations paraissent par trop euphoriques car le mouvement ferroviaire provoqué par les sports d'hiver, y compris dans les Alpes pour le PLM, restait encore très inférieur au mouvement

estival et n'avait pas du tout la même diffusion sociale, malgré les réductions tarifaires. Cependant, à la veille du second conflit mondial, grâce en grande partie aux efforts de la *Compagnie du Midi*, les Pyrénées pouvaient soutenir par leurs réalisations la comparaison avec les Alpes françaises, promues par le PLM, alors que dans l'après-guerre jusqu'aux années 1970 l'équipement pyrénéen accumula un important retard, car le massif ne disposa plus désormais d'une structure d'intervention aussi efficace que le *Midi* et ses filiales.

L'aménagement de nouvelles infrastructures pilotes et la conquête difficile des classes moyennes

Comme à Arcachon, le *Midi* réalisa également dans les Pyrénées des investissements touristiques externes, porteurs de développement régional. Ce ne fut pas l'œuvre ici des Pereire et du Second Empire mais celle, encore trop méconnue, du directeur Jean-Raoul Paul et de son équipe d'ingénieurs organisateurs. Epris d'une régionalisation économique intégrant un tourisme non plus seulement incité par le rail mais bien suscité, voire créé de toutes pièces, ils menèrent leur action pyrénéenne en deux phases complémentaires: 1908-1914 et 1922-1930.

Le *Midi* cherche à tirer profit d'un double mouvement social : une certaine démocratisation des activités touristiques, surtout sensible dans l'entre-deux-guerres et à l'opposé le maintien des exigences de luxe, de confort et de rapidité d'une forte clientèle potentielle à hauts revenus, une clientèle cosmopolite où dominaient les Espagnols. J.R.Paul déclarait d'ailleurs:

*“ pour qu'une station conquière la faveur du public et s'impose il faut qu'elle soit tout d'abord consacrée par une clientèle de choix, qui en établit la réputation et qui détermine ensuite les grands courants ”*<sup>xxvi</sup>.

Et c'est justement pour celle-ci que la Compagnie réalisa un plan d'aménagement hôtelier, dont elle confia l'exécution à une filiale spécialisée, la Société des chemins de fer et hôtels de montagne aux Pyrénées (C.H.M.), créée en 1911, avec une participation de 50% au titre du domaine privé. Elle confirmait ainsi son double rôle de coordinateur des initiatives locales visant à susciter des synergies et d'aménageur d'infrastructures pilotes dans le secteur touristique. La C.H.M. put ouvrir juste avant la guerre, avec le concours du Crédit Hôtelier, deux hôtels de grand luxe sur les sites privilégiés de Font-Romeu et Superbagnères, auparavant déserts. Premiers hôtels d'altitude dans les Pyrénées, puisqu'ils étaient implantés à 1800 m, ils furent construits sous la direction de l'architecte H. Martin mais selon les vues personnelles de Paul, qui créa ainsi de toutes pièces une infrastructure touristique moderne, noyau d'une véritable agglomération dans le cas de Font-Romeu: celle-ci faillit même s'appeler "Paulville".

Le directeur du *Midi* réussit en tout cas partiellement son objectif : ravir aux hôtels de l'Engadine et du Tyrol une partie de leur clientèle et selon sa propre expression "*suisséfier*" les Pyrénées. En effet dans les années 1920 les deux stations de la C.H.M. constituèrent un microcosme touristique mondain et le *Midi* y organisa des saisons climatiques et hivernales de grand prestige, autour d'importantes manifestations sportives ou d'"attractions" diverses. La C.H.M. y disposait de pas moins de 120 employés triés sur le volet pour une capacité de 300 lits et Superbagnères vint quant à elle se superposer à la cité thermale de Luchon, renforçant son titre de Reine des Pyrénées.

Cependant du point de vue interne du financement ferroviaire, parmi les investissements directs du domaine privé de la *Compagnie du Midi*, la C.H.M. et ses équipements hôteliers s'avérèrent en fin de compte les plus malencontreux. Les débuts de la filiale furent pourtant prometteurs, puisque dès 1912 elle fut en mesure de distribuer un premier dividende. Le déclenchement de la guerre et les difficultés de l'après-guerre lui furent fatals. Dès 1930 ses deux installations hôtelières majeures de Font-Romeu et Superbagnères se révélèrent inadaptées aux nouvelles structures socio-économiques du tourisme. Leur luxe, leur coût d'exploitation croissant mettaient ces hôtels hors de portée d'une clientèle démocratisée; en outre les troubles politiques qui secouaient l'Espagne les privaient de leur riche clientèle espagnole. La débâcle financière fut consommée en octobre 1938 lorsque le *Midi*

quitta le Conseil d'Administration de la C.H.M., perdant en même temps 7,5 millions de francs sur les 11,5 millions qu'elle avait investis dans la société.

D'un point de vue plus général, les grands Réseaux dans l'entre-deux-guerres essayèrent de susciter un nouveau comportement touristique, où le transport lui-même devenait un plaisir, une finalité, au lieu d'être réduit à un désagrément matériel symbolisé par les inconvénients de la traction vapeur. Le nouveau consommateur touristique ne pouvait qu'apprécier les services automobiles mis en place par les grandes Compagnies elles-mêmes. Selon la vision sociale caractéristique exprimée par J.R. Paul, ces services ont permis la conquête d'une clientèle élargie, par rapport aux seuls privilégiés attirés par l'infrastructure de luxe :

*“ c'est pour la clientèle moyenne, prédisposée par sa formation intellectuelle à tout comprendre et à bien apprécier que furent créés les services d'autocars de la Route des Pyrénées. Le succès en a été éclatant : elle s'est avérée l'un des facteurs les plus importants dans le développement économique de la région qu'elle dessert ”<sup>xxvii</sup>.*

Au premier parcours restreint exploité dès 1913 fut bientôt substitué un autre plus étendu, Luchon-Biarritz, puis une liaison complète entre Biarritz et Cerbère, soit 870 km en 6 étapes journalières. Bi-hebdomadaires dans chaque sens au début, les services d'autocars devinrent quotidiens à partir de l'été 1927 et les luxueux véhicules à la livrée jaune accueillirent une clientèle mondiale attirée par le renom de la Route des Pyrénées, "*véritable résumé de la Société des Nations*". Considérée comme un belvédère automobile édifiant, celle-ci empruntait dans toute sa partie centrale la Route thermale. Dès 1927 les autocars du *Midi* parcoururent plus de 300000 km annuellement. La Route des Pyrénées fut complétée par un service Font-Romeu-Carcassonne, assurant la liaison avec le nouveau circuit organisé à la fin des années 1920 dans le sud du Massif Central, les Causses et les Cévennes.

Cette nouvelle formule de tourisme-excursion avait comme modèle à la fois la Route des Alpes et la Route thermale d'Auvergne, réunissant dès 1910 Vichy à la Bourboule et au Mont-Dore, toutes deux assurées par le PLM. Les années trente virent cependant le succès de ces circuits remis en cause par la concurrence de l'automobile privée, des torpédos dont l'élégance et la souplesse constituaient désormais de nouveaux signes de distinction : la Route thermale d'Auvergne n'attirait ainsi plus en 1934, au cœur de la Grande Crise, que 1286 voyageurs<sup>xxviii</sup> ....

Ainsi dans l'entre-deux-guerres, le *Midi* a réussi à élargir sa politique touristique, grâce à des filiales dont les responsables appartenaient à l'équipe dirigeante de la société mère, soudés par un esprit de corps et par une même ambition, lier le développement du Réseau à celui de la région, avec une modernisation multiforme. Il coordonna ses actions par la création à l'issue de la première Guerre mondiale d'un organe interne spécialisé, les Services du Tourisme. Ces services, comme ceux de l'ensemble de ses confrères, collaborèrent avec tous les organismes régionaux, Syndicats d'Initiative et leurs fédérations, *Touring-Club de France*, *Club Alpin*, *Office National du Tourisme* et utilisèrent comme supports matériels de propagande le livre, la brochure, le tract, l'affiche, le film, des conférences avec projections et l'action des agents de la Compagnie à l'étranger.

Dans la mise en œuvre de cette plate-forme de développement pyrénéen, le modèle de la Suisse et la fascination qu'il exerçait étaient omniprésents. L'équipe de Jean-Raoul Paul tenta de suisséfier les Pyrénées et le Sud-Ouest autour de la trilogie Chemin de fer, Tourisme et Electricité. La synergie de ces trois innovations majeures suscita effectivement des effets foisonnants de développement régional de la fin du XIXème siècle au déclenchement de la Grande Crise. Malgré les déconvenues de celle-ci et l'irruption du second conflit mondial, l'héritage fut tout à fait remarquable avec la constitution d'un patrimoine touristique de premier plan à l'échelle nationale et même internationale.

Les grands Réseaux ont donc mené une politique ambitieuse de développement régional, dont la plus poussée en France, par son intensité, par sa diversité et par sa cohérence fut bien pendant près d'un siècle celle du *Midi*. L'histoire de la construction d'une industrie touristique pyrénéenne d'un

milieu de siècle à l'autre illustre le modèle du développement touristique régional dans l'Hexagone et globalement en Europe occidentale, dont les compagnies ferroviaires furent souvent les principaux acteurs.

---

<sup>i</sup> Voir Anne-Marie THIESSE, *Ils apprenaient la France. L'exaltation des régions dans le discours patriotique*, Paris, M.S.H., 1997, 130 p., coll " Ethnologie de la France " .

<sup>ii</sup> Voir Christophe BOUNEAU, *Réseaux ferroviaires, réseaux électriques et régionalisation en France du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle au second conflit mondial. Contribution à l'histoire économique et sociale des espaces régionaux*, thèse d'habilitation ss. dir. François Caron, Université de Paris IV-Sorbonne, décembre 1998, 3 volumes, 932 p. dactyl., à paraître sous une forme réduite dans la Collection " Histoire de l'innovation et entreprises " chez l'Harmattan.

<sup>iii</sup> Pour une étude spécifique des politiques touristiques suivies par les autres grands Réseaux français, voir Marie-Suzanne VERGEADE, " Un aspect du voyage en chemin de fer : le voyage d'agrément sur le réseau de l'Ouest des années 1830 aux années 1880 " in *Histoire, Economie et Société*, 1990, n°1, pp. 113-134 et id., " Chemin de fer et tourisme : le cas exemplaire du PLM pendant l'entre-deux-guerres " in *Les transports par fer et leurs clientèles*, Actes du deuxième Colloque de l'A.H.I.C.F., Paris, octobre 1990, *Revue d'Histoire des Chemins de Fer*, hors série n°3, 1992, pp. 259-273 ; Anne DESPLANTES, " Le chemin de fer et l'essor du tourisme de masse en France, 1900-1939 " in *Revue d'Histoire des Chemins de Fer*, n°9, 1993, pp. 93-102.

<sup>iv</sup> Voir Christophe BOUNEAU, " La contribution des chemins de fer au développement touristique d'Arcachon de 1841 au second conflit mondial " in *D'Arcachon à Andernos. Regards sur le Bassin*, Arcachon, avril 1996, Bordeaux, F.H.S.O., 1997, pp. 265-293.

<sup>v</sup> Les *Rapports annuels du Conseil d'administration* (AN 78 AQ) ne fournissent que jusqu'en 1914 les statistiques du volume de trafic de chaque gare, et encore s'agit-il d'un privilège du Midi par rapport au P.O., qui n'exprime le trafic des gares qu'en valeur.

<sup>vi</sup> Pour une étude nationale voir en premier lieu L. GRENIER (dir.), *Les Villes d'eaux en France*, Paris, Institut Français d'Architecture, 1985, 397p. D. JARASSE (dir.), *2000 ans de thermalisme. Economie, patrimoine, rites et pratiques*, Actes du Colloque de Royat, mars 1994, Université de Clermont-Ferrand, publications de l'Institut d'Etudes du Massif Central, 1996, 296p. ; A. AUTHIER et P. DUVERNOIS, *Patrimoine et traditions du thermalisme*, Toulouse, Privat, 1997, 158p. A l'échelle pyrénéenne voir *Thermalisme et climatisme dans les Pyrénées*, Actes du Congrès des sociétés savantes Pyrénées-Languedoc-Gascogne, Argelès-Gazost, Société d'études des sept vallées, 1985, 389p. ; L. GRENIER (dir.), *Le voyage aux Pyrénées ou la Route thermale*, Paris, Institut Français d'Architecture, 1987, 206 p. et D. JARASSE (dir.), *Villes d'eaux des Pyrénées occidentales. Patrimoine et devenir*, Actes du Colloque de Salies-de-Béarn, avril 1994, Université de Clermont-Ferrand, publications de l'Institut d'Etudes du Massif Central, 1996, 229p.

<sup>vii</sup> Ministère des Travaux publics, *Statistique détaillée des sources minérales exploitées ou autorisées en France et en Algérie au 1er juillet 1882*, Paris, Imprimerie nationale, 1885. Les Hautes-Pyrénées occupent très nettement la première place nationale avec 44476 "malades" curistes recensés, contre 18619 pour le Puy-de-Dôme et 16439 pour l'Allier. A eux seuls les quatre départements des Hautes et Basses-Pyrénées, de la Haute-Garonne et des Landes accueillent alors 35% des curistes français. Le réseau thermal des Pyrénées et du grand Sud-Ouest est dominé par la trilogie Bagnères-de-Bigorre (16697 "malades"), Cauterets (15371) et Dax (10499).

<sup>viii</sup> De façon classique, les voyages et séjours du couple impérial furent souvent le levier le plus efficace des politiques de promotion et d'aménagement touristique.

<sup>ix</sup> Voir J.F. LE NAIL, " La préhistoire de la Route thermale " in *Le Voyage aux Pyrénées ou la Route thermale*, op. cit., pp. 12-25.

<sup>x</sup> Voir R. CARALP-LANDON, *Les chemins de fer dans le Massif Central*, Paris, A.Colin, 1959, p. 325.

<sup>xi</sup> AN 78 AQ.

<sup>xii</sup> Voir Theodore VEBLÉN, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970, traduction de *The Theory of the Leisure Class*, 1899.

---

<sup>xiii</sup> Voir sur ce lent processus d'acculturation des pratiques touristiques au tournant des deux siècles notamment Catherine BERTHO LAVENIR, *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Odile Jacob, 1999, 438p.

<sup>xiv</sup> Ces trains avaient cependant une fonction touristique et commerciale polyvalente, même si les curistes et les villégiateurs constituaient leur clientèle essentielle. Dans ses *Rapports annuels*, la *Compagnie du Midi* par exemple ne distinguait pas des “trains thermaux”, alors que les trains de plaisir et de pèlerinages constituaient deux catégories officielles.

<sup>xv</sup> Les célèbres *Guides Joanne* donnaient une description détaillée de l'organisation et de la composition de ces trains de luxe.

<sup>xvi</sup> A.N. 78 AQ -5 à 11. *Rapports annuels du Conseil d'administration*. Annexes statistiques XIII. Il s'agit ici du trafic voyageurs total cumulant les arrivées et les départs.

<sup>xvii</sup> A.N. 78 AQ - 5 à 11. *Rapport annuel du Conseil d'administration* d'avril 1882. Annexes statistiques XIII. *Ibid* infra. Nous ne disposons pas du mouvement en valeur de chaque gare au-delà de 1883.

<sup>xviii</sup> *Ibid.*, Rapport annuel du Conseil d'administration du 22 avril 1912.

<sup>xix</sup> Comité consultatif d'action économique de la XVIIIème Région, *Enquête sur la reprise et le développement de la vie industrielle dans la région pyrénéenne (Hautes et Basses-Pyrénées)*, Bordeaux, Delmas, 1918, pp. 445-446.

<sup>xx</sup> Voir Christophe BOUNEAU, *Modernisation et territoire. L'électrification du grand Sud-Ouest de la fin du XIXème siècle à 1946*, Bordeaux, Fédération historique du Sud-Ouest, Coll. Recherches et travaux d'histoire sur le Sud-Ouest de la France, décembre 1997, 736 p.

<sup>xxi</sup> AN 78 AQ.

<sup>xxii</sup> In Raoul BLANCHARD, *Exposition internationale de la Houille Blanche et du Tourisme. Rapport général*, Grenoble, 1925, p. 76.

<sup>xxiii</sup> *L'exposition internationale de la Houille Blanche et du Tourisme. Livre d'Or et Palmarès Officiel*, Grenoble, 1925, p. 11.

<sup>xxiv</sup> Raoul BLANCHARD, *Exposition internationale...*, op. cit., p. 454.

<sup>xxv</sup> Voir J. FOURCASSIE, “Le ski aux Pyrénées” in *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, t. X, 1939, pp. 107-117 et M. CHADEFAUD, “L'Epopée du ski pyrénéen d'Alphonse XIII aux comités d'entreprise” in *Les Pyrénées sont là*, numéro spécial de *Sud-Ouest*, 1986, pp. 50-53.

<sup>xxvi</sup> Jean-Raoul PAUL “L'essor touristique pyrénéen”, *Le Sud-Ouest Economique*, n° 197, avril 1930, p. 364.

<sup>xxvii</sup> Jean-Raoul PAUL, *op. cit.*, p. 365.

<sup>xxviii</sup> R. CARALP-LANDON, *op. cit.*, p. 332.