

## **Destination de rêve : L'océan Indien. Les discours touristiques européens dans le contexte de la décolonisation et des débuts du tourisme à longue distance**

Dr. Sonja Malzner

Depuis les années 1950, les voyages de vacances font partie intégrante de la routine annuelle d'une partie de plus en plus importante de la population d'Europe occidentale. Au niveau international, le 4 novembre 1966 représente une date importante lorsque, dans le cadre de l'Assemblée générale annuelle des Nations unies, l'année 1967 a été déclarée "Année internationale du tourisme", dans la conviction que le tourisme pouvait contribuer à la paix dans le monde. À cet égard, le thème du tourisme occupe une position centrale dans un projet de recherche sur les échanges, les transferts et les interdépendances internationaux dans les années 1960, même si tous les Européens de l'époque étaient loin de pouvoir s'offrir le voyage de vacances de leurs rêves. Au contraire, beaucoup devaient se contenter de l'idée d'une destination, et consommaient donc non pas la destination elle-même, mais ses représentations : sous forme de récits de voyage, de portraits de pays, de magazines de voyage, de publicités, de livres ou de films. Les magazines de voyage tels que le Merian-Hefte, qui paraît depuis 1949, s'adressent donc, jusque dans les années 1960, à un public cible qui ne peut pas encore réunir les moyens financiers nécessaires à ses propres voyages, mais qui perçoit le magazine comme une occasion de voyager, du moins dans sa tête, et de faire des projets de voyage "pour plus tard". Le discours sur les destinations de voyage difficiles ou impossibles à atteindre à l'époque est donc un discours qui cible l'imagination du destinataire de ces médias populaires - et c'est précisément cela qui est au centre du projet.