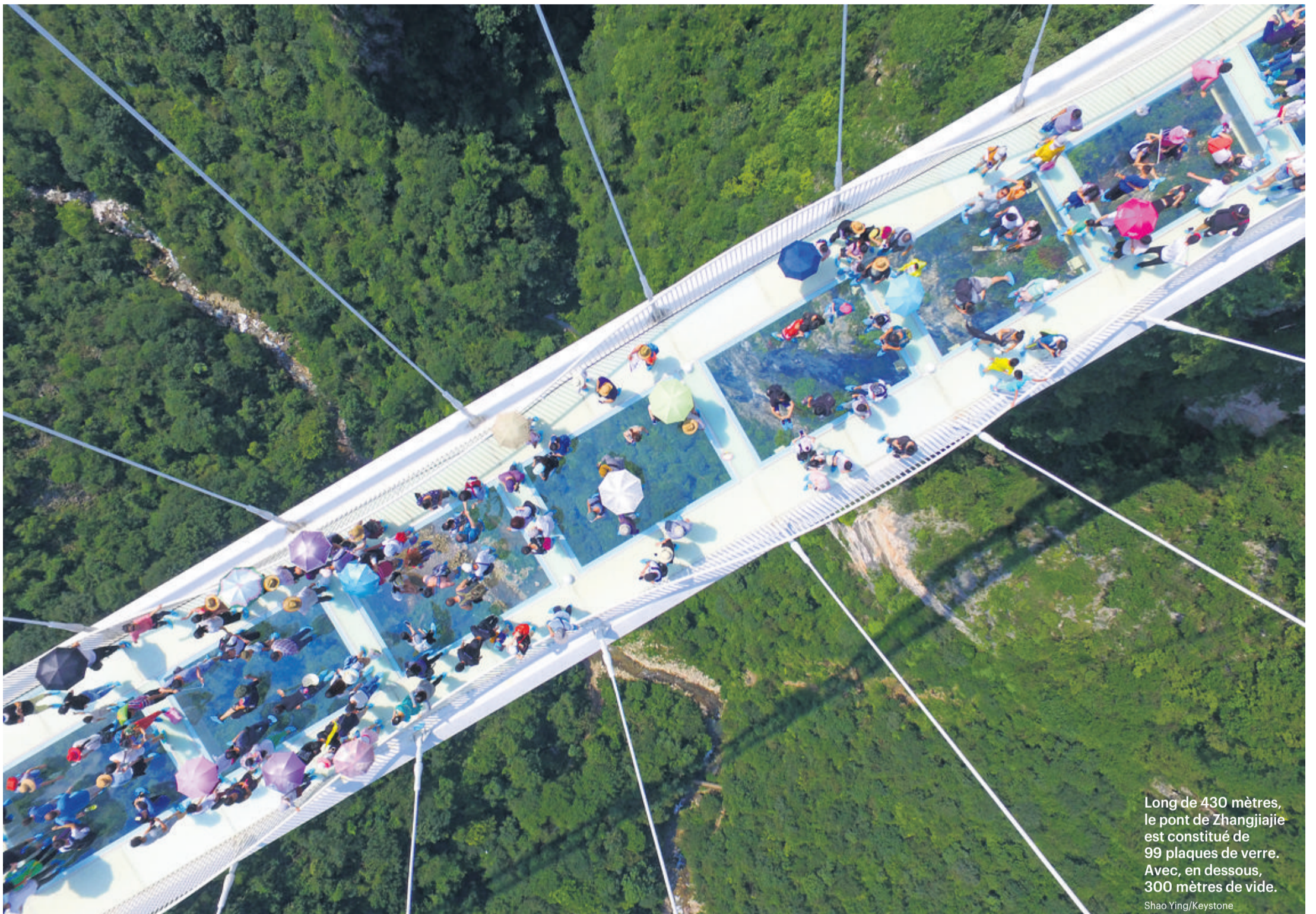


Ils étaient si nombreux à vouloir se faire peur qu'il a fallu fermer le pont

Chine Le pont de Zhangjiajie, inauguré il y a deux semaines, doit temporairement fermer à cause d'une affluence trop importante. Là-bas comme ailleurs, l'attrait du vide fait venir les touristes.



Long de 430 mètres, le pont de Zhangjiajie est constitué de 99 plaques de verre. Avec, en dessous, 300 mètres de vide.

Shao Ying/Keystone

Valentin Schnorhk

valentin.schnorhk@lematindimanche.ch

Son ouverture en Chine le 20 août avait fait le tour des médias du monde entier. Moins de quinze jours plus tard, voilà le pont piéton en verre le plus long et haut du monde fermé. Les responsables n'ont pas eu d'autre choix: avec plus de 10 000 visites quotidiennes, l'affluence dépassait largement les 8000 prévues à l'origine.

La compagnie qui gère le pont a annoncé la nécessité «d'améliorer le système interne», y compris «les logiciels et l'équipement de gestion des visites», selon l'agence Chine nouvelle.

La fermeture n'est donc que temporaire, même si aucune date n'a pour l'instant été avancée. D'après l'AFP, plusieurs touristes qui avaient prévu de traverser l'ouvrage ont exprimé leur mécontentement sur Internet. Il faut dire que la construction est spectaculaire. Le pont relie deux sommets des montagnes de Zhangjiajie, dans le centre du pays. Il se trouve au cœur du parc naturel de la province du Hunan.

Surtout, sous les 99 plaques de verre alignées tout le long des 430 mètres de distance, le visiteur se voit offrir le néant. En dessous de ses pieds, ce sont 300 mètres de vide de qui le séparent du sol.



Les touristes profitent de la vue sur le vide pour prendre des photos insolites. AFP/Fred Dufour

Le vide, une attraction qui marche

Se confronter au vide est une tendance qui prend de l'importance depuis quelques années. Les constructions offrant de telles sensations aux touristes se multiplient. Le concept du pont de Zhangjiajie n'est pas sans rappeler le Pas dans le Vide de l'Aiguille-du-Midi, au-dessus de Chamonix. L'attraction prend la forme d'une capsule de verre rattachée à l'arrivée du téléphérique. A 3842 mètres d'altitude, les touristes ont près de 1000 mètres de vide en dessous d'eux.

«Le vide peut aussi constituer une phobie constructive. Les gens l'utilisent pour rechercher l'adrénaline»

Pascale Haegler,
Swiss Alpine Emotion



Les touristes sont venus en masse depuis deux semaines. Au lieu des 8000 visiteurs attendus chaque jour, la moyenne a approché les 10 000. Dukas/Zuma

Plus près de nous, aux Diablerets (VD), un pont long de 107 mètres relie Glacier 3000 au sommet du Scex-Rouge. Le Peak Walk n'est, lui, pas fait de verre, mais ses 86 centimètres de large n'épargnent pas les sensations.

«Se confronter au vide et braver son vertige par ce genre d'activités est devenu un phénomène de mode», considère Pascale Haegler, de Swiss Alpine Emotion. Elle propose des stages pour aider les acrophobes (qui ont peur du vide) à apprivoiser leur vertige. «Le vide est une phobie mais peut aussi

constituer une phobie constructive. Les gens vont l'utiliser pour rechercher l'adrénaline, comme c'est le cas avec ces constructions.»

Pour Bernard Andrieu, philosophe et professeur à l'Université Paris Descartes, auteur de «Donner le vertige - Les arts immersifs» (Ed. Liber), c'est une attitude caractéristique de notre époque: «Les gens cherchent à se faire peur sans risquer grand-chose. Ils veulent déclencher cette émotion dans un cadre sûr. On recherche des sensations profondes avec des dispositifs encadrés sans risquer des conséquences physiques.» ●