

1ères DOCTORIALES du Tourisme

de la Chaire « Culture, Tourisme, développement »

TOURISME / TOURISM

Concepts et méthodes à la croisée des disciplines Concepts and methods at the disciplinary crossroads

14-16 septembre 2011

MARTINI Didier

Doctorant en deuxième année, Université Nice Sophia Antipolis, Laboratoire UMR espace 6012, équipe GVE.

Entre visibilité de la revendication et de la confrontation et invisibilité de la contemplation et de la séduction :

Le tourisme gay sur la Côte d’Aur : territoires, espaces et lieux

Il y a encore trente ans, l’homosexualité était considérée au mieux comme un sujet à éviter, comme un sujet tabou et au pire, comme une pathologie, comme une perversion. Ainsi les homosexuels étaient raillés, fichés, internés. Encore aujourd’hui, dans certains pays l’homosexualité est passible de prison et de peine de mort ce qui influence de facto les destinations privilégiées par les touristes homosexuels et proposées par les professionnels du tourisme. Plus de 90 pays considèrent l’homosexualité comme illégale et plus de 80 pays ne reconnaissent pas l’homosexualité. Ainsi pour vivre leur sexualité, les homosexuels (-les) durent donc trouver et construire des endroits pour se retrouver. Aujourd’hui, l’identité gay est passée du statut de problème individuel à une réalité sociale. L’homosexualité connaît donc une plus grande visibilité au travers des médias, de la presse, du cinéma, de la politique... Le développement de mouvements homosexuels dans certaines villes, à

commencer par San-Francisco, a abouti à la naissance d'un mode de vie et d'un commerce homosexuel. La vie « communautaire » homosexuelle est devenue une réalité de masse dans les années 1970. L'influence du modèle américain s'est rapidement transposée en France par la quête d'un mode de vie et avec des revendications telles que : le droit de vivre l'homosexualité dans les conditions que n'importe quelle autre sexualité, une équivalence des droits pour les couples homosexuels semblables à ceux reconnus aux couples hétérosexuels, ou encore le droit au mariage, ou à l'adoption.

Mais alors comment l'évolution de l'homosexualité a-t-elle fait naître un important désir de voyager chez les homosexuels ? Comment se matérialise la visibilité et l'invisibilité des lieux de la « culture gay » dans un espace hétéronormé ? Comment le géographe se positionne-t-il face à la question de l'homosexualité ? Comment peut-il justifier que la sexualité peut affecter l'espace, le transformer, le créer, construire un territoire « invisible dans le visible » éphémère dans la durée mais pas dans l'espace ?

Cette communication aura donc pour but de définir dans un premier temps le tourisme gay et son imprégnation au sein de territoires, puis dans un deuxième temps voir comment se matérialise la revendication, la confrontation, la séduction, la sexualité du touriste gay dans l'espace et les méthodes utilisées pour comprendre cette matérialisation et enfin comment la Côte d'Azur se positionne-t-elle face à un nouveau marché en expansion.

I. Le tourisme gay : une réalité a-temporelle

Une définition du tourisme gay doit se concevoir à deux niveaux. Tout d'abord le tourisme gay est celui des gays qui souhaitent voyager comme tout le monde et qui attendent simplement de l'offre qu'elle soit gay-friendly c'est-à-dire que les prestataires ne portent pas de jugement sur la vie privée de leurs clients et qu'ils soient attentifs à leurs demandes spécifiques. Mais le tourisme gay peut-être aussi celui des gays, qui à certains moments, souhaitent se retrouver entre eux, que se soit pour pouvoir vivre leur sexualité au grand jour ou dans une logique identitaire. Hanns Ebensten pourrait être le nom à retenir quand on commence à porter un intérêt notoire à la question du tourisme gay. Par l'amour pour les voyages Hanns Ebensten a créé la première organisation de voyages pour les hommes gay en 1972. Et c'est en 2004 que l'International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA) le nomme pionnier du voyage gay. Pour le citer : « Nous concevons des voyages au Maroc, en Grèce, en Turquie et en Perse. Nous sommes allés dans les îles Galapagos en Island et à

Tahiti. Tous nos voyages sont des voyages d'aventures. Quelques uns sont plus rudimentaires que d'autres mais c'est immatériel. C'est le romantisme qui est important. »

Comprendre le tourisme gay et ses formes contemporaines c'est s'intéresser au contexte historique. L'homosexualité a existé partout dans l'histoire mais a varié énormément selon les territoires. Il est difficile de discuter sur la question du tourisme gay en terme de période historique tant la notion du mot « gay » prenait des connotations différentes, tant les préjugés étaient important par rapport à aujourd'hui (Chauncey,2003). Cependant, il est possible de dire que dès le XVIIIème et le XIX ème siècle se créé une vie gay dans le Nord de l'Europe et en Angleterre mais trouver un partenaire sexuel de même sexe était considéré comme un crime haineux (Allemagne, Pays-Bas). Néanmoins, il existait des subcultures gay, des activités diverses dans d'autres pays d'Europe. Cela alimentait donc les motivations de déplacement. Le voyage était une opportunité de vivre.

Indéniablement c'est au XXème siècle que l'on peut parler d'essor du tourisme gay, que l'on pose de vrais mots sur un phénomène tabou encore aujourd'hui. Cependant en s'appuyant sur l'histoire de l'homosexualité, on trouve des formes de tourisme gay dès l'Antiquité.

Au début du 20^{ème} siècle, en Europe, nous avons l'émergence de destinations resort et de villes gay. Après la première guerre mondiale, un nombre de cités européennes spécialement Paris et Berlin, et plus tard Amsterdam, deviennent des lieux de destinations pour les populations homosexuelles. Aux Etats-Unis se sont San Francisco et New-York qui sont privilégiées.

Au XXème siècle, l'épicentre de la culture gay et de la vie communautaire gravite donc autour de San Francisco, New-York, Londres, Paris, Amsterdam et Berlin. (Tamagne, 2000)

Ce marché, aux contours similaires d'un tourisme de masse international, est déjà inclus dans la politique touristique du Canada et des Etats-Unis. De même les études sur la question homosexuelle en sciences sociales sont fortement mises en avant aux Etats-Unis et en Grande Bretagne à travers les « gender studies » et les « gay and lesbian studies » (colloque centre Georges Pompidou, 1997)

Les Etats-Unis ont déjà emboité le pas sur cette question avec Gordon Waitt et Kevin Markwell ou encore Howard L.Hughes (2006). Le tourisme gay fait preuve de diverses analyses notamment grâce à Community Marketing, site comprenant à la fois des données statistiques qualitatives et quantitatives sur les touristes gay et lesbiennes. En Europe, ces questions commencent seulement à être traitées principalement en sociologie et en histoire. Mais qu'en est -il en France ? Tout reste à faire ! Même si certains travaux, certaines thèses concernant la question homosexuelle ou le tourisme gay voient le jour comme ceux

d'Emmanuel Jaurand ou Stephane Leroy (2005, 2008) ou bien encore ceux de Marianne Blidon (2006, 2008).

Comment le géographe se positionne-t-il face à la question de l'homosexualité ? Comment peut-il justifier que la sexualité peut affecter l'espace, le transformer, le créer, construire un territoire « invisible dans le visible » ?

Par conséquent, force est de constater que la visibilité gay marque le paysage international aujourd'hui plus qu'hier, même si la question gay est sujet encore à beaucoup de tabous. Le secteur touristique s'intéresse à cette nouvelle niche, à cette nouvelle manne financière. Tours opérateurs, agences de voyages, hôteliers et autres acteurs du tourisme s'activent pour promouvoir au sein des territoires « ce nouveau touriste ». Mais qu'en est-il réellement ? Que savons-nous du désir de voyages des homosexuels ? Quelles destinations recherchent-ils ? Quelles sont leurs pratiques touristiques ? Comment l'image du gay est véhiculée au travers des organisations et des guides de voyages, d'Internet ? Comment « le gay » construit-il ses vacances ? Comment le tourisme gay est présenté comme un élément viable, réussi et un accomplissement de la culture gay ? Comment les différentes connaissances et pratiques touristiques gay sont matérialisées spatialement ? Toutes ces questions s'insèrent dans les nombreux débats concernant les interconnexions qui peuvent exister entre identité, espace et lieu. Les féministes et leurs travaux ont montré que les relations sociales y compris et de manière importante, les relations genrées et les identités sexuelles sont en partie construites spatialement et sont liées dans l'organisation spatiale du lieu. (Parini, 2006)

II. Lieux, territoires et espaces : trois concepts clés dans la conception d'un tourisme gay et ses pratiques.

Le lieu, le territoire et l'espace et toutes les interrelations qui s'y créent revêtent un réel intérêt en géographie.

Par sa multiplicité de sens que peut prendre le mot territoire, il est nécessaire d'en retenir les orientations fondamentales. Le territoire fait référence à de nombreux termes qui n'ont pas un ordre de pertinence apparent tels que « espace », « lieu », « haut lieu », « appropriation », « identité ». Le territoire est avant tout un espace géographique où les aspects économiques, sociaux et culturels et politiques s'imbriquent, où les échanges et les relations de tout sortes se nouent et se dénouent. Le territoire pour une population masculine homosexuelle est important car c'est un espace de production de codes, d'images, de signes, de symboles, où la

question de l'identité prend tous son sens. Même si aujourd'hui, l'homosexualité est plus visible au sein d'un espace, sans support territorial elle ne pourrait exister.

Mais avant de s'approprier un territoire, la création de lieux gay est nécessaire. Nous pouvons partir d'un postulat de fait que plus la visibilité gay est importante au sein d'un territoire plus le touriste gay va s'orienter vers ce choix de destination. Mais des questions subsistent, comment évaluer la part de cette visibilité dans le choix de la destination ? Comment montrer que les lieux gays visibles dans l'espace, certains dans leur utilisation restent invisibles pour les non initiés ? Un gay *peut-il s'identifier à un lieu et ne s'identifier qu'à un lieu ?*

De manière générale et par définition, un lieu n'est pas un endroit figé, limité dans l'espace mais c'est quelque chose où se crée le résultat de multiples interactions sociales, politiques, économiques. Dans le « monde gay », l'ensemble des lieux gay construits par les gay et pour les gay (locaux ou touristes) forment ce que certains appelle la « scène gay » (Waitt et Markwell, 2006). Cette dernière, autrement dit l'espace gay se caractérise par une concentration de bars, de clubs mais aussi de saunas, cafés, de magasins, de résidences et d'espace public (rue, parc, plage, square) et tout cela crée des interactions sociales. Dans un monde hétéronormé, l'espace gay fournit l'opportunité de réaliser avec les autres homosexuels des liens et de « valider » sa propre identité. Cela permet aux homosexuels (-lles) d'être eux-mêmes alors que leur comportement peut-être différents dans des lieux hétérosexuels. La pratique de l'espace est alors différente.

Mais l'homosexualité a toujours été tolérée si seulement si elle a lieu dans une sphère privée. Et c'est aujourd'hui que l'espace public, considéré comme un lieu de tensions, de conflits, est devenu un espace de revendication pour les homosexuels (-elles).

Les pratiques touristiques sont nombreuses. Nous pouvons les rassembler en deux sous-ensemble tels que : la récréation prenant en compte le repos, la découverte, le shopping, le jeu et la rencontre prenant en compte la drague et le sexe. Ces pratiques touristiques pour un homosexuel ou un hétérosexuel sont les mêmes mais les intérêts portés à chacune d'entre elle seront différents.

De plus certains lieux, certains espaces communs aux hétérosexuels et aux homosexuels sont-ils pratiqués de la même manière ? Ont-ils la même utilité pour l'une ou l'autre catégorie sexuelle ? Comment les gay peuvent-ils « détourner » certains lieux ?

Il est difficile de définir avec exactitude comment un touriste gay pratique le territoire tant les subcultures gay sont nombreuses. En effet, nous pouvons supposer qu'un « gay fashion » ne pratiquera pas d'une manière identique un même espace qu'un « gay bears » ou un « gay skater ». Les lieux créés par les gay essentiellement et pour les gay avant tout s'attachent à

satisfaire toutes les subcultures gay tant les attentes sont différentes. Ainsi un « gay fashion » à la pointe de la mode, de l'esthétique ne va pas fréquenter les mêmes endroits qu'un « gay bears » qui affiche une masculinité plus ou moins exacerbée. Aux Etats-Unis, les bears renvoient à une vision plus « naturelle » de la virilité. Paradoxalement, alors que ce mouvement est né d'un sentiment d'exclusion de la culture urbaine gay et s'est ancrée dans un imaginaire terrien, rustique et sauvage, les associations et les établissements commerciaux bears sont très développés dans les grandes villes occidentales. Cet ensemble de lieux codifiés crée une « scène gay » constituant ainsi un territoire dans un territoire où l'importance des symboles, des codes prend tous son sens dans la construction d'une identité spatiale.

De plus, un vacancier gay qui est dit « hors milieu » c'est-à-dire qui ne fréquente pas le milieu a-t-il la même façon de pratiquer un espace qu'un hétérosexuel ? Ou inversement comment un hétérosexuel allant dans un lieu ou un espace ouvertement gay va-t-il le pratiquer ?

De même en s'attachant aux différentes pratiques touristiques énoncées plus haut, la récréation qui regroupe les pratiques de repos, de shopping, de vies nocturnes, deux grands événements gay marquent la culture et le marketing gay et par conséquent le territoire: les Gay Pride et les Gay Games. Les Gay Pride font voyager des milliers de touristes homosexuels qui partent découvrir les autres marches de fiertés et par là même les touristes en profitent pour visiter faire du shopping et profiter du milieu de la nuit. Mais ces déplacements de touristes homosexuels sont difficilement quantifiables du fait d'un manque de statistiques flagrant. A côté de ces Gay Pride, un autre événement moins connu dans le monde mais tout autant important dans « le monde gay » et dans le tourisme, ce sont les Gay Games, un événement majeur dans le domaine du sport et de la culture. Cet événement prend un rayonnement international, faisant déplacer des milliers de sportifs amateurs ou professionnels, homosexuels, lesbiennes, bisexuels, transsexuels, hétérosexuels, handicapés ou non. Les Gay Games de 2006 à Chicago ont eu un impact fort sur l'économie locale et a donné une visibilité encore meilleure pour le tourisme gay. Cet événement a contribué pour 50 à 80 millions de dollars à l'économie locale et a donné une visibilité encore meilleure pour le tourisme gay. Ces deux événements marquent le paysage de la communauté gay, s'appropriant l'espace commun à tous. La rue devient alors un espace de revendication, un espace de fête, un espace de confrontation entre les homosexuels, les « gay friendly » et « les homophobes », les grandes places publiques deviennent alors des villages gays.

(Clic16) De même, la rencontre, deuxième catégorie dans les pratiques touristiques, va jouer un rôle important dans la pratique de certains espaces. En effet, donnant une grande part à la

dragage et au sexe les homosexuels vont fréquenter des lieux où plaisirs de loisirs et plaisirs sexuels se côtoient. La plage, par exemple, très prisée par les homosexuels durant leurs vacances va devenir un espace de la contemplation de l'autre, un espace de dragage, un espace cruising.

Des questions se posent alors comment appréhender le lieu comme une structuration du phénomène sexué ? Comment appréhender l'espace de la contemplation ? Comment certains lieux peuvent faire l'objet du désir et des plaisirs ? Comment appréhender l'érotisation du territoire ?

III. Quels concepts, quelles méthodes sont utiles pour définir la marque, les limites (s'il y en a) d'un territoire gay dans un espace touristique hétéronormé et pour comprendre le comportement d'un touriste gay dans l'espace.

Le travail de terrain sera la méthode essentielle pour comprendre les mouvements d'un touriste gay dans l'espace. En effet, mettre en place une série d'enquête au près d'un public homosexuel pour connaître ses pratiques touristiques et auprès d'un public hétérosexuel pour connaître sa position face à un développement d'une politique touristique gay au sein d'un territoire, générerait des données qualitatives et quantitatives importantes. Des données qui s'avèrent pratiquement inexistantes en France.

De plus, Marianne Blidon (2004) s'est intéressée à la question des formes spatiales gay sur la ville de Paris en s'appuyant sur certains travaux déjà réalisés notamment ceux de Emmanuel Redoutey (2002). Marianne Blidon met en relation la centralité des lieux de sociabilité gay, notamment les bars, aux lieux de sexualités établis aux marges du territoire parisien et en y ajoutant la donnée du temps. Ainsi Marianne Blidon met en évidence un modèle des formes spatiales gay à l'échelle de la ville. Mais est-ce que ce modèle peut s'établir à d'autres territoires ? Existe-t-il une méthode fiable pouvant mettre en évidence ce qui ne peut être vu ?

Nous savons que pour concevoir l'existence d'un territoire touristique gay, il faut tout d'abord savoir quels sont les lieux et les espaces qui forment ce territoire. Pour cela il faut détenir des données précieuses dans la localisation de ces lieux, de ces espaces qui peuvent être nombreux ou non tant les destinations touristiques gay peuvent être nombreuses. Une

cartographie des lieux de sociabilité et des lieux de sexualité « ouverts » ou « fermés », à partir des guides touristiques gay dont notamment le guide international Spartacus peut déjà permettre de voir comment la visibilité gay s'est construite sur un territoire et si un espace gay se construit ou plutôt des espaces vécus et perçus par les gays et qu'il n'existe pas forcément des territoires gays mais un ensemble de lieux qui ont peut-être des liens entre eux, notamment invisible, et que ces liens ne forment pas un espace mais plutôt un réseau.

De plus ces nouveaux concepts de visibilité ou d'invisibilité sont utiles dans l'étude des différentes formes spatiales que peut prendre un espace gay, si plusieurs formes existent.

A cela, la cartographie des lieux de sexualités peut permettre d'apporter des réponses aux problématiques suivantes : Comment la différence des sexualités peut-elle construire de la spatialité, du territoire et des nouvelles destinations touristiques? Comment il est possible d'avoir une approche spatiale et territoriale des phénomènes sexuels ?

Découvrir d'autres formes de l'espace gay est possible, par analyse spatio-morphologique. Tout d'abord l'analyse spatiale a pour objet de révéler comment la matérialité de l'espace intervient dans l'organisation du territoire et de quelle manière celle-ci détermine son fonctionnement et ses transformations. (Voiron-Canicio, 2010).

Pour cela une analyse spatio-morphologique est nécessaire. Elle est utilisée pour :

- Déceler la structure spatio-morphologique du bâti à partir de laquelle les potentiels de populations susceptibles de se déplacer sont calculés.
- Spatialiser les données qui sont disponibles agrégées à l'IRIS en tenant compte des notions de distance, d'espacement et de forme.
- Décrire les configurations spatiales et morphologiques par des traitements d'images donnant des informations de nature qualitative mais également quantitative, informations majeures.
- Donner forme aux structures spatiales décelées, qui sont par essence invisibles.

Cette démarche spatio-morphologique va s'appliquer à travers l'analyse d'image par la morphologie mathématique (Saint-Amand, 2010).

Associer la sexualité à l'objet central en géographie qui est l'espace, il faut être transdisciplinaire. Il faut donc s'appuyer sur de nombreux travaux effectués en histoire et en sociologie, essentiellement, mais aussi de la philosophie, de la psychologie et autres sciences sociales pour comprendre le tourisme gay. Nous ne pouvons pas ignorer tous les débats et toutes les théories existantes concernant la nature des identités sexuelles et notamment les problèmes associés aux catégories sexuelles non mixte.

De plus, afin de comprendre la question du genre dans le tourisme il faut savoir tout d'abord que les processus touristiques sont construits par un ensemble de relations « genrées ». Ces dernières sont soumises à un environnement à la fois économique, politique, social et culturel. C'est donc cet environnement qui permet au tourisme de se développer et les pratiques touristiques sont articulées selon les relations entre les races, les classes et les genres. Les hommes et les femmes, hétérosexuels (-les) ou homosexuels (-les), les jeunes ou les seniors entre autres influent différemment dans les constructions et les manières de concevoir le tourisme. De plus, il est nécessaire de se poser la question des interrelations hommes-femmes dans la construction des pratiques touristiques et dans les processus socio-spatiaux afin de « relire » par une approche du genre, les territoires, les espaces et les destinations touristiques. Insérer une approche du genre dans le tourisme doit permettre d'étudier les rôles masculins et féminins dans ce domaine. Ainsi, une grande partie de la recherche sur le décalage entre hommes et femmes dans le tourisme s'est focalisée sur les emplois et sur le tourisme du sexe. A cela ce sont ajoutés des études approfondies sur les fortes relations entre genre et tourisme au niveau des liens qui se nouent dans les destinations touristiques entre « les guets » (les touristes) et les « hosts » (la population d'accueil). Ainsi, force est de constater qu'en insérant la dimension de la différenciation des genres de sexualité dans le tourisme, il serait intéressant d'aborder les différentes manières qu'à un touriste gay de pratiquer un même lieu, un même espace ou un même territoire par rapport à une touriste lesbienne et à la population locale de la destination de vacances choisie.

L'approche du genre (les rôles de genre, les relations de genre, l'égalité de genre, les normes de genre, les besoins de genre) doit être mise en exergue afin d'aborder la question du tourisme gay. A l'heure actuelle, un livre qui traite du tourisme gay ne peut ignorer les débats scientifiques et politiques concernant la nature des identités sexuelles et les problèmes associés quand on aborde la question de l'homosexualité, des homosexuels, des lesbiennes, des transsexuels et des bisexuels. Tous ces débats ont été alimentés par la théorie queer qui peut être utilisée efficacement dans les études touristiques pour aider à « reconceptualiser » aussi bien le touriste que les destinations touristiques. Ainsi nous pouvons parler de « touriste queer » qui sont des personnes engagées dans une organisation touristique événementielle, de « destination queer » qui font références à des lieux, à des sites et à des espaces dit « sexuels » et qui marquent la différence avec les destinations touristiques hétérosexuelles, et enfin de « tourisme queer » qui fait référence aux lieux qui sont sexualisés.

IV. La Côte d'Azur : entre visibilité accrue et invisibilité décadente, le choix des touristes et des prestataires touristiques

Pourquoi le territoire azuréen ?

Toutes les études en sciences sociales abordant la question de l'homosexualité se sont focalisées sur des grandes villes qui ont une visibilité qui rayonne internationalement (Berlin, San Francisco, Paris, Sydney, Montréal...)

La Côte d'Azur apparaît comme un paradis idyllique entre terre et mer et ayant une visibilité gay en reconstruction fut l'occasion de s'intéresser en quoi la Côte d'Azur peut être une destination de choix pour le tourisme gay et le voyageur gay.

Aujourd'hui Nice et Cannes se sont lancés dans la bataille pour la ville « la plus gay friendly » de la Côte.

Deux initiatives ont été lancées : Cannes Rainbow et Nice Irisée.

Ces deux concepts ont fait naître une charte gay friendly au sein de laquelle les établissements gay et non gay peuvent y adhérer. En y adhérant, chaque établissement doit s'honorer d'une attitude gay friendly.

Cannes et Nice ont mis en place des séminaires sur la manière à adopter dans la population LGBT. Mais est-ce que le touriste gay a été consulté ?

Au jour d'aujourd'hui Nice et Cannes concourent dans l'obtention du label « Gay Comfort ». Nice l'a obtenu, alors que la ville de Cannes se bat encore. Et pourtant c'est cette dernière qui a créé la première charte gay friendly de la Côte d'Azur.

Le label « Gay comfort » récompense la politique menée par une ville et ses acteurs du tourisme, qui forment leur personnel à l'accueil très spécifique de la clientèle LGBT et qui de manière générale prône un accueil adapté à ces visiteurs.

Pur produit marketing ou non ?

Mais cette clientèle gay n'a pas attendu toute cette agitation pour venir sur la Côte.

Depuis les années 1970, une véritable « scène gay » s'est créée, s'est transformée au fil des années. Cette visibilité gay se traduit par la présence de bars et de boîtes de nuit, des restaurants, des événements ponctuels (grandes soirées), la gay pride, le festival du cinéma (un véritable festival du cinéma gay et lesbien sur Nice, et la remise de la queer palm lors du festival du film à Cannes).

Mais à côté de cette visibilité s'est créée une invisibilité décadente, qui a toujours existé certes, mais qui s'accroît aujourd'hui en centre ville et moins dans les marges du territoire (bar cruising, hotel cruising, lieux extérieurs de dragage et de sexe, les plages...)

En conclusion, comprendre le tourisme gay s'est attaché d'une part à la représentation de cette nouvelle niche touristique dans l'espace mais c'est aussi analyser le comportement du touriste gay au sein d'un espace hétéronormé et connaître le point de vue de la population hétérosexuelle d'accueil d'une population qui est encore aujourd'hui porteuse de nombreux tabous.